

---

**ВЕСТНИК  
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ  
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

---

ISSN 1818-4057

**№ 10 2019**

---

Научный журнал

**«Вестник Алтайской академии экономики и права»**

**ISSN 1818-4057**

Журнал издается с 1997 года.

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – [www.vaael.ru](http://www.vaael.ru).

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977.

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 22 октября 2019 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 19,88

Тираж 500 экз.

Формат 60×90 1/8

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ <i>Алферина О. Н.</i> .....	5
ОБРАЗОВАНИЕ – ОСНОВНОЙ РЕСУРС СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА <i>Барановский А. И., Вольвач В. Г.</i> .....	10
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ ПРОДУКТА МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ <i>Видищева Р. С.</i> .....	16
ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ WACC И EVA В ОЦЕНКАХ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА И РЫНОЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ <i>Горский М. А., Епифанов И. И.</i> .....	25
ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР <i>Грицунова С. В., Седых Ю. А., Высоцкая Т. А.</i> .....	34
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ) <i>Громышова О. С., Езангина И. А., Жилина В. И., Шахбазян Е. М., Макарова Е. А.</i> .....	39
СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА <i>Гуцина И. А., Положенцева О. А.</i> .....	46
ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ БАЙКАЛЬСКОГО МАКРОРЕГИОНА <i>Дугаржапова М. А., Жалсараева Е. А., Одоева О. И.</i> .....	52
ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ <i>Комлева Н. С.</i> .....	60
ОЦЕНКА ИМИДЖА КОМПАНИИ КАК РАБОТОДАТЕЛЯ НА РЫНКЕ ТРУДА НА ПРИМЕРЕ ПАО «РОСТЕЛЕКОМ» <i>Макаева К. И., Тарасенко А. А., Эректеева Н. А., Бараев С. В., Савченко В. В., Окняева Б. А., Джанджиева З. В., Санджиева А. О., Шавлинова Б. Д., Бакинова Т. Д.</i> .....	68
СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ <i>Мусостова Д. Ш., Мусостов З. Р., Асхабова Л. Х., Гараева А. А., Дадуева М. И., Межидова А. А., Хизриев Д. Л.</i> .....	79
УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОИЗВОДСТВА МНОГОСЛОЙНЫХ ГУММИРОВОЧНЫХ ПОКРЫТИЙ <i>Осипов С. Ю., Осипов Ю. Р.</i> .....	84
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УЧЕНИЯ И ИХ ВКЛАД В ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РЫНКЕ ТРУДА <i>Роцина И. В.</i> .....	91
МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ РЕГИОНА <i>Селиверстов Ю. И., Люлюченко М. В.</i> .....	101

---

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ <i>Трунова Т. А.</i> .....	107
ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ РЕГИОНА <i>Урусова А. Б.</i> .....	114
ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОТДЕЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РОССИИ КАК ОСНОВЫ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЁЖИ <i>Фоменко В. А.</i> .....	121
МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ <i>Чалова М. В., Брагина З. В., Игнатьева Е. В., Харчина Н. Б.</i> .....	131
ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Черкесова Э. Ю., Миронова Д. Д.</i> .....	146
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ САНАЦИЕЙ И РАННЕЙ ДИАГНОСТИКЕ БАНКРОТСТВА КАК ЭЛЕМЕНТАМ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ <i>Шевчук И. А., Котелевская Ю. В., Нехайчук Д. В.</i> .....	153

УДК 658.5

*О. Н. Алферина*

ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва», Саранск, e-mail: olga.alferina@mail.ru

### **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ: СУЩНОСТЬ И ПОДХОДЫ**

**Ключевые слова:** экономическая оценка, финансовый результат, прибыль, экономический подход, бухгалтерский подход, предпринимательский подход, факторы.

Статья посвящена исследованию ключевого показателя экономической оценки результатов производственной деятельности предприятия – прибыли, которая представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход хозяйствующего субъекта. Прибыль создает основу производственно-экономического и научно-технического развития предприятия, социально-экономического развития его трудового коллектива. С одной стороны, прибыль отражает результативность работы, а с другой – становится главным источником финансовых ресурсов предприятия, формирующих собственный капитал. Рассмотрение сущности прибыли как экономической категории позволяет отметить, что в научной мысли сложилось множество ее трактовок представителями различных научных школ и современными учеными. Также существует несколько отличающихся друг от друга подходов к определению прибыли, основными из них являются: экономический, бухгалтерский и предпринимательский. В рамках каждого из подходов рассматриваются различные виды прибыли. Величина прибыли организации зависит от разных факторов. Одни из них оказывают прямое влияние, которое можно определить с помощью факторного анализа; другие – косвенное, через какие-либо показатели. Выявление конкретных факторов, влияющих на прибыль, предполагает более детальное изучение экономических условий ее формирования. Непосредственные резервы роста прибыли предприятия тесно связаны с учетом влияния тех или иных факторов и оптимизацией их воздействия, что позволяет улучшать финансовые результаты деятельности субъекта хозяйствования.

*O. N. Alferina*

National Research Ogarev Mordovia State University, Saransk, olga.alferina@mail.ru

### **ECONOMIC EVALUATION OF RESULTS OF THE ENTERPRISE'S PRODUCTION ACTIVITY: ESSENCE AND APPROACHES**

**Keywords:** economic assessment, financial result, profit, economic approach, accounting approach, entrepreneurial approach, factors.

The article is devoted to the study of a key indicator of the economic evaluation of the results of an enterprise's production activity – profit, which represents the net income of a business entity expressed in monetary form. Profit creates the basis of industrial, economic, scientific and technical development of the enterprise, social and economic development of its workforce. On the one hand, profit reflects the effectiveness of the work, and on the other, it becomes the main source of financial resources of the enterprise, forming equity. Consideration of the essence of profit as an economic category allows us to note that in scientific thought there are many interpretations of it by representatives of various scientific schools and modern scientists. There are also several differing approaches to determining profit, the main ones are: economic, accounting and entrepreneurial approaches. Within each of the approaches, various types of profit are considered. The amount of profit of the organization depends on various factors. Some of them have a direct effect, which can be determined using factor analysis; others – indirectly, through certain indicators. Identification of specific factors affecting profit, involves a more detailed study of the economic conditions of its formation. Accounting and optimization of the influence of certain factors can improve the financial results of the production activities of an economic entity.

### **Введение**

Основным результатом производственной деятельности предприятия является готовая продукция, предназначенная для продажи. Реализуя созданную продукцию, предприятие получает определенную сумму денежных средств – доход. Сопоставив его с понесенными затратами производитель может оценить финансовый результат своей деятельности, определить насколько она экономически эффективна. Соответственно экономическая оценка результатов производственной деятельности заключается в определении конечного финансового результата, в качестве которого выступает прибыль – выраженный в денежной форме чистый доход хозяйствующего субъекта.

Прибыль создает основу производственно-экономического и научно-технического развития предприятия, социально-экономического развития его трудового коллектива. Значение прибыли как финансового показателя заключается в том, что она служит для хозяйствующего субъекта источником формирования финансовых ресурсов, имущества, фондов денежных средств, трудовых и социальных льгот и материальных стимулов работников. То есть, с одной стороны, прибыль отражает результативность работы, а с другой – становится главным источником финансовых ресурсов предприятия, формирующим собственный капитал. Именно поэтому прибыль используют как основной целевой ориентир и критерий успешности деятельности любого хозяйствующего субъекта. Она является одним из ключевых показателей результативности хозяйственной деятельности предприятия в рыночных условиях.

Исследование прибыли как показателя экономической оценки результатов производственной деятельности предприятия позволяет руководству выявить и учесть основные факторы и принципы формирования прибыли, что важно, поскольку от ее размера зависят общие и частные показатели эффективности деятельности, определяющие конкурентоспособность и будущее развитие хозяйствующего субъекта.

### **Цель исследования**

Изучить сущность и подходы к экономической оценке результатов производственной деятельности предприятия.

### **Материал и методы исследования**

Теоретической основой исследования послужили научные труды ученых-экономистов, посвященные исследованию прибыли как ключевого показателя экономической оценки результатов производственной деятельности предприятия.

При проведении исследования использовались методы сравнения, сопоставления, обобщения.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Теоретическая и методологическая основа экономической оценки результатов производственной деятельности предприятия посредством показателя прибыли была заложена ещё экономистами английской классической школы, отдельные представители которой (А. Смит, Т. Мальтус) не проводили четкого разграничения между прибылью и процентом, но и не отождествляли их, при этом рассматривая прибыль как некоторое вознаграждение управляющего за риск. Такой подход во многом был опосредован экономическими условиями, в которых он формировался – управляющими на предприятиях выступали, как правило, сами собственники, а получаемый доход напрямую зависел от организации производства и управления им.

Ж.Б. Сэй считал капитал фактором производства, поэтому он разграничил прибыль, включил в нее заработную плату капиталиста и часть прибыли как вознаграждение за принятие риска. Рид С. представлял прибыль в виде отдачи от инвестирования в капитал, как компенсацию за риск.

Отдельно необходимо отметить подход А. Маршалла, согласно которому величина прибыли во многом определяется принимаемыми решениями и личными качествами предпринимателя, его предпринимательскими способностями действовать в условиях неопределенности и риска [1].

Ключевые тезисы представителей английской классической школы были положены в основу теории К. Робертуса,

К. Маркса, Ф. Энгельса, Ф. Лассалья (немецкая социалистическая школа), однако сущность прибыли была сведена ими к доходу на капитал и землю.

Весьма интересным является подход к трактовке прибыли таких экономистов, как Г. Гросс, В. Матайя, Т. Митхофф, Ф. Клейнвахтер, Г. Шонберг. Тезисы их теории, следующие:

- прибыль является разницей между издержками производства блага и его ценностью;

- прибыль является показателем рыночной власти капитала;

- прибыль – доход предпринимателя в виде заработной платы и ренты;

- прибыль – это вознаграждение за риск [2].

В современной экономической литературе не прослеживается единого подхода к определению такой сложной категории как прибыль. Тем не менее, большинство из них, как правило, не противоречат, а в основном совпадают либо дополняют друг друга. Далее приведем некоторые трактовки для сравнения.

Так, согласно Г.И. Лазаревой и Л.А. Ефремовой, прибыль (финансовый результат) есть прирост собственного капитала за счёт финансово-хозяйственной деятельности организации [3].

О.В. Ефимова определяет прибыль (финансовый результат) как разницу между доходами и затратами организации [4].

Такие авторы как Н.А. Журина, А.Б. Плисова рассматривают прибыль как часть чистого дохода, полученного хозяйствующим субъектом за вложенный капитал и предпринимательские риски, определяемого как разница между выручкой и полной себестоимостью реализованной продукции [5].

По результатам проведенного нами исследования существующих трактовок можно обобщенно охарактеризовать прибыль как разницу между общей суммой доходов и расходами на производство и реализацию продукции с учётом убытков от хозяйственных операций.

В России многие концептуально-методологические основы экономической оценки результатов производственной деятельности предприятия до сих пор имеют дискуссионный характер. В современной научной мысли сложилось несколько подходов к сущностной оценке категории

«прибыль», среди которых академический, бухгалтерский и предпринимательский считаются основными.

В рамках академического подхода в качестве ключевого показателя оценки результатов производственной деятельности предприятия рассматривается экономическая прибыль как некая гипотетическая величина. Она представляет собой разность между всеми доходами и экономическими затратами предприятия, учитывающими альтернативные издержки.

На практике определить экономическую прибыль достаточно проблематично, так как для ее расчета требуется значение альтернативных затрат (издержек упущенных альтернативных возможностей), которые представляют собой тот доход, который могло бы получить предприятие используя имеющиеся производственные ресурсы наиболее эффективным (из альтернативных) способом. Практическое определение альтернативных издержек весьма затруднительно, поскольку всегда будет присутствовать субъективность оценки данной величины. В связи с этим академический подход имеет скорее теоретическое значение и на практике почти не используется.

Как альтернативный вариант – бухгалтерский подход в качестве ключевого показателя рассматривает бухгалтерскую прибыль – разницу между всеми доходами организации и бухгалтерскими издержками (внешними затратами). Данный показатель можно рассчитать на практике с учетом фактических доходов и расходов, имеющих количественное измерение и отраженных в системе бухгалтерского учета хозяйствующего субъекта.

Предпринимательский подход к оценке прибыли трактует ее как прирост капитала собственников за отчетный период – разность величины чистых активов на конец и начало отчетного периода в рыночной оценке. Данный подход к определению прибыли позволяет оценить результативность производственной и в целом предпринимательской деятельности с точки зрения потенциального инвестора, однако он применим лишь для тех компаний, ценные бумаги которых обращаются на фондовом рынке. Кроме того, определенные сложности в использовании данного

подхода могут быть связаны ещё и с тем, что не всегда имущество предприятия отражается в балансе по рыночной стоимости [2].

Существующие подходы к экономической оценке прибыли позволяют сделать вывод о сложности и многоаспектности данной категории, что во многом связано с рассмотрением различных видов прибыли. В настоящее время существуют различные варианты классификации прибыли:

- по целевому назначению (бухгалтерская и экономическая);
- по источникам формирования (прибыль от реализации продукции и от прочей реализации);
- по видам деятельности (прибыль, полученная от производственной, от инвестиционной, от финансовой деятельности) и др.

Также виды прибыли выделяют в зависимости от состава включаемых в нее элементов, различая: валовую (маржинальную) прибыль, прибыль от продаж, балансовую прибыль, прибыль до налогообложения и чистую прибыль. Они нормативно не закреплены и могут употребляться в различных контекстах. Непосредственный же механизм формирования прибыли в отечественной практике представлен в Отчете о финансовых результатах, данные которого дают возможность исследовать состав и структуру прибыли в динамике с целью определения ключевых факторов, повлиявших на финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности экономического субъекта.

В отечественной и зарубежной практиках используются разнообразные методики анализа прибыли, наиболее распространенными из которых являются: факторный анализ, СВР-анализ, АВС-анализ.

Наиболее востребованным, по мнению большинства авторов, является факторный анализ прибыли. Его роль в оценке формирования прибыли трудно переоценить, так как он устанавливает факторы, существенно влияющие на ее рост или снижение. Анализ каждой составляющей прибыли имеет вполне обоснованный характер, позволяя учредителям и акционерам, а также администрации выбрать наиболее важные на-

правления деятельности организации, нуждающиеся в активизации [6].

При проведении экономической оценки прибыли важно установить прибыльобразующие факторы и показатели, которые оказывают влияние на прибыль, определить количественные параметры влияния каждого из них на конечный результат деятельности предприятия.

При этом все факторы, оказывающие воздействие на прибыль, делятся на внутренние и внешние.

Внешние факторы – это все те факторы, которые находятся за пределами предприятия. К ним можно отнести такие факторы, как:

- рыночно-конъюнктурные факторы (например: повышается конкурентоспособность, организуется эффективная реклама, изменяются тарифы и цены на поставки продукции и услуг из-за инфляции);
- хозяйственно-правовые и административные факторы (например: налогообложение, правовые акты, постановления и положения, регламентирующие деятельность организации, регулирование тарифов и цен со стороны специализированных органов государственной власти).

Внутренние факторы – это те факторы, которые связаны с деятельностью организации непосредственно. К ним можно отнести:

- материально-технические (например: проводится модернизация и реконструкция материально-технической составляющей деятельности предприятия, внедряются прогрессивные средства и предметы труда, более экономичное и производительное оборудование, инструменты бережливого производства – концепция Кайдзен, системы 5С, SMED, TPM, Just-In-Time и др. [7]);

– организационно-управленческие (например: разрабатывается эффективная стратегия и тактика деятельности и дальнейшего развития предприятия, совершенствуется информационное обеспечение процессов принятия управленческих решений, происходит освоение инновационных, соответствующих требованиям современного рынка видов продукции);

- экономические (например: планирование финансовой деятельности предприятия, налоговое планирование, внедрение экономического стимулирования

производственной деятельности, поиск и выявление резервов роста прибыли);

– социальные (например: повышается квалификация сотрудников, улучшаются условия труда работников, проводятся мероприятия по оздоровлению и организации отдыха сотрудников, внедряются усовершенствованные схемы материального стимулирование персонала).

С точки зрения управляемости внутренние факторы поддаются управленческому воздействию. Внешние же факторы находятся вне зоны управляемости предприятия, тем не менее, учитывать их необходимо с целью недопущения ситуаций, приводящих к убыточности деятельности или даже к банкротству. К таким факторам относят социально-экономические условия, конъюнктура рынка, уровень цен на сырье, ресурсы и саму продукцию и т. д.

### Выводы (заключение)

Таким образом, экономическая оценка результатов производственной деятельности предприятия заключается, прежде всего, в определении финансового результата, получаемого от продажи произведенной продукции. Каждое

коммерческое предприятие, функционирующее на рынке, осуществляет свою деятельность исключительно для получения прибыли. Размер получаемой прибыли и ее динамика определяют эффективность функционирования предприятия, а также целесообразность его дальнейшей работы и развития.

Величина прибыли организации зависит от разных факторов. Одни из них оказывают прямое влияние, которое можно определить с помощью методов факторного анализа. Другие – косвенное, через какие-либо показатели. Величину воздействия в данном случае можно определить только с определенной долей вероятности или невозможно вовсе. Выявление конкретных факторов, влияющих на прибыль, предполагает более детальное изучение экономических условий ее формирования. Непосредственные резервы роста прибыли предприятия тесно связаны с учетом влияния тех или иных факторов, определением возможностей сведения к минимуму их негативного воздействия либо наиболее полного использования позитивного влияния, что позволяет улучшать финансовые результаты деятельности субъекта хозяйствования.

### *Библиографический список*

1. Полещук Т.А., Когай К.Д. Разработка направлений по повышению эффективности системы формирования и использования прибыли // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. №4. Т. 6. С. 108–111.
2. Когай К.Д. Теоретические аспекты формирования и использования прибыли // Экономика и управление: проблемы, анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов I Международной научно-практической конференции (Новосибирск, 15 сентября – 31 октября 2017 г.). Новосибирск: ООО «Центр развития научного сотрудничества», 2017. С. 87–95.
3. Лазарева Г.И., Ефремова Л.А. Управление формированием и использованием прибыли организации. Ставрополь: ООО «Издательско-информационный центр «Фабула», 2017. 150 с.
4. Ефимова О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений. М.: Омега-Л, 2014. 348 с.
5. Журина Н.А., Плисова А.Б. Оптимизация путей использования прибыли // Современная экономика: Актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей победителей VIII Международной научно-практической конференции (Пенза, 20 июня 2017 г.): в 2-х ч. Пенза: Наука и просвещение, 2017. Ч. 1. С. 120–122.
6. Фадеева В.В., Ваняшкина Н.В. Прибыль как конечный финансовый результат // Новая наука: Современное состояние и пути развития. 2016. №4–1. С. 271–273.
7. Алферина О.Н., Аляпкина И.А. Бережливое производство как инструмент повышения эффективности деятельности предприятия // Финансовая экономика. 2018. №6 (ч. 6). С. 676–678.

УДК 330.3:332.1:37

**А. И. Барановский**

Культурно-просветительский научно-образовательный фонд «Прииртышье», Омск,  
e-mail: volvach@yandex.ru

**В. Г. Вольвач**

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, Омск,  
e-mail: volvachvg@gmail.com

## **ОБРАЗОВАНИЕ – ОСНОВНОЙ РЕСУРС СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И ФОРМИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО КЛАССА**

**Ключевые слова:** инновации, инновационный вуз, средний класс, образовательный капитал, корпоративная культура, социализация молодежи, доступность образования.

Статья посвящена инновационному образованию, как основной методологии в теории и практике управления образовательными организациями, его роли в стратегиях социально-экономического развития регионов, создания благоприятного инвестиционного климата. Высшее профессиональное образование, основанное на инновационной субъект-субъектной парадигме, является не только источником пополнения человеческого капитала, но и формирования особой социальной категории – среднего класса, а вместе с ним – социально-культурной среды, без которой невозможно развитие инновационной экономики. Все это дает основания обозначить тесные связи между развитием инновационного образования, формированием среднего класса, инвестиционным климатом, и в конечном итоге – инновационной экономики; данная модель работает как на уровне отдельных регионов, так и страны в целом. Необходимым условием для развития инновационных высших учебных заведений является обеспечение доступа к высшему образованию самых широких слоев населения, что решает, кроме всего прочего, и проблему социализации молодежи. Таким образом, инновационное образование является необходимым условием для формирования среднего класса, увеличения качества человеческого капитала в структуре трудовых ресурсов, создания определенной социо-культурной среды, без которой нет благоприятного инвестиционного климата для инновационной экономики.

**A. I. Baranovsky**

Cultural and educational scientific-educational fund «Priirtyshye», Omsk,  
e-mail: volvach@yandex.ru

**V. G. Volvach**

Omsk State University. F.M. Dostoevsky, Omsk, e-mail: volvach.vladimir@gmail.com

## **EDUCATION IS THE MAIN RESOURCE OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS AND FORMATION OF THE MIDDLE CLASS**

**Keywords:** innovation, innovative higher education institution, middle class, educational capital, corporate culture, socialization of youth, access to education.

The article is devoted to innovative education as the main methodology in the theory and practice of management of educational organizations, its role in the strategies of social and economic development of regions, and the creation of a favorable investment climate. Higher professional education, based on an innovative subject-subject paradigm, is not only a source of replenishment of human capital, but also the formation of a special social category – the middle class, and with it – the socio-cultural environment without which it is impossible to develop an innovative economy. All this gives grounds to identify the close links between the development of innovative education, the formation of the middle class, the investment climate, and ultimately – the innovative economy; This model works both at the level of individual regions and the country as a whole. A prerequisite for the development of innovative higher education institutions is the provision of access to higher education for the widest segments of the population, which solves, among other things, the problem of the socialization of young people.

### **Введение**

Проблемы создания и развития цифровой экономики находятся в центре внимания и руководства страны, и экспертного сообщества и ученых, исследу-

ющих эту проблематику. Что здесь является наиболее важным? На глобальном уровне мы отмечаем определенную особенность этого перехода – инновационный сектор экономики, который

является ведущим двигателем экономик развитых страны, не получает должного развития в экономиках стран развивающихся.

Развивающиеся страны охотно импортируют технологические производства, в том числе достаточно наукоемкие, однако, в лучшем случае добиваются права называться «мировой фабрикой», в то время как место разработчика этих технологий остается за развитыми странами. Причина состоит в том, что инновационное производство является не только результатом развития индустрии, как таковой, но и в значительной степени науки и даже культуры. Производство инноваций может осуществляться только в определенной социокультурной среде.

Все это дает основания по-новому поставить вопрос о связи между инновационной экономикой и инновационным образованием. Институт образования является гораздо более консервативным, чем институт экономики, он сильнее детерминирован с социокультурной средой, которая также обладает определенной инерцией, все это и сдерживает развитие инновационной экономики в странах третьего мира.

Системная связь между развитием инновационного образования и развитием инновационной экономики прослеживается не только в структуре мировой экономики; данная модель оказывается работающей и на региональном уровне, где она оформляется в виде отношения между уровнем развития образования и инвестиционным климатом региона.

### **Цель исследования**

Целью исследования, проведенного Фондом «Прииртышье» совместно с кафедрой социологии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского, было выяснить аспекты инвестиционного климата Омского региона, а также факторы, содержащиеся в системе высшего и профессионального образования, влияющие на качество человеческого капитала, и тем самым – на инвестиционный климат.

### **Материал и методы исследования**

Общеизвестно влияние на инвестиционный климат такого фактора как

уровень человеческого капитала. Однако категория человеческого капитала имеет сложную структуру,[1] о чем авторы сообщали ранее; эта структура влияет на компетенции трудовых ресурсов, без которых невозможно развитие инновационной экономики.

Сведя воедино элементы структуры человеческого капитала, мы получаем пять базовых компетенций современного специалиста, востребованных на рынке труда:

1. Профессиональная компетенция – владение запасом профессиональных знаний, умений и навыков.

2. Компетенция саморазвития – способность к самообучению, творческому развитию, совершенствованию.

3. Менеджерская компетенция – способность к организации и самоорганизации, предпринимательству.

4. Компетенция корпоративной культуры, предполагающая владение общими ценностями (отношение к труду, к собственности, например), навыками организационного поведения и трудовой мотивации.

5. Компетенция социализации – владение компьютером, знание иностранных языков, умение водить машину и проч.

Как мы видим, как минимум, две из пяти базовых компетенций зависят в своем формировании от социокультурной среды и процесса социализации молодежи.

Обо всем этом можно было не говорить, если бы за этим процессом не скрывалась действительно фундаментальная проблема современного российского общества. Характер связи с социокультурной средой сам по себе еще проблемой не является; проблемой является процесс, который социологи определяют довольно заскорузлым термином: «социализация».

Строго говоря, социализация – это не совсем воспитание, не полностью приобщение к культуре и уж вовсе не национализация – это процесс, в ходе которого человек становится членом общества и гражданином государства. Два социальных института – семья и школа, содержание этого процесса определяют процентов на восемьдесят; остальное делают улица, социальные сети, телевидение (которое видный российский социолог Бестужев-Лада обвинял в «растлении малолетних»).

Как в этом процессе участвует собственно школа – тема отдельного разговора, но завершающий этап происходит в техникуме или вузе, и этот этап в значительной мере предопределяет весь результат.

Во всех ведущих странах система профессионального (и прежде всего – высшего) образования эффективно работает, как механизм, воспроизводящий и обновляющий общество и государство. Именно поэтому государственная политика в области высшего образования имеет такое же стратегическое значение, как политика в области экономики и национальной безопасности.

Вот несколько результирующих показателей, которые исследованы в статистическом сборнике, выпущенном Высшей школой экономики [2], и которые свидетельствуют о таком социальном параметре, который именуется как «доступ к высшему образованию».

С 2010 года доступ к высшему образованию у нас стал определять ЕГЭ, в 2012 году был принят Федеральный закон «Об образовании», в это же время на максимальных оборотах заработал механизм лишения государственной аккредитации вузов из-за несоответствия федеральному государственному образовательному стандарту, осуществляемый Рособрнадзором.

Проблема стандартизации высшего образования, нужно пояснить, является весьма дискуссионной. Как всякий социальный институт, образование регулируется самим обществом применительно к социальным потребностям, поэтому стандарты качества в нем не могут быть жесткими, раз и навсегда определенными; мало того, вместе с рынками труда, стандарты профессионального образования привязаны к конкретным территориям и секторам экономики.

Вот почему образование – один из самых консервативных социальных институтов, соответствие национальной традиции в нем является необходимым и неизбежным, насаждаемое у нас «европейское» образование (даже если оно состоится) будет выпускать специалистов для Европы, но не для России. И совсем катастрофической выглядит в этом плане проблема социализации молодежи.

То есть главная проблема нынешнего высшего образования – это противоречие между общенациональной стратегией, которая все больше приобретает антизападный характер, и процессом социализации в вузе, который все еще регулируется по сути западными ценностями, прививает молодежи западные установки и мотивацию поведения.

И вот первые результаты. Численность студентов вузов в 2010 году составляла 7049,8 тыс. чел., в 2016 году – 4399,5 тыс. чел., то есть уменьшилось в 1,6 раза. Это и не удивительно – за это же время система высшего образования уменьшилась на 297 вузов; в том числе количество государственных и муниципальных сократилось на 152, частных на 146.

Если частные вузы закрывались, так сказать, целиком, то снижение количества государственных вузов происходило, в основном, за счет закрытия провинциальных филиалов. И здесь выявилась еще одна особенность. Предполагалось, что введение ЕГЭ облегчит доступ провинциальным школьникам к столичным и престижным вузам, поэтому необходимости в филиалах как бы нет.

При этом было проигнорировано мнение вузовского сообщества о том, что доступ к высшему образованию определяется не вступительными испытаниями, а разницей в уровне жизни, с одной стороны, в столице и провинции, с другой стороны – в областном центре и на селе. Попросту говоря, школьник из провинции может поступить в столичный вуз на основе ЕГЭ, но учебу в нем провинциальные родители попросту не потянут – не хватит доходов.

Статистические данные, содержащиеся в упомянутом исследовании, подтверждают это: ежегодные расходы на оплату услуг образования в расчете на 1 члена домохозяйства с 2000 по 2016 год выросли почти в 12 раз – со 137 до 1591 руб.; причем обучение в государственных и муниципальных образовательных организациях высшего образования (оплата за семестр) выросла более, чем в 7 раз, в негосударственных – почти в 5 раз.

Количество населения с высшим образованием по данным на 2016 год составляет 304 человек на 1000 населения

в возрасте от 25 до 64 лет, указавших уровень своего образования. По данным переписи населения 2010 года сравнимый показатель составлял чуть больше 303 человек. То есть, за все эти годы удельный вес людей с высшим образованием за годы усиленной модернизации практически не увеличился, и мы все еще отстаем по сопоставимому показателю от США, Великобритании, Республики Корея, Швеции, Канады...

В обществе все еще велик запрос на высшее образование, хотя доступ к нему все больше ограничивается. Высшее образование – способ социализации, благодаря которому молодой человек получает социальный статус, хорошее рабочее место, обеспеченный заработок.

Доступность высшего образования, кроме проблем социализации, предопределяет и экономическое развитие региона: уровень человеческого капитала, основу которого составляет высшее профессиональное образование, является ключевым фактором создания инвестиционного климата, который должен способствовать привлечению наукоемких технологий. Сейчас уже ясно, что без инновационного образования все эти проблемы решить нельзя.

Зародившаяся в Омской академии экономики и предпринимательства научная школа управления инновационным образованием накопила значительные разработки по методологии управления инновационным вузом, в том числе, на парадигмальном уровне.

Основные положения научной школы можно найти в ряде опубликованных работ [3].

Инновационная парадигма образовательного процесса – это подход, основанный на активном взаимодействии преподавателя и студента в получении новых знаний и приобретении в ходе этого компетенций саморазвития и самосовершенствования. Следовательно, главными задачами, решаемыми в системе современного профессионального образования, основанного на инновационной парадигме, являются:

- организация образовательного процесса, максимально способствующего передаче профессиональных знаний, умений и навыков на основе современных информационных технологий;

- развитие инновационного потенциала будущих специалистов, определяемого как способности к самоорганизации, направленной на профессиональное самосовершенствование и развитие технологий поиска и принятия нестандартных решений;

- поддержание социокультурной среды, максимально способствующей приобщению к основным ценностям той части среднего класса, для которого основным богатством является высшее образование и профессионализм, как решающего условия будущей самореализации;

- создание системы управления, решающей эти три задачи в диалектическом единстве и взаимосвязи.

Управление деятельностью инновационного вуза, имеет своей целью решение двуединой задачи – обеспечение ресурсами развитие инновационных процессов; обеспечение соответствующей социокультурной среды, в рамках которой эти процессы имеют полноценное развитие. В первом случае это сводится к поддержанию инновационной среды, как комплекса информационных, технологических, интеллектуальных и материально-технических ресурсов поддержки инновационной деятельности в вузе; во втором случае речь идет об управлении социокультурными отношениями, главным инструментом которого является организационная культура. Фундаментальным условием инновационного процесса является свобода творчества, поэтому ядром инновационной организационной культуры является общие для участников представления о характере окружающего мира, реальности, времени, пространства, человеческой природы, человеческой активности, человеческих взаимоотношений, образующие идеологию организации, которая, в свою очередь находит выражение в групповых интересах. Взаимодействие индивидуальных интересов и групповых оказывает определяющее влияние на ценности.

Специфика профессионального учебного заведения состоит в том, что организационная культура является, с одной стороны, сферой коллективного осознания системы социальных отношений, с другой стороны – сферой приобщения студентов к социальным ценностям

для формирования и роста социального капитала, в силу этих особенностей организационная культура учебного заведения неизбежно становится объектом управления.

Утверждение о том, что высшее образование, увеличивая социальную категорию профессионалов высокого уровня, не просто приумножает человеческий капитал, но и формирует средний класс, распространено в научной среде [4, 5, 6].

Необходимо только уточнить, что средний класс формируется не высшим образованием вообще, а в первую очередь, инновационным высшим образованием, которое не только приумножает знания, но и развивает компетенции, составляющие фундамент человеческого капитала. хотя здесь сохраняется еще немало дискуссионных вопросов.

Проблематика среднего класса вот уже полвека вызывает самые противоречивые оценки специалистов по социологии и социальной философии. Множественность критериев, позволяющих относить того или иного индивида к среднему классу – и не только критериев, но даже подходов, – составили этой социальной группе характер неуловимого, таинственного, загадочного. В российской социологической литературе, несмотря на то, что наши социологи подключились к этой проблематике довольно поздно, накопилось уже много публикаций, обнародующих результаты исследования этого социального слоя (работы Т.И. Заславской, В.В. Радаева и О.Н. Шкаратана, Р.В. Рывкиной, В.И. Ильина, Е.Н. Старикова, Н.Е. Тихоновой С.С. Балабанова, и других).

Главной проблемой для российских социологов стала малочисленность так называемого среднего класса: несмотря на все усилия, его доля в социальной структуре российского общества никак не достигала более 30%. Разработавшая наиболее полную и аргументированную концепцию социальной структуры российского общества, Т.И. Заславская предложила модель иерархической социальной стратификации, в которой фигурирует не «средний класс», а более адекватное стратификационному подходу понятие слоя (страты). Две страты, которые могут быть отождествлены

со средним классом, верхний средний и средний слой тем не менее представляют меньшинство общества: по подсчетам автора, верхний средний слой составлял 1% дееспособного населения России в 1993 году и 1,4% в 1995-м, средний слой возрос в тот же период с 22,9 до 28,3%. В публикации 1998 года (К вопросу о «среднем классе» в российском обществе // Мир России. 1998. №4) Заславская вместо верхнего среднего слоя определяет просто верхний слой, насчитывающий 5–6% самодельного населения; удельный вес среднего слоя теперь составляет 14–18%.

Большинство исследователей выявляют сильную гетерогенность российского среднего класса, особенно в ментальной и ценностной части; эта гетерогенность настолько сильна, что возникает вопрос: а можно ли объединять все эти разнородные группы интересов в одну социальную общность?

Несмотря на это, главной особенностью среднего класса является способность саморазвиваться, увеличивать свою основу – профессиональный капитал, и инновационное образование для достижения этих целей является главным ресурсом.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Социально-экономические положения о взаимозависимости инвестиционного климата, накопленного человеческого капитала в регионе и практики инновационного образования содержатся еще в ряде исследований научной школы инновационного образования А.И. Барановского. Эти идеи были апробированы в ходе научно-практических конференций «Многоуровневое образование в социальном пространстве города» [7].

### **Выводы (или заключение)**

Таким образом, инновационное образование является необходимым условием для формирования среднего класса, увеличения качества человеческого капитала в структуре трудовых ресурсов, создания определенной социо-культурной среды, без которой нет благоприятного инвестиционного климата для инновационной экономики.

*Библиографический список*

1. Вольвач В.Г. Социальные сети – фактор массовизации среднего класса/Современные научные исследования: теория, методология, практика. Омск: Изд-во Омского экономического института, 2013 г. С. 368–377.
2. Образование в цифрах: 2018: краткий статистический сборник / Л.М. Гохберг, Г.Г. Ковалева, Н.В. Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 80 с. 200 экз. ISBN 978-5-7598-1767-3 (в обл.)
3. Барановский А.И., Вольвач В.Г. Инновационный вуз: методология управления / А.И. Барановский, В.Г. Вольвач. Омск: Изд-во: АНО ВО «Омский экономический институт», 2017. 175 с.
4. Бобков В.Н. Социальные структуры и средние классы: взгляд на Россию // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. №4 2014. С. 28–41. ISSN: 1026-356Хе. -ISSN: 2542-226Х.
5. Спесивцева А.Л. Сравнительная характеристика среднего класса в стратификационных концепциях социально-экономической структуры общества // Бизнес. Образование. Право. №2 (23). 2013. С. 174–178.
6. Мартынова О.А., Хайруллина Ю.Р., Тюленев А.И. Средний класс и предпринимательство: особенности и взаимосвязь // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. №12. 2017. С. 147–153.
7. Многоуровневое образование в социальном пространстве города // Сборник материалов Межвузовской научно-практической конференции / под общ. ред. А.И. Барановского. Омск: Издательство: Омский экономический институт, 2018.

УДК 338

*Р. С. Видищева*

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) ФГОБУ ВО «Оренбургский государственный университет», Орск, e-mail: vid1185@yandex.ru

## ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ ПРОДУКТА МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

**Ключевые слова:** ценностная цепочка, продукт, пищевая промышленность, молоко, молочная продукция, холдинг, интегрированная структура, стоимость.

В статье проводится аналитический обзор состояния молочной промышленности Оренбургской области за период 2010–2017 гг. Особое внимание уделяется отдельным звеньям ценностной цепочки создания стоимости продукта молочной пищевой промышленности. Обосновывается целесообразность формирования холдинговых структур в Оренбургской области с целью оптимизации производственного процесса и повышения качества молочных продуктов, а также роста уровня удовлетворенности населения региона в продуктах молочной пищевой промышленности.

По результатам исследования сделаны выводы выявлен ряд организационно-экономических особенностей процесса формирования цепочки создания стоимости продукта молочной промышленности региона, заключающиеся в наличии большого количества разрозненных сельхозпроизводителей, незначительном количестве региональных и межрегиональных интегрированных структур холдинговой направленности, а также отсутствии в области инновационных форм интеграции – кластеров и предпосылок для их создания.

*R. S. Vidishchev*

Orsk humanitarian and technological Institute (branch) of the FGOBU IN «Orenburg State University», Orsk, e-mail: vid1185@yandex.ru

## ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FEATURES OF FORMATION OF A VALUE CHAIN OF A PRODUCT OF THE DAIRY INDUSTRY OF THE ORENBURG REGION

**Keywords:** value chain, product, food industry, milk, dairy products, holding, integrated structure, cost.

The article provides an analytical review of the dairy industry of the Orenburg region for the period 2010–2017. Special attention is paid to the individual links of the value chain of the dairy food industry. The expediency of formation of holding structures in the Orenburg region for the purpose of optimization of production process and improvement of quality of dairy products, and also growth of level of satisfaction of the population of the region in products of the dairy food industry is proved.

According to the results of the study, the conclusions revealed a number of organizational and economic features of the process of forming the value chain of dairy products in the region, consisting in the presence of a large number of disparate agricultural producers, a small number of regional and interregional integrated structures of holding orientation, as well as the absence in the field of innovative forms of integration – clusters and prerequisites for their creation.

### Введение

Главное направление животноводства Оренбургской области – молочно-мясное скотоводство. Оно дает 2/3 стоимости товарной продукции данной отрасли сельского хозяйства. Скотоводство распространено на всей территории региона, но, в наиболее засушливых восточных районах поголовье крупного рогатого скота невелико, поэтому главным образом в данной местности разводится скот мясного направления, а не молочного [2, с. 133].

**Цель исследования** заключается в том, чтобы определить организационно-экономические особенности формирования ценностной цепочки создания стоимости продукта молочной пищевой промышленности Оренбургской области посредством аналитического исследования статистических показателей за ряд лет.

### Материал и методы исследования

Сведения об объемах производства молока и основных видов продукции молочной промышленности представлены в динамике за 2010–2017 гг. в табл. 1.

**Таблица 1**

Объем производства молока и основных видов продукции молочной промышленности в Оренбургской области за 2010–2017 гг. [4, с. 346, 356; 5, с. 315, 324]

Вид продукции	2010 г.	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	тыс. т	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.	тыс. т	в % к 2010 г.
<b>Продукция сельского хозяйства</b>									
Молоко	861,1	811	94,2	797,5	92,6	756,5	87,9	708,1	82,2
<b>Продукция молочной промышленности</b>									
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	94,1	81,6	86,7	83,8	89,1	90,9	96,6	73,1	77,7
Масло сливочное	2,7	3,0	111,1	2,9	107,4	2,5	92,6	3,1	114,8
Сыры, продукты сырные и творог	1,2	0,4	33,3	0,4	33,3	0,5	41,7	2,5	208,3

Из таблицы видно, что ежегодно сокращаются объемы производства как продукции сельского хозяйства, так и продукции непосредственно молочной промышленности.

Объем производства молока в Оренбургской области сокращается. В 2010 г. в регионе произведено 861,1 тыс. т. молока. В 2014 г. данный показатель сократился на 5,8%, в 2015 г. наблюдается снижение объемов производства по сравнению с 2010 г. на 7,4%. В 2016 и 2017 гг. сокращение объемов производства молока произошло на 12,1 и 17,8% соответственно.

По продукции молочной промышленности ситуация развивается следующим образом. В 2010 г. цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) произведено 94,1 тыс. т. В 2014 г. по сравнению с 2010 г. объем производства сократился на 18,4%, что расценивается как негативная динамика. На протяжении 2015–2016 гг. наблюдается в некоторой степени увеличение объемов производства продукции на 2,4 и 7,5% соответственно. Но к концу 2017 г. заметно стремительное снижение объемов производства цельномолочной продукции (в пересчете на молоко) в Оренбургской области до уровня 73,1 тыс. т., что составляет около 77,7% от уровня производства в 2010 г.

В отношении масла сливочного в Оренбургской области на протяжении исследуемого периода времени наблюдается положительная динамика. еже-

годно объемы производства данного продукта возрастают.

Начиная с 2010 г. динамика в отношении производства сыров, продуктов сырных и творога в регионе негативная. Невысокий объем производства данных видов продуктов и стабильное его снижение свидетельствуют об ухудшении ситуации.

В интервью информационному агентству «РИА Новости» Исполнительный директор Ассоциации производителей и поставщиков продовольственных товаров РФ («Русспродсоюз») Дмитрий Востриков обратил внимание на значительное увеличение предложения российских товаров на полках магазинов в 2017 г. «Общую долю российских продуктов питания на прилавках сетей мы оцениваем на уровне 80%, в то время как до введения Россией контрсанкций доля импортных продуктов превышала одну треть». [11]. Ограничения, хотя и лишили россиян части привычных им продуктов, способствовали притоку инвестиций в российское сельское хозяйство и росту производства.

Если анализировать структуру объема производства основных видов сельскохозяйственной продукции в Оренбургской области по категориям хозяйств в 2017 г., целесообразно обратиться к рис. 1.

Данные о самообеспеченности продукцией молочной пищевой промышленности в Оренбургской области в 2016–2017 гг. представлены в табл. 2.

**Таблица 2**

Объем собственного производства основных видов продукции молочной пищевой промышленности в Оренбургской области за 2016–2017 гг. [4, с. 346, 356; 5, с. 315, 324]

Вид продукции	Объем производства, тыс. т		Нормы потребления на душу населения, кг/год <sup>1</sup>	Нормативная годовая потребность в продуктах питания, тыс. т		Самообеспеченность продуктами собственного производства, %	
	2016 г.	2017 г.		2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.
Молоко и цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	847,4	781,2	297	590,9	587,4	143,4	133,0
Масло сливочное	2,5	3,1	2	4,0	4,0	62,8	78,4
Сыры, продукты сырные и творог	0,5	2,5	26	51,7	51,4	1,0	4,9

Из табл. 2 видно, что по продукции вида «Молоко и цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)» население Оренбургской области полностью покрывает собственные потребности как в 2016 г., так и в 2017 г. При нормативной годовой потребности в продуктах питания в объеме 590,9 тыс. т. в 2016 г. объем производства в регионе покрывал ее на 143,4%, т. е. произведено было 847,4 тыс. т. молока и цельномолочной продукции (в пересчете на молоко). В 2017 г. объем покрытия сократился (учитывая даже снижение нормативной годовой потребности до 587,4 тыс. руб.), но не превысил порогового значения.

В отношении масла сливочного и сыров, продуктов сырных и творога ситуация развивается негативным образом. Годовая потребность в производстве масла сливочного в 2016 г. в полном объеме не покрывается, население региона испытывает дефицит данного продукта питания

в размере 37,2% от нормативной годовой потребности. В 2017 г. уровень дефицита сократился до 21,6%, но по-прежнему, находится на достаточно высоком уровне. Аналогичная ситуация складывается и в отношении сыров, продуктов сырных и творога. Обращаясь к данным табл. 1, из которой видно, что в 2017 г. объем собственного производства масла сливочного и сыров, продукции сырной и творога в Оренбургской области стремительно возросли, можно сделать выводы что в большинстве своем обозначенная продукция реализуется за пределами области, не позволяя в первую очередь населению региона потреблять продукцию собственного производства.

Уровень использования среднегодовой мощности по производству отдельных видов молочной продукции в Оренбургской области за 2010–2017 гг. оценим по данным табл. 3.

**Таблица 3**

Уровень использования среднегодовой мощности по производству отдельных видов молочной продукции в Оренбургской области за 2010–2017 гг., % [1, с. 39–42]

Вид продукции	2010 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	59,1	53,5	54,7	54,3	68,1
Молоко и сливки сухие, сублимированные	37,0	38,2	33,8	35,6	37,3
Масло сливочное	25,8	31,5	35,4	33,2	25,7
Сыры и продукты сырные	28,7	26,7	17,4	8,6	10,2
Творог	–	–	–	–	63,1
Продукты кисломолочные (кроме творога)	–	–	–	–	65,7
Мороженое	–	–	–	–	42,3
Продукция молочная для детского питания	–	–	–	–	36,3

<sup>1</sup> Установлены Приказом Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания» в целях импортозамещения в сельском хозяйстве.

На сегодняшний день материально-техническая база большинства организаций пищевой и перерабатывающей промышленности остается слабой. Эти выводы подтверждают данные табл. 3. Незрелая инфраструктура хранения, транспортировки и холодильной обработки скоропортящегося сырья и продовольствия не позволяет комплексно перерабатывать исходное сырье и создавать оптимальные условия для хранения продукции, что приводит к дополнительным потерям, снижению безопасности и качества продукции.

Оценка динамики уровня использования среднегодовой мощности по производству отдельных видов молочной продукции позволила сделать следующие выводы. Наибольший процент уровня использования среднегодовой мощности имеет место в производстве цельномолочной продукции (в пересчете на молоко). В 2010 г. данный показатель находился на уровне 59,1%. На протяжении 2014–2016 гг. наблюдаются колебания относительно уровня использования среднегодовой мощности, а уже к концу 2017 г. замечен стремительный прирост данного показателя до 68,1%.

В производстве молока и сливок сухих, сублимированных процент использования среднегодовой мощности на протяжении всего исследуемого периода времени колеблется в пределах 33,8–38,2%. По маслу сливочному ситуация развивается аналогичным образом.

Достаточно низкий процент уровня использования среднегодовой производственной мощности имеет место относительно производства сыров и продуктов сырных. Причем в 2015 г. показатель снижается до 17,4%, а к концу 2016 г. до 8,6%. В 2017 г. наметилась некоторая положительная тенденция, исследуемый показатель увеличился до 10,2%, но по-прежнему, достаточно низок.

В Оренбургской области ведется активная грантовая поддержка глав крестьянских (фермерских) хозяйств с целью их дальнейшего развития в рамках региона. Подробная информация располагается на официальном

сайте Министерства сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности Оренбургской области. Начиная с 2012 г. грантовую поддержку получили 146 глав крестьянских (фермерских) хозяйств региона на общую сумму 340,5 млн руб. В 2015 г. были заложены дополнительные средства согласно Государственной программе «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции сырья и продовольствия Оренбургской области на 2013–2020 гг.». На эти цели в областном бюджете были предусмотрены средства на финансирование мероприятий по развитию семейных животноводческих ферм в объеме 40999,0 тыс. руб. и начинающих фермеров – в объеме 36976,0 тыс. руб.

Производство молочной продукции – сложный, многоступенчатый процесс, который охватывает большое количество участников. Если рассматривать комплексно процесс производства молочной продукции, то представить его можно в виде ценностной цепочки создания стоимости продукта пищевой (молочной) продукции (далее – ЦЦССМП).

Состав основных звеньев и участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов (ЦЦССМП) можно наблюдать на рис. 1.

Каждое звено ЦЦССМП, соответствующее определенному коду ОКВЭД, включает в себя ряд хозяйствующих субъектов, осуществляющих конкретный вид деятельности.

Перечень организаций-участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющие разведение молочного крупного рогатого скота и производство сырого молока в Оренбургской области в разрезе трех экономических районов региона представлены в табл. 4.

Из табл. 4 видно, что каждая экономическая зона Оренбургской области располагает хозяйствующими субъектами, занимающимися разведением молочного крупного рогатого скота и производством сырого молока. Наибольшая активность в обозначенной сфере наблюдается в Западном экономическом районе Оренбуржья, который

представлен семью районами. В абсолютном выражении наибольший объем выручки за 2015–2017 гг. наблюдается в ООО «МТС АК «Ташлинский» – 635613,0 тыс. руб., хотя рентабельность продаж при этом составляет 14,8%. Наиболее рентабельными предприятиями Западного экономического района явились ООО «Нива» (Ташлинский район) с рентабельностью продаж в 32,6%, ООО «Луговое» (Курманаевский район) с рентабельностью продаж 27,3% и ООО «Елань» (Асекеевский район), рентабельность продаж которого составила 25,6%. Тощкий и Северный районы области представлены единичными убыточными предприятиями данной сфе-

ры деятельности с убыточностью 28,9 и 8,1% соответственно.

Центральный экономический район Оренбургской области представлен меньшим количеством участников ценностной цепочки. Наибольший объем выручки обеспечен СПК Колхоз «Красногорский», который в абсолютном выражении получил выручку за 2015–2017 гг. в объеме 427529 тыс. руб., рентабельность продаж за исследуемый период времени составила 14,3%. При относительно небольших объемах выручки участников ценностной цепочки данный экономический район отличается максимальными значениями рентабельности продаж.



Рис. 1. Состав основных звеньев и участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов (ЦЦССМП) (составлен авторами на основе ОКВЭД [8])

Таблица 4

Организации-участники ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющие разведение молочного крупного рогатого скота и производство сырого молока в Оренбургской области в разрезе экономических районов\*

Район	Наименование организации	Среднегодовое значение		
		выручки, тыс. руб.	прибыли, тыс. руб.	рентабельно- сти продаж, %
за 2015–2017 гг.				
<b>Западный экономический район</b>				
Асекеевский	ООО «Елань»	287204	73508	25,6
	Колхоз имени Димитрова	115466	10396	9,0
	ООО «Юдинское»	60653	13434	22,1
Бузулукский	ООО «Альфа»	136951	6837	5,0
	ООО «Возрождение»	95405	18167	19,0
Грачевский	ООО «Верхнеигнашкинское»	60721	13950	23,0
Курманаевский	ООО «Луговое»	143399	39211	27,3
Серевный	ООО «Добрино»	23053	–1862	–8,1
Тоцкий	АО «Племзавод им. Свердлова»	54995	–15870	–28,9
Ташлинский	ООО «МТС АК «Ташлинский»	635613	94186	14,8
	ЗАО «Степное»	253752	39267	15,5
	ЗАО им. Калинина	255211	34401	13,5
	СХПК Колхоз «Гигант»	86117	6900	8,0
	ООО «Нива»	143683	46832	32,6
<b>Центральный экономический район</b>				
Октябрьский	СПК Колхоз имени Кирова	224885	34190	15,2
	ООО имени С.А. Попова	118680	57453	48,4
	ЗАО «Нива»	299509	72832	24,3
Оренбургский	ООО «Агрофирма» Промышленная»	38009	8686	22,9
Сакмарский	Сельхозартель (Колхоз) СХА имени Карла Маркса	93559	2918	3,1
Саракташский	СПК Колхоз «Красногорский»	427529	61165	14,3
	СПК «Рассвет»	126163	32392	25,7
Тюльганский	ООО «Металлург»	72065	2694	3,7
Шарлыкский	ООО «Шарлыкский Агронаб»	102327	11351	11,1
<b>Восточный экономический район</b>				
Гайский	ООО «Амалия»	4776	1104	23,1
Домбаровский	КФХ «НСАН»	5365	857	15,9
Ясненский	ООО «Заря»	3797	637	16,8

Примечание. \* Составлено авторами на основе данных справочной системы Rusprofile.ru [7].

Самым неблагоприятным экономическим районом по количеству участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющих разведение молочного крупного рогатого скота и производство сырого молока, является Восточный экономический рай-

он. Организации-участники ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющие производство молока (кроме сырого) и молочной продукции в Оренбургской области в разрезе экономических районов за период 2015–2017 гг. представлены в табл. 5.

Таблица 5

Организации-участники ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющие производство молока (кроме сырого) и молочной продукции в Оренбургской области в разрезе экономических районов\*

Район (количество организаций)	Наименование организации	Среднегодовое значение за 2015–2017 гг.		
		выручки, тыс. руб.	прибыли, тыс. руб.	рентабельности продаж, %
<b>Западный экономический район</b>				
Абдулинский	АО «Молкомбинат Абдулинский»	34729	–14229	–41,0
Асекеевский	ООО «Юдинское»	60653	13434	7,4
Бугурусланский	ООО «МК «Бугурусланский» создано 15.05.2018	–	–	
Бузулукский	ООО «Бузулукское Молоко»	316222	10863	3,4
	ООО «Бугурусланский Сыродельный Завод»	31295	–4507	–14,4
Северный	ООО «Северное Молоко»	35296	–475	–1,3
Ташлинский	ООО МПЗ «Ташлинский»	1551362	102310	6,6
<b>Центральный экономический район</b>				
Октябрьский	ООО «Октябрьское Молоко»	201572	–1557	–0,8
Оренбургский	ООО «А7 Агро – ОМК»	1998500	41988	2,1
	ООО «Оренбургский Хладокомбинат»	490897	17830	3,6
	ООО «Оренбургмолоко»	948614	21549	2,3
Новосергеевский	АО «Новосергеевский маслозавод»	317906	5303	1,7
Переволоцкий	ООО «Родник»	5191	24	0,5
Саракташский	ООО «Степь»	71130	6765	9,5
Шарлыкский	ОАО Шарлыкский «Агроснаб»	76868	–1061	–1,4
<b>Восточный экономический район</b>				
г. Новотроицк	ООО «Молоко»	402163	32773	8,1
Новоорский	ООО «Ириклинский молочный завод»	62574	5904	9,4
	ООО «Ирикля Молоко»	77576	4653	6,0

Примечание. \* Составлено авторами на основе данных справочной системы Rusprofile.ru [7].

Из табл. 5 видно, что ситуация с производством молока и молочной продукции в Оренбургской области напряженная. Хозяйствующие субъекты, осуществляющие производство молока и молочной продукции, функционирующие в различных экономических районах Оренбургской области, малоприбыльны или вовсе убыточны. Складывающаяся ситуация свидетельствует о целесообразности создания холдинговых структур, позволяющих оптимизировать различные звенья ценностной цепочки создания стоимости продукции молочной промышленности.

Количественная структура организаций-участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющих производство молока (кроме сырого) и молочной продукции Оренбургской области в разрезе экономических районов представлена в табл. 6.

На рис. 2 представлены возможные варианты интеграционного взаимодействия участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, сгруппированные в порядке возрастания сформированной ими добавленной стоимости.

Расчет добавленной стоимости каждого участника цепочки осуществлен с помощью метода вертикального сравнительного анализа средних розничных цен на основные виды молочных продуктов в России (молоко питьевое 2,5–3,2% жирности, творог, сливочное масло, сыры). Выявлено, что в ценностной цепочке молочных продуктов, якорное звено принадлежит сельхозпроизводителям, осуществляющим разведение молочного крупного рогатого скота и производство сырого молока, на долю которых приходится 38,7% добавленной стоимости.

Таблица 6

Количественная структура организаций-участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов, осуществляющих производство молока (кроме сырого) и молочной продукции в Оренбургской области в разрезе экономических районов\*

Район	Количество организаций, ед.				Удельный вес организаций, %			
	все-го	убы-точных	с объемом вы-ручки > 150 млн руб.	с ра-стущим объемом продаж	всего	убы-точных	с объемом выручки > 100 млн руб.	с ра-стущим объемом продаж
Западный	6	3	3	3	35,3	50,0	50,0	50,0
Центральный	8	2	4	3	47,1	25,0	50,0	37,5
Восточный	3	0	1	2	17,6	0,0	33,3	66,7
ИТОГО	17	5	8	8	100,0	29,4	47,1	47,1

Примечание. \* Составлено авторами на основе данных справочной системы Rusprofile.ru [7]

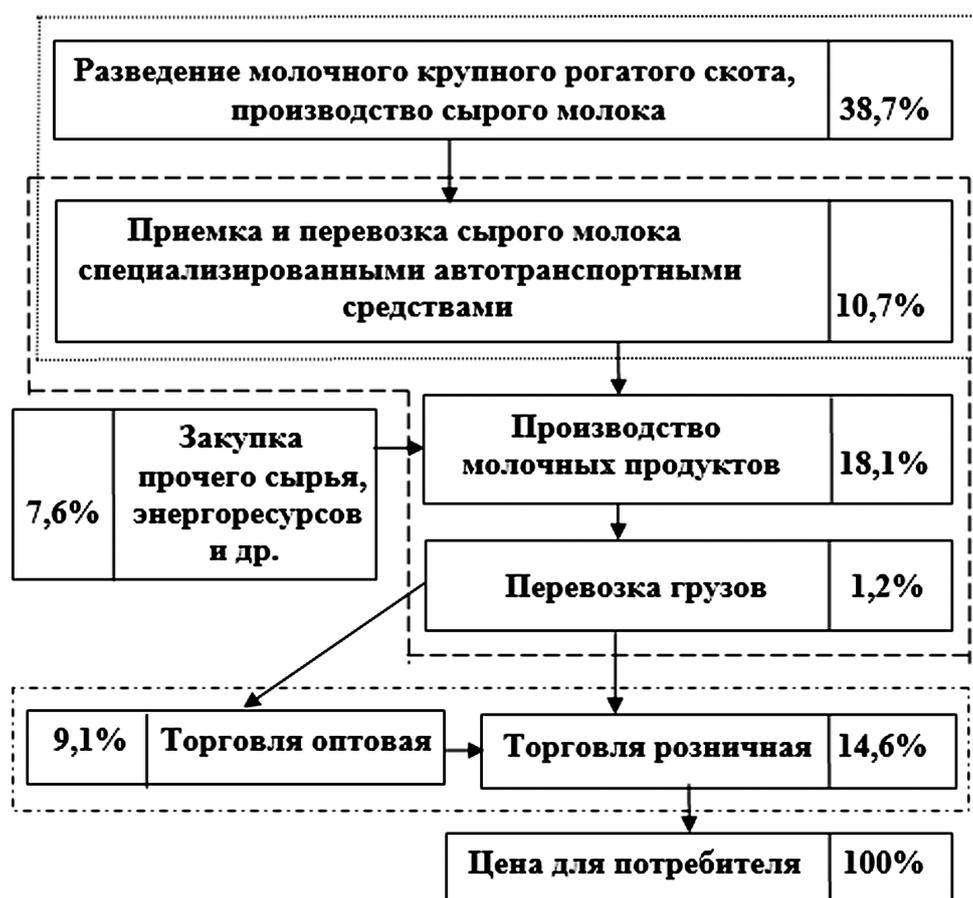


Рис. 2. Пропорции распределения добавленной стоимости между звеньями ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов

Определение якорного (ключевого) звена ценностной цепочки создания стоимости продукта является основой выбора направления интеграции («вперед» и/или «назад») при создании эффективных ин-

тегрированных структур в пищевой промышленности в форме холдингов, корпораций, совместных предприятий, государственно-частного партнерства, финансово-промышленных групп и кластеров.

**Выводы**

Проведенный анализ участников ценностной цепочки создания стоимости молочных продуктов в Оренбургской области позволил выявить следующие организационно-экономические особенности:

– наличие большого количества разрозненных сельхозпроизводителей сырого молока, удельный вес которых в общем объеме производства составляет: сельскохозяйственные органи-

зации – 25 %, хозяйства населения – 68,6 %, крестьянские (фермерские) хозяйства и индивидуальные предприниматели – 6,4 % [1];

– незначительное количество региональных и межрегиональных вертикально-интегрированных структур холдингового типа;

– отсутствие в регионе инновационных форм интеграции в агропромышленном комплексе – кластеров, а также предпосылок для их создания.

*Статья публикуется при поддержке гранта РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00050 «Методологический инструментарий управления ценностной цепочкой продукта пищевой промышленности в регионе (на примере Оренбургской области)».*

*Библиографический список*

1. Промышленное производство Оренбургской области: статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Оренбургской области. Оренбург. 2018. 140 с.
2. Чибилев, А.А. (мл.), Семенов Е.А. Очерки экономической географии Оренбургского края. Т. I. / А.А. Чибилев (мл.). Екатеринбург: ООО «УЦАО», 2014. 182 с. ISBN 978-5-9906027-2-4.
3. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2018: Стат. сб. / Оренбургстат. Оренбург, 2018. 530 с.
4. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2017: Стат. сб. / Стат. сб. / Оренбургстат. Оренбург, 2017. 508 с.
5. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 г. № 614 «Об утверждении Рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания».
6. Rusprofile.ru – глобальная справочная система по российским юридическим лицам и предпринимателям. Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru>.
7. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности» (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст) (ред. от 10.07.2018). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_163320/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/).
8. Центральная база статистических данных Федеральной службы государственной статистики. Средние потребительские цены (тарифы) на товары и услуги. Режим доступа: <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi?pl=1921001>.
9. Цены в России. 2018: статистический сборник / Росстат. М., 2018. 142 с. ISBN 978-5-89476-452-8.
10. Четыре года продэмбарго: как изменилась сфера торговли в России <https://ria.ru/20180806/1525980776.html>.
11. Постановление Правительства Оренбургской области от 29.12.2018 г. № 918-пп «Об утверждении государственной программы «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Оренбургской области».

УДК 330.143:303.725.34

*М. А. Горский*

ООО УК Рест-Групп, Москва, e-mail: gadjiagaev@mail.ru

*И. И. Епифанов*

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва,  
e-mail: epifanov.ivan91@gmail.com

## **ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ WACC И EVA В ОЦЕНКАХ СТРУКТУРЫ КАПИТАЛА И РЫНОЧНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОРПОРАЦИЙ**

**Ключевые слова:** модель WACC, модель EVA, эффективность корпорации, структура капитала, средневзвешенная стоимость капитала, экономическая добавленная стоимость, конкурентоспособность по затратам, нефтегазовая отрасль, крупнейшие нефтегазовые корпорации.

В статье рассматривается проблематика актуальности и обоснованности оценок структуры капитала и эффективности рыночной деятельности крупных производственных корпораций с использованием соответственно показателей WACC и EVA- средневзвешенной стоимости капитала и экономической добавленной стоимости, сформированной в ее операционном сегменте. Экономическое содержание и функциональная роль этих показателей различна, однако, по мысли авторов, их тесная связь обеспечивается общим вкладом в укрепление финансовой основы корпорации и повышение ее финансовой устойчивости в условиях неопределенности товарных и финансовых рынков. С целью подтверждения этого факта проведены расчеты динамики этих показателей для крупных нефтегазовых компаний, функционирующих в условиях развитых и развивающихся рыночных экономик: ПАО «Газпром» (Россия), Reliance Industries (Индия), Total (Франция) и Exxon Mobile (США).

*М. А. Gorskiy*

Rest-Group, LLC, Moscow, e-mail: gadjiagaev@mail.ru

*I. I. Epifanov*

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: epifanov.ivan91@gmail.com

## **PRACTICE OF APPLICATION OF WACC AND EVA INDICATORS IN EVALUATION OF CAPITAL STRUCTURE AND MARKET EFFICIENCY OF PRODUCTION CORPORATIONS**

**Keywords:** WACC model, EVA model, corporate performance, capital structure, weighted average cost of capital, economic value added, cost competitiveness, oil and gas industry, major oil and gas corporations.

The article examines the issues of relevance and validity of assessments of capital structure and market performance of large industrial corporations using WACC and EVA indicators, respectively, the weighted average cost of capital and economic value added formed in its operating segment. The economic content and functional role of these indicators is different, however, according to the authors, their close relationship is provided by a common contribution to strengthening the financial basis of the corporation and increasing its financial stability in the face of uncertainty in the commodity and financial markets. In order to confirm this fact, we calculated the dynamics of these indicators for large oil and gas companies operating in developed and developing market economies: PJSC Gazprom (Russia), Reliance Industries (India), Total (France) and Exxon Mobile (USA).

В этой работе авторы при интерпретации экономического содержания и функционального наполнения понятий «средневзвешенная стоимость капитала» компании и «экономическая добавленная стоимость», полученная в операционном ее сегменте, опираются на позицию авторитетных ученых и исследователей-прак-

тиков, представленные соответственно в работах [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7] и [8, 9, 10]. Также в расчетах денежных потоков и приращенной стоимости компаний нефтегазового сектора используется метод агрегированной оценки средневзвешенной стоимости капитала, представленный в работе М. Горского, А. Кухаренко и М. Стерн [11].

Применение формулы агрегированной оценки WACC для крупной публичной корпорации обосновано в случае использования хозяйствующим субъектом метода дисконтированных денежных потоков (доходного подхода) в оценках стоимости компании (производственного сегмента) в условиях изменчивой структуры ее капитала. По мысли цитируемых выше авторов, показатель WACC является важнейшим с позиции оценки затрат на обслуживание капитала производственной сферы предприятия и уровня его конкурентоспособности по затратам [1].

Приведем несколько модифицированный вариант формулы расчета WACC, адаптированный к российской практике анализа структуры капитала и оценки затрат на обслуживание рабочего капитала (терминология заимствована из работы К. Анциборко и М. Халикова [2]) производственной корпорации:

$$WACC = (r_f + \beta \cdot ERP + c_r) \times \left( \frac{E}{V} + \left( \frac{I_r}{D} \right) \cdot \frac{D}{V} \cdot (1 - \tau) \right), \quad (1)$$

где  $r_f$  – норма безрисковой процентной ставки;  $ERP$  – (англ. equity risk premium) – уровень премии за риск;  $\beta$  – показатель бета-коэффициента (бета-фактора) компании;  $c_r$  – показатель премии за страновой риск;  $I_r/D$  – норма оценки затрат на заемный капитал;  $I_r$  – объем процентов, выплачиваемых по краткосрочным и долгосрочным обязательствам компании;  $D$  – показатель стоимости совокупных обязательств компании на конец отчетного периода (с учетом затрат на лизинговые операции);  $D/V$  – показатель доли заёмного капитала в структуре рабочего капитала;  $E/V$  – показатель доли собственного капитала в структуре рабочего капитала;  $E$  – рыночная стоимость собственного капитала компании на конец периода;  $V$  – стоимость совокупного капитала ( $D + E$ ) на конец отчетного периода;  $\tau$  – ставка налога на прибыль.

Эффект финансового рычага компании – показатель влияния заемного финансирования ее рыночной деятельности на рентабельность собственного

и полного капитала производственной сферы (идея оценки финансового рычага на основе показателей рентабельности капитала компании заимствована из работы Р. Брейли, С. Майерса [5]):

$$DFL = ROE - ROA, \quad (2)$$

где  $ROE$  – показатель рентабельности собственного капитала;  $ROA$  – показатель рентабельности активов производственной сферы:

$$ROA = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Сумма активов}}, \quad (3)$$

$$ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}. \quad (4)$$

Важным показателем эффективности и в некотором смысле альтернативным показателем затрат на обслуживание капитала производственной сферы предприятия является показатель EVA (Economic Value Added), характеризующий уровень экономической добавленной стоимости, генерируемой в этой сфере [8, 9, 10]. Показатель отражает величину экономической прибыли предприятия после осуществления всех налоговых отчислений и платы за капитал, инвестированный в затраты производственной сферы:

$$EVA_t = NOPLAT_t - CE_t \cdot r^*, \quad (5)$$

где  $NOPLAT_t$  – нормализованная операционная прибыль  $t$ -периода;  $CE_t$  – привлекаемый в затраты операционной деятельности периода  $t$  капитал;  $r^*$  – значение WACC для периода  $t$ .

Проведем сравнительный анализ значений показателей WACC и EVA для крупных нефтегазовых компаний: ПАО «Газпром», Reliance Industries (Индия), Total (Франция), Chevron (США), являющиеся прямыми конкурентами на нефтегазовом рынке [12, 13, 14, 15, 16] и отмеченные высокими темпами рыночной капитализации в интервале 2013–2018 гг. В расчетах средневзвешенной стоимости капитала WACC были учтены параметры, отражающие уровень риска ведения бизнеса в стране присутствия компании.

ПАО «Газпром» (Россия): крупнейшая транснациональная компания России. Спектр направлений деятельности достаточно широк и включает полный

цикл добычи и реализации газа, газового конденсата и нефти. Также компания занимается производством и сбытом тепло- и электроэнергии.

Согласно данным статистики, ПАО «Газпром» обладает 11 % мировых и 66 % российских запасов газа.

Уровень рыночной капитализации компании – 57,1 млрд долл. На конец 2018 г. общая стоимость активов составила 20 810 440 млн рублей.

На российском фондовом рынке акции ПАО «Газпрома» являются наиболее ликвидными инструментами. Наибольший удельный вес акции компании занимают в индексах РТС и ММВБ. На фондовых биржах ПАО «Санкт-Петербургская биржа» и ЗАО «ФБ ММВБ» акции компании входят в первый (высший) уровень листинга. Компания имеет более 470 счетов, на которых учитывается 23 673 512 900 акций [17, 18].

Государственное участие в капитале компании составляет более 50%. По состоянию на 30 августа 2019 г. стоимость одной акции компании на ММВБ составила 232,15 руб., дивидендная доходность – 10,86% [18].

Проведем расчет основных показателей стоимости капитала и эффективности ПАО «Газпром» за 2014–2018 гг. (табл. 1, 2).

Расчет показателя денежного потока EBIT проведем по формуле [5]:

$$EBIT = \text{Чистая прибыль} - (\text{Финансовый расход}) - (\text{Налог на прибыль}). \quad (6)$$

### Reliance Industries (Индия)

Reliance Industries Ltd – крупнейший нефтегазовый холдинг Индии. Штаб-квартира компании расположена в Нави Мумбаи, городе-спутнике Мумбаи. Основное направление деятельности – добыча нефти и газа, а также нефтепереработка. Дочерней компании Reliance Petroleum принадлежит крупный нефтеперерабатывающий комплекс в Дамнагаре, штат Гуджарат. Кроме того, Reliance Industries владеет крупными нефтехимическими мощностями. Дополнительно, компания занимается розничной торговлей на рынке Индии и владеет крупной розничной сетью (торговля продуктами, электроникой и др.). Рыночная капитализация: \$50,6 млрд [15, 16].

Таблица 1

Показатели активов, пассивов и стоимости капитала ПАО «Газпром» за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Чистая прибыль	157 192	805 199	997 104	766 879	1 528 996
Сумма активов	15 177 470	17 052 040	16 918 938	18 238 770	20 810 440
Собственный капитал	10 120 021	10 914 622	11 441 839	12 015 481	13 776 153
Заемный капитал	5 360 912	6 462 454	5 824 407	6 609 684	7 510 431
Операционная прибыль	1 310 424	1 228 301	725 580	870 623	1 930 030
<b>EBIT</b>	<b>260 772</b>	<b>818 681</b>	<b>1 202 266</b>	<b>891 066</b>	<b>1 620 079</b>
<b>WACC</b>	<b>1,6864</b>	<b>6,0230</b>	<b>7,2874</b>	<b>5,4017</b>	<b>8,7784</b>
<b>DFL</b>	<b>0,52</b>	<b>2,66</b>	<b>2,82</b>	<b>2,18</b>	<b>3,75</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [12, 16].

Таблица 2

Показатель EVA ПАО «Газпром» за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
$NOPLAT_t$	260 772,00	918 681,00	1 202 266	891 066	1 620 079
$CE_t$	13 321 523	14 927 339	14 997 130	15 649 254	18 336 745
$r$	1,6864	6,0230	7,2874	5,4017	8,7784
<b>EVA</b>	<b>36113,42</b>	<b>19 604,04</b>	<b>109 369,66</b>	<b>45 745,38</b>	<b>10 409,79</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [12, 16].

**Таблица 3**

Показатели активов, пассивов и стоимости капитала  
Reliance Industries Ltd за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Чистая прибыль	225 480	236 400	277 150	298 330	360 800
Сумма активов	4 288 430	5 044 860	6 062 140	7 068 020	8 163 480
Собственный капитал	1 996 460	2 215 370	2 469 050	2 666 260	2 970 450
Заемный капитал	231 256,40	237 395,10	379 627,70	407 662,60	431 293,60
<b>EBIT</b>	<b>312 700</b>	<b>336 000</b>	<b>384 920</b>	<b>432 990</b>	<b>566 130</b>
<b>WACC</b>	<b>10,2787</b>	<b>9,8128</b>	<b>9,9332</b>	<b>10,1650</b>	<b>11,1552</b>
<b>Финансовый рычаг</b>	<b>6,04</b>	<b>5,98</b>	<b>6,65</b>	<b>6,97</b>	<b>7,73</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [15, 16].

**Таблица 4**

Показатель EVA операционного сегмента корпорации Reliance Industries Ltd  
за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
$NOPLAT_t$	312 700,00	336 000,00	384 920,00	432 990,00	566 130,00
$CE_t$	2 227 716	2 452 765	2 848 677	3 073 922	3 401 743
$r$	10,2787	9,8128	9,9332	10,1650	11,1552
<b>EVA</b>	<b>83 719,20</b>	<b>95 316,00</b>	<b>101 956,40</b>	<b>120 524,80</b>	<b>186 659,60</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [15, 16].

По итогам 2018 г. объем продаж составил \$41,79 млрд. На сегодняшний день на фондовом рынке Индии в обращении находится 6 339 123 229 акций компании. Доходность на одну акцию по состоянию на 31 августа 2019 г. составляет 6,093 В.

Расчет показателей стоимости капитала и эффективности деятельности компании представлен в табл. 3 и 4.

**Total (Франция)**

Рыночная капитализация: \$111,1 млрд. Создание прогрессивных стандартов нефтегазовой отрасли стало одним из перспективных направлений деятельности французской компании Total. Сегодня компания активно развивается в следующих направлениях: *Upstream* (добыча газа; добыча угля; использование альтернативных источников энергии); *Downstream* (пере-

работка и реализация сырой нефти; производство и реализация продуктов нефтепереработки нефтехимии); *Chemicals* (производство нефтехимической продукции и удобрений).

География деятельности компании охватывает более 130 стран мира, более чем в 50 странах компания осуществляет операции по разведке и добыче нефти и газа. Кроме того, компания осуществляет нефтепереработку и владеет сетью АЗС, а также несколькими предприятиями химической индустрии.

По состоянию на 31.12.2018 г. собственный капитал компании составил \$118,11 млрд, оборот компании за 2018 г. – \$209,36 млрд, чистая прибыль – \$11,55 млрд. Листинг компании включает биржи: Euronext, NYSE, ISE [13].

Расчет показателей стоимости капитала и эффективности деятельности компании представлен в табл. 5 и 6.

**Таблица 5**

Показатели активов, пассивов и стоимости капитала Total за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Чистая прибыль	4 250	4 786	6 206	8 299	11 550
Сумма активов	229 798	224 484	230 978	242 631	256 762
Собственный капитал	93 531	95 409	101 574	114 037	118 114
Заемный капитал	82 594,00	78 100,00	74 889,00	71 889,00	76 414,00
Операционная прибыль	8 718	2 264	5 468	7 934	15 652
<b><i>EBIT</i></b>	<b><i>7691,23</i></b>	<b><i>3677,45</i></b>	<b><i>4485,64</i></b>	<b><i>8256,68</i></b>	<b><i>12626,41</i></b>
<b><i>WACC</i></b>	<b><i>2,5371</i></b>	<b><i>2,9147</i></b>	<b><i>3,7286</i></b>	<b><i>4,7274</i></b>	<b><i>6,1961</i></b>
<b><i>Финансовый рычаг</i></b>	<b><i>2,69</i></b>	<b><i>2,88</i></b>	<b><i>3,42</i></b>	<b><i>3,86</i></b>	<b><i>5,28</i></b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [13, 16].

**Таблица 6**

Показатель EVA операционного сегмента корпорации Total за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
$NOPLAT_t$	7 691,23	3 677,45	4 485,64	8 256,68	12 626,41
$CE_t$	176 125,00	173 509,00	176 463,00	185 926,00	194 528,00
$r$	2,5371	2,9147	3,7286	4,7274	6,1961
<b><i>EVA</i></b>	<b><i>3 222,83</i></b>	<b><i>-1 379,75</i></b>	<b><i>-2 093,96</i></b>	<b><i>-532,72</i></b>	<b><i>573,21</i></b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [13, 16].

### Exxon Mobile (США)

Рыночная капитализация – \$363,3 млрд. Одна из крупнейших частных нефтяных компаний в мире. Компания осуществляет деятельность по добыче нефти в различных регионах мира, включая страны Северной Америки, Ближнего Востока и др. Exxon Mobil владеет частично или полностью 45 НПЗ в 25 странах, а также сетью АЗС [14]. Также компания активно участвует в решении задачи обеспечения энергетическими ресурсами глобальной экономики в условиях климатических рисков планетарного масштаба.

По состоянию на конец 2018 г. чистая прибыль компании составила \$ 20,84 млрд, оборот – \$279,332 млрд, собственный капитал – \$ 198 528 млрд, общие активы – \$ 346 196 млн, чистые активы – \$ 191 794 млн рентабель-

ность полного капитала 13,8% [14]. Акции компании находятся в обращении на Нью-йоркской фондовой бирже. По состоянию на 31.12.2018 г. чистая прибыль на 1 акцию составляла 4,88 \$, дивиденды – 3,23 \$, дивидендная доходность – 4,74%, темп роста дивидендов на акцию составил 5,56%, темп роста прибыли на акцию – 5,4% [17].

Расчет показателей стоимости капитала и эффективности деятельности компании Exxon Mobile представлен в табл. 7 и 8.

Сравним полученные данные по значениям показателей WACC и EVA с целью визуализации динамики этих показателей и оценки их влияния на финансовую устойчивость и конкурентоспособность компаний – мировых лидеров нефтегазовой отрасли (рис. 1, 2).

**Таблица 7**

Показатели активов, пассивов и стоимости капитала корпорации Exxon Mobile за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
Чистая прибыль	32 520	16 150	7 840	19 710	20 840
Сумма активов	349 493	336 758	330314	348 691	346196
Собственный капитал	181 064	176 810	173 830	194 500	198 528
Заемный капитал	168 429	159 948	156 484	154 191	147 668
<b>EBIT</b>	<b>51 630</b>	<b>21 966</b>	<b>7 969</b>	<b>18 674</b>	<b>30 953</b>
<b>WACC</b>	<b>11,2336</b>	<b>5,6786</b>	<b>2,8364</b>	<b>6,7815</b>	<b>7,2527</b>
<b>Финансовый рычаг</b>	<b>8,65</b>	<b>4,34</b>	<b>2,14</b>	<b>4,48</b>	<b>4,48</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [14, 16].

**Таблица 8**

Показатель EVA корпорации Exxon Mobile за 2014–2018 гг.

Показатель	2014	2015	2016	2017	2018
$NOPLAT_t$	51 630,00	21 966,00	7 696,00	18 674,00	30 953,00
$CE_t$	291 525,00	288 781,00	289 181,00	297 732,00	295 792,00
$r$	11,2336	5,6786	2,8364	6,7815	7,2527
<b>EVA</b>	<b>18 881,20</b>	<b>5 567,20</b>	<b>-506,40</b>	<b>-1 516,80</b>	<b>9 500,20</b>

Примечание: составлено на основании информации, представленной на официальных сайтах [14, 16].

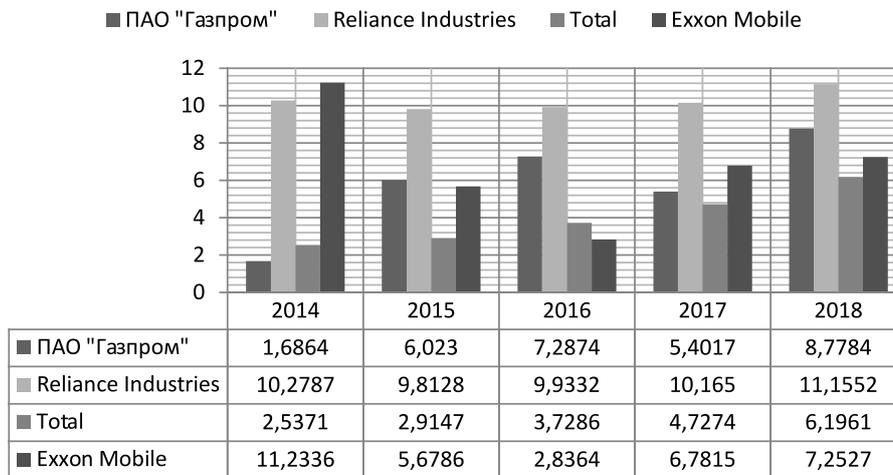


Рис. 1. Динамика показателя WACC компаний нефтегазовой отрасли за период 2014–2018 гг., %

Как следует из приведенных таблиц и рисунков, динамика показателей WACC и EVA стоимости капитала и эффективности операционной деятельности исследуемых нефтегазовых компаний за период 2014–2018 гг. показывает в целом устойчивый рост, характеризую не только корректность выбранной менеджментом рыночной стратегии, но и проблемы в сфере управления структурой капитала. Все исследуемые компании, генерируя положительные денеж-

ные потоки, недостаточное внимание уделяли оптимизации источников финансирования, что и отмечено невысокими значениями показателя EVA. Также на его динамику значительное влияние оказали макроэкономические факторы нестабильности нефтяного и финансового рынков, характерной для этого временного интервала. Этот тезис подтверждают отрицательные значения показателя EVA концернов Total и Exxon Mobile в период 2015–2017 гг.

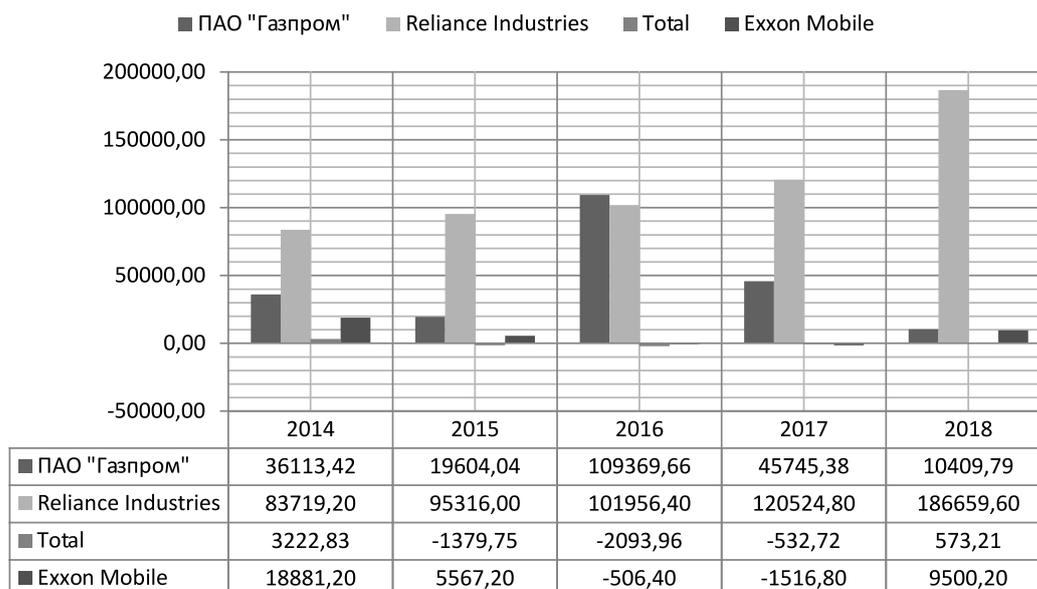


Рис. 2. Динамика показателя EVA компаний нефтегазовой отрасли за период 2014–2018 гг.

Все исследуемые компании, включая и российский ПАО «Газпром», отличались невысокой средневзвешенной стоимостью капитала (лидер- корпорация Total). По нашему мнению, этот феномен-отпечаток принадлежности к нефтегазовой отрасли, отличающейся повышенным вниманием инвесторов на всех звеньях добычи, транспортировки и переработки первичных углеводородов. Доходность отрасли выше доходности фондового рынка обеспечивает приток относительно дешевого капитала в предприятия отрасли, инициируя снижение показателя WACC.

Согласно результатов расчета показателей эффективности операционной (производственной) деятельности, величины и стоимости капитала исследованных компаний нефтегазовой отрасли составим соответствующие рейтинги.

1. По уровню рыночной капитализации: Exxon Mobile – 363 млрд долл.; Total – 111,1 млрд долл.; ПАО «Газпром» – 57,1 млрд долл.; Reliance Industries – 50,6 млрд долл., что в полной мере характеризует рыночную позицию оцениваемых компаний, их инвестиционную привлекательность и риски основной деятельности.

Рейтинг компаний по уровню рыночной капитализации наглядно демонстрирует преобладающее влияние факторов лояльности инвесторов к «известным» брендам и устойчивого

финансово-экономического состояния компаний Total и Exxon Mobile на инвестиционные приоритеты агентов-рискфобов фондовых рынков, предпочитающих вкладываться в активы с высокой ликвидностью.

2. По критерию средневзвешенной доходности инвестированного в активы производственной сферы капитала: низкий уровень затрат на капитал – у концерна Total и ПАО «Газпром», высокий – у индийской компании Reliance Industries. По нашему мнению, низкое значение показателя WACC у российской нефтегазовой компании в целом достаточно точно характеризует адекватность структуры ее капитала рыночным условиям хозяйствования, отличающимся невысокими рисками, наличием устойчивого портфеля заказов и др. факторами, в том числе, возможностью привлечения дешевого финансирования из крупных банков с государственным участием.

В тоже время, достаточно высокие показатели WACC у Reliance Industries свидетельствует о том, что эта компания использует «дорогое» заемное финансирование и пренебрегает диверсификацией источников собственного и заемного капитала, что существенно повышает уровень затрат на обслуживание капитала производственной сферы и негативно сказывается на конкурентоспособности по затратам.

3. По уровню доходности капитала: Reliance Industries – 11,31 %, Exxon Mobile – 10,45 %, ПАО «Газпром» – 7,03 %, Total – 6,55 % (за исследуемый период) Относительно низкая доходность ПАО «Газпром» и Total объясняется тем, что объем финансирования из собственного капитала обеспечивает требуемый собственниками пороговый уровень риска структуры капитала «с запасом», не обеспечивая при этом конкурентный уровень по рентабельности собственного капитала. В тоже время, достаточно высокое значение этого показателя у Reliance Industries свидетельствует о адекватной отдаче на осуществленные инвестиции в производственную сферу корпорации (11,31 % чистой прибыли на ел. инвестированного капитала).

В тоже время, несколько завышенный показатель WACC у Reliance Industries свидетельствует о том, что эта компания с целью снижения риска структуры капитала значительно увеличивает долю

собственного финансирования текущей операционной деятельности (оставаясь, однако, в приемлемом для показателя WACC диапазоне).

В заключение отметим, что показатели WACC и EVA адекватно характеризуют финансово-экономическое состояние компании соответственно в сферах управления структурой капитала и затратами. Динамика показателей влияет на оценку бизнеса с позиции стратегического инвестора и выбор направлений повышения финансовой устойчивости и конкурентоспособности компании на отраслевых и финансовых рынках. Для акционеров, инвесторов и топ-менеджеров крупных корпораций (в том числе, транснациональных) мониторинг и управление стоимостью и рыночной эффективностью компании с использованием показателей WACC и EVA крайне актуальны как на кратко-, так и на долгосрочном временных интервалах.

*Библиографический список*

1. Аббясова Д.Р., Халиков М.А. Факторы стоимости и управление стоимостью инновационно-ориентированной компании // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2 (2). С. 405.
2. Анциборко К.В., Халиков М.А. Оптимальная структура производственного капитала компании // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2007. № 5. С. 71–83.
3. Безухов Д.А., Максимов Д.А., Халиков М.А. Оптимизация структуры оборотного капитала производственной сферы промышленной корпорации. М.: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. 171 с.
4. Безухов Д.А., Халиков М.А. Математические модели и практические расчеты оптимальной структуры производственного капитала предприятия с неоклассической функцией // Фундаментальные исследования. 2014. № 11 (1). С. 114–123.
5. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: пер. с англ. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 1997. 1120 с.
6. Теплова Т.В., Селиванова Н.В. Эмпирическое исследование применимости модели DСАРМ на развивающихся рынках // Корпоративные финансы. 2007. № 3 (3). С. 5–25.
7. Солодов А.К. Сфера применения показателя WACC как инструмента финансовых расчетов // Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] URL: [https://www.cfin.ru/finanalysis/math/scope\\_wacc.shtml](https://www.cfin.ru/finanalysis/math/scope_wacc.shtml) (дата обращения 14.09.2019).
8. Максимов Д.А., Халиков М.А. Концепция и теоретические основы управления производственной сферой предприятия в условиях неопределенности и риска // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 10 (4). С. 711–719.
9. Халиков М.А., Хечумова Э.А., Щепилов М.В. Модели и методы выбора и оценки эффективности рыночной и внутрифирменной стратегий предприятия / под общ. ред. проф. М.А. Халикова. М.: Коммерческие технологии, 2015. 595 с.
10. Жданов И.Ю. Экономическая добавленная стоимость EVA. Формула // Финансовый анализ [Электронный ресурс]. URL: <https://finzz.ru/ekonomicheskaya-dobavlennoy-stoimost-eva.html> (дата обращения 15.09.2019).

11. Горский М.А., Кухаренко А.Ю., Стерн А.А. Формула агрегированного расчета средневзвешенной стоимости капитала компаний // Путеводитель предпринимателя. 2018. Вып. XXXIX. С. 123.
12. Официальный сайт группы нефтегазовой компании ПАО «Газпром» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gazprom.ru/> (дата обращения 15.09.2019).
13. Официальный сайт группы нефтегазовой компании Total [Электронный ресурс]. URL: <http://www.total.com/> (дата обращения 15.09.2019).
14. Официальный сайт группы нефтегазовой компании Exxon Mobile [Электронный ресурс]. URL: <https://corporate.exxonmobil.com/> (дата обращения 15.09.2019).
15. Официальный сайт группы нефтегазовой компании Reliance Industries [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ril.com/> (дата обращения 15.09.2019).
16. Официальный сайт Национальной ассоциации нефтегазового сервиса [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nangs.org> (дата обращения 15.09.2019).
17. Официальный сайт Лондонской фондовой биржи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.londonstockexchange.com> (дата обращения 16.03.18).
18. Официальный сайт Московской Биржи [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moex.com/> (дата обращения 15.09.2019).
19. Котировки и финансовые новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.investing.com/> (дата обращения 16.03.18).
20. Котировки акций и финансовые новости [Электронный ресурс]. URL: <https://www.finanz.ru/> (дата обращения 16.03.18).
21. Котировки, финансовые показатели и финансовые новости [Электронный ресурс]. URL: <https://ycharts.com/dashboard/> (дата обращения 21.03.18).

УДК 338

*С. В. Грицунова, Ю. А. Седых*

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»,  
e-mail: Svetlana-06-84@yandex.ru

*Т. А. Высоцкая*

Филиал ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»,  
Миллерово

## **ЦИФРОВИЗАЦИЯ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР**

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровая экономика, бизнес-процесс, предпринимательская структура, предпринимательство, цифровые технологии.

В статье рассматриваются вопросы, касающиеся влияния последствий цифровизации на бизнес-процессы предпринимательских структур. Функционирование предпринимательских структур в современных условиях подразумевает набор бизнес-процессов, которые протекают внутри этой структуры, от эффективности построения и функционирования которых, зависит эффективность её деятельности. Рассмотрено понятие бизнес-процессы предпринимательской структуры.

Описаны происходящие изменения в бизнес-процессах предпринимательских структур, таких как управление персоналом; финансовые процессы; маркетинговые процессы; производственные процессы. Внедрение в жизнь цифровых технологий, очевидно, требует модификации менеджмента предпринимательских структур.

*S. V. Gritsunova, Yu. A. Greyish*

Rostov State Economic University, e-mail: Svetlana-06-84@yandex.ru

*T. A. Vysotskaya*

Branch of Rostov State Economic University, Millerovo

## **DIGITALIZATION AND ITS IMPACT ON BUSINESS PROCESSES OF BUSINESS STRUCTURES**

**Keywords:** digitalization, digital economy, business process, business structure, entrepreneurship, digital technologies.

The article discusses issues related to the impact of digitalization on business processes of business structures. The functioning of entrepreneurial structures in modern conditions implies a set of business processes that take place within this structure, on the effectiveness of construction and functioning of which, the efficiency of its activities depends. The concept of business processes of the business structure is discussed.

Changes in business processes of business structures, such as human resources management, are described; Financial processes; Marketing processes; Production processes. The introduction of digital technologies obviously requires modification of the management of entrepreneurial structures.

### **Введение**

В условиях быстроменяющейся ситуации в мире современную предпринимательскую структуру трудно представить без использования информационных и цифровых технологий. Их использование облегчило и даже изменило различные сферы предпринимательской деятельности и соответственно управленческие процессы. Термин «цифровизация» в нашем исследовании был выбран по причине его более широкой трактовки, по сравнению с термином «цифровая экономика». Цифровизация –

это процесс внедрения цифровых технологий, генерации данных, их передачи, обработки, хранения и визуализации в самые различные сферы деятельности не только экономики, но и общества [1].

На сегодняшний день в научной литературе встречаются исследования, касающиеся такого явления, как цифровизация. Эти исследования преимущественно носят описательный характер и касаются различных сфер деятельности современного общества. А именно последствий цифровой экономики для современного общества [1], её влияние

на предприятия различных сфер деятельности [2, 10, 12, 6, 7, 13], а также вопросы цифровизации различных секторов экономики [4, 5, 8, 14]. Исследованию же вопросов влияния цифровизации на бизнес-процессы предпринимательских структур в научной литературе внимания не было уделено.

### Материалы и методы исследования

В качестве материалов исследования выступили информационные источники о последствиях цифровизации экономики и общества, а также статистические сборники «Индикаторы цифровой экономики 2017–2018 гг.». В ходе анализа источников литературы по теме исследования были применены обобщение, систематизация, SWOT-анализ, анализ источников, сравнение и некоторые другие методы исследования.

### Результаты и их обсуждения

Функционирование предпринимательских структур в современных условиях подразумевает набор бизнес-процессов, которые протекают внутри этой структуры, от эффективности построения и функционирования которых зависит эффективность её деятельности. Понятие «бизнес-процесс» в научной литературе описывается с различных точек зрения [13, 14]. В данном исследовании под бизнес-процессом предпринимательской структуры понимается упорядоченная последовательность выполняемых действий, операция по преобразованию «входа» (материалы, ресурсы, данные и т. п.) в «выход» (информация, данные, продукт, услуга и т. п.), имеющая бизнес-направленность.

На сегодняшний день наблюдается значительный рост цифровых технологий, что не может не повлиять на возникшую необходимость интегративных изменений процессов управления бизнес-процессами предпринимательских структур. Интернет, мобильные устройства, цифровые платформы и многое другое влияет на сами бизнес-процессы, протекающие в предпринимательских структурах. О необходимости внедрения цифровых технологий в предпринимательскую деятельность говорится в утвержденной в 2017 году программе развития цифровых технологий РФ. Целью программы является –

организовать системное развитие и внедрение цифровых технологий в различные области жизни и общества – и в экономике, и предпринимательском секторе [11].

По данным на 2015 год около 90% предпринимательского сектора экономики используют персональный компьютер, 53,8% сервера, 85,3% интернет, 41,4 веб-сайт [9]. Вопросы цифровизации общества затрагивают значительное число проекций в предпринимательских структурах. Изменения технологий, влекут за собой изменения в бизнес-процессах предпринимательских структур и затрагивают:

- управление персоналом;
- финансовые процессы;
- маркетинговые процессы;
- управление обслуживанием;
- логистические процессы;
- производственный процесс, включая проектирование и разработку, и другие бизнес-процессы.

Перечень этих бизнес-процессов специфичен для каждой предпринимательской структуры, и отличается в зависимости от вида и условий деятельности предпринимательской структуры.

В условиях быстрорастущих информационных технологий предпринимательские структуры вынуждены внедрять современные технологии в свою деятельность. Применение компьютеров и смежной техники, интернета, мобильной связи на современном этапе развития общества в рамках деятельности предпринимательских структур является совершенно естественным и просто необходимым условием их функционирования. Кроме этого, возникает необходимость внедрения в работу предпринимательских структур блокчейнов, оболочных вычислений, нейронных сетей и многих других технологий.

К 2020 году ожидается серьезный дефицит кадров по всему миру и РФ в том числе. К этому периоду времени 30% технических рабочих мест будут вакантны в связи с нехваткой высокообразованных кадров – согласно исследованию Gartner. Озвучиваются также серьезные проблемы с кибербезопасностью, объемом инвестиций, однако самой серьезной проблемой в соответствии с исследованиями VCG будет нехватка высококвалифицированных работников [8].

Все это ведет к необходимости внедрения корректировок в происходящие бизнес-процессы, связанные с управлением персоналом. В 21 веке изменились сами люди. Для многих молодых людей свойственно отторжение бесполезной работы, им больше свойственно стремление к работе в мульти дисциплинарных командах. Они стремятся к максимально гибкому графику работы, использованию гибких и мобильных методов работы, в том числе на удалении непосредственно от компании, что вполне позволяет современная техника и средства связи. Всё это требует изменения подходов к управлению персоналом организации.

Ряд бизнес-процессов предпринимательских структур, которые затронула цифровизация это маркетинговый процесс и управление обслуживанием. Маркетинговая среда ведения предпринимательской деятельности претерпела серьезные изменения, в связи с активным использованием информационных технологий, новых средств связи. О необходимости изменения подходов к процессу бизнес-администрирования маркетинговой деятельности свидетельствуют данные Ассоциации компаний интернет торговли: 84 млн жителей РФ являются активными пользователями Интернета, 46,6% – пользуются мобильным интернетом. Увеличился объем Интернет-торговли в России, в 2017 году он составил около 1,1 трлн руб. [8].

Кроме того, активное распространение информационно-вычислительных систем и доступ в интернет не могло не оказать влияния на необходимость изменения традиционных подходов и инструментов управления спросом и взаимодействия с потребителем. На современном этапе развития цифровой среды происходит изменения поведенческих аспектов потребителей, изменения затрагивают и мотивы и предпочтения потребителей. На сегодняшний день изменения в информационно-коммуникационной среде происходят весьма ускоренными темпами, что не может не оказывать влияния на необходимость применения новых, а для некоторых предпринимательских структур абсолютно инновационных методов управления маркетинговой деятельностью.

Трансформация системы бизнес-администрирования предпринимательских структур в условиях активного развития цифровой экономики затрагивает и производственный процесс, в случае ведения бизнеса в сфере производства. Нарастает необходимость кардинального изменения процесса управления производством в связи с нарастающей зависимостью производства от использования цифровых технологий.

На сегодняшний день цифровизация производства нашла отражение в применяемых методах и технологиях управления этим бизнес-процессом. Осуществлены попытки унификации и стандартизации в области промышленной цифровизации. Это нашло отражение в «промышленном интернете вещей». Реализация данной методологии подразумевает оснащение производства специальными измерительными устройствами, которые подключаются к сети обмена данными. Во всем этом процессе задействовано все используемое в компании производственное оборудование. Использование «промышленного интернета вещей» подразумевает компьютеризацию рабочих мест на управленческом уровне, на уровне производства, на уровне сервисного обслуживания, управления персоналом и т. д. Итак, происходит практически полная автоматизация обработки собираемых данных о производственном и управленческом процессе – создается единая информационная сеть. Как показывает мировая практика использование «промышленного интернета вещей» ведут к достижению ряда положительных моментов для производственных предпринимательских структур:

- сокращение сроков подготовки производства;
- сокращение продолжительности производственного цикла;
- рост энергоэффективности и сокращение расходов на эксплуатацию;
- сокращение узких мест на производстве, рост загруженности производства;
- повышение качества конечной продукции.[13]

Также имеет место опыт создания гибких производств.

Развитие информационных технологий, цифровых технологий оказывает

серьезное влияние на такой бизнес-процесс предпринимательской структуры, как управление финансами. В 2017 году В.В. Путин утвердил ряд получений, касающихся использования цифровых технологий в финансовой сфере. К примеру, планируется на законодательном уровне утвердить и урегулировать такие понятия, как «цифровой аккредитив», «технология распределения реестров», «смарт-контракт», установить требования к «майнингу» и т.п. Активное распространение цифровых финансовых технологий не может не коснуться не только предпринимательских структур, функционирующих в сфере цифровой экономики, но и предпринимательских структур, задействованных в традиционных видах деятельности. Финансовые технологии это любые технологические новшества в сфере финансов, которые подразумевают и использование компьютерных программных продуктов для ведения вопросов, касающихся финансовой деятельности компании, и использование специальных банковских продуктов для осуществления взаимодействия с ними предпринимателя и многое другое.

### Выводы

Внедрение в жизнь цифровых технологий, очевидно, требует модификации менеджмента предпринимательских структур. Традиционные бюрократические структуры в условиях цифровизации общества теряют свою эффективность. Цифровизация общества затрагивает бизнес-процессы

происходящие внутри предпринимательских структур различных видов деятельности.

Маркетинговые процессы, происходящие внутри предпринимательских структур должны претерпеть изменения в сторону клиентоориентированности предпринимательской структуры. Современные методы продвижения продукции, цифровые платформы и т.п., все это позволит реализовать клиентоориентированный подход в условиях цифровой экономики, учесть интересы каждого конкретного покупателя.

Бизнес-процессы, связанные с управлением персонала в предпринимательской структуре должны быть полностью ориентированы на компетентностный подход. Выражение «знание – сила» в условиях цифровизации общества приобретают серьезный вес. Высоквалифицированные кадры вполне могут рассматриваться, как движущая сила современной предпринимательской деятельности в условиях цифровой экономики.

Производственные и финансовые бизнес-процессы в предпринимательских структурах претерпевают серьезные, можно сказать кардинальные изменения. С учетом нарастающих тенденций к автоматизации, внедрению новых производственных и финансовых технологий, становится ясно, что эти бизнес-процессы в привычном для предпринимателя виде не могут существовать. Конкурентная среда предпринимателя требует внедрение и применение «достижений» цифрового века в своей деятельности.

### *Библиографический список*

1. Моисеева А.А. Условия и последствия диджитализации современного общества: социально-экономический анализ // Вестник Томского государственного университета Философия. Социология. Политология. 2017. № 39. С. 216–226.
2. Аренков И.А., Смирнов С.А., Шарафутдинов Д.Р., Ябурова Д.В. Трансформация системы управления предприятием при переходе к цифровой экономике // Российское предпринимательство. Том 19. Номер 5 май. 2018 г. С. 1711–1722.
3. Безсмертная Е.Р. Диджитализация финансового сектора экономики: кто получит цифровые дивиденды? // Экономика. Налоги. Право. №2. 2018. С. 75–83.
4. Грицунова С.В., Михнева А.А., Кречетова Л.В. Интерактивные методы обучения как элемент современной системы образования // Идеи В.А. Сухомлинского в теории и практике (к 100-летию со дня рождения выдающегося педагога-гуманиста В.А. Сухомлинского): материалы

Международной научно-практической конференции (Чебоксары, 10 сент. 2018 г. / ред. кол.: Л.А. Абрамова [и др.] Чебоксары: ИД «Среда», 2018.

5. Грицунова С.В., Михнева А.А., Кречетова Л.В. Современная концепция бережливого производства // Современные тенденции развития образования, науки и технологий: сборник по материалам VI международной научно-практической конференции, (30 ноября 2018 г.) / Под общ. ред. А.В. Туголукова. М.: ИП Туголуков А.В. 2018.

6. Истомина Е.И. Оценка трендов цифровизации в промышленности // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 12. Вып. 63. С. 108–116.

7. Аренков И.А., Крылова Ю.В., Ценжарик М.К. Клиентоориентированный подход к управлению бизнес-процессами в цифровой экономике // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. Т. 10. № 6. 2017. С. 18–30.

8. Индикаторы цифровой экономики 2017,2018: статистический сборник [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/222291432> (дата обращения 28.08.2019).

9. Медведев утвердил программу «Цифровая экономика» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/4451565> (дата обращения 28.08.2019).

10. Долганова О.И., Деева Е.А. Готовность компании к цифровым преобразованиям: проблемы диагностики // Бизнес-информатика. Т. 13. № 2. 2019. С. 59–72.

11. Плотников В.А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в Российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. С. 16–24.

12. Полтева Т.В., Быкова Н.Н. Современное состояние рынка цифровых финансовых технологий в России // Карельский научный журнал. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 263–266.

13. Радченко А.В. особенности бизнес-процессов на предприятии // Бизнес в законе. 2009. № 3. С. 199–201.

14. Шапиро В.Д., Мазур И.И. Реструктуризация предприятий и компаний: Учебное пособие. М.: ЗАО «Издательство Экономика», 2001.

УДК 338.264

***О. С. Громышова***

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», Волгоград  
e-mail: gromyshova2107@gmail.com

***И. А. Езангина***

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный технический университет», Волгоград,  
e-mail: ezangirina@rambler.ru

***В. И. Жилина***

НИУ Московский энергетический институт Филиал в г. Волжском, Волжский,  
Волгоградская область, e-mail: vizhilina@mail.ru

***Е. М. Шахбазян***

Индивидуальный предприниматель, Волгоград, e-mail: shakhbazyan75@mail.ru

***Е. А. Макарова***

ГБПОУ «Волгоградский экономико-технический колледж», Волгоград,  
e-mail: makarovaelena07@rambler.ru

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

**Ключевые слова:** программно-целевой метод, государственная и региональная программа, бюджетные расходы, государственный контроль, проектное управление.

В статье подчеркивается актуальность программно-целевого подхода в достижении заданных темпов экономического развития России как на общегосударственном, так и региональном и муниципальных уровнях финансовой системы. При этом, на примере Волгоградской области, выделен ряд ключевых проблем реализации бюджетного планирования: дисбаланс между оценкой эффективности госпрограмм и уровнем финансовых затрат на их реализацию; занижение плановых показателей с целью достижения более высокого результата их исполнения; недостаточность финансирования; избыточность состава целевых показателей; недостижимость целей; излишние этапы согласования. Среди перспективных направлений развития рассмотрены повышение качества проводимого финансового контроля, а также внедрение принципов проектного управления в государственную деятельность. В частности, речь идет о внедрении единой информационной платформы для сбора, обработки и использования информации, связанной с практической деятельностью контрольных органов; цифровизации контрольной деятельности; аудите эффективности расходования средств. Подчеркивая перспективность внедрения проектного управления в процесс реализации программно-целевого подхода, авторы выделяют его преимущества: ясность, предсказуемость, конкретизация цели; гибкость; упрощенное межведомственное взаимодействие; ограниченность целей; четкая структура и формат государственных программ; ранжирование входящих в программу проектов.

***O. S. Gromasheva***

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: gromyshova2107@gmail.com

***I. A. Ezangina***

Volgograd State Technical University, Volgograd, e-mail: ezangirina@rambler.ru

***V. I. Zhilina***

NIU Moscow Power Engineering Institute Branch in Volzhsky, e-mail: vizhilina@mail.ru

***E. M. Shahbazyan***

Individual entrepreneur, Volgograd, e-mail: shakhbazyan75@mail.ru

***E. A. Makarova***

Volgograd College of Economics and Technology, Volgograd, e-mail: makarovaelena07@rambler.ru

### **IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF PROGRAM-TARGET MANAGEMENT OF TERRITORIAL DEVELOPMENT OF RUSSIA (ON THE EXAMPLE OF THE VOLGOGRAD REGION)**

**Keywords:** program-target method, state and regional program, budget expenditures, state control, project management.

The article emphasizes the relevance of the program-targeted approach in achieving the given pace of economic development of Russia both at the national, regional and municipal levels of the financial system. At the same time, on the example of the Volgograd region, a number of key problems of the implementation of budget planning are highlighted: the imbalance between assessing the effectiveness of state programs and the level of financial costs for their implementation; underestimation of planned indicators in order to achieve a higher result of their implementation; lack of funding; redundancy of target indicators; unreachable goals; excessive stages of coordination. Among the promising areas of development, the improvement of the quality of the financial control carried out, as well as the introduction of the principles of project management in government activities are considered. In particular, it is about introducing a unified information platform for collecting, processing and using information related to the practical activities of control bodies; digitalization of control activities; audit of spending efficiency. Emphasizing the prospects of implementing project management in the implementation of the program-targeted approach, the authors highlight its advantages: clarity, predictability, specification of the goal; flexibility; simplified interagency collaboration; limited goals; clear structure and format of government programs; ranking of projects included in the program.

### **Введение**

Управление социально-экономическим развитием через реализацию различных госпрограмм способствует повышению эффективности и прозрачности бюджетных расходов. На данный момент было доказано, что программный подход к исполнению бюджета является наиболее результативным. Вместе с тем, следует обратить внимание, что даже такой признанный метод требует трансформации с учетом трендов экономики.

### **Цель исследования**

Целью данного исследования является определение направлений совершенствования программно-целевого подхода с помощью дефиниции проблемных участков в территориальном разрезе.

### **Материал и методы исследования**

Информационной базой исследования выступили государственные программы Волгоградской области за период их плановой реализации в 2014–2020 годах. В работе были использованы методы теоретического познания и эмпирического анализа, предполагающие сравнение и измерение изучаемых процессов. В работе задействованы отчеты региональных комитетов, ответственных за реализацию программ, а так же нормативно-правовые аспекты действующего Постановления Администрации субъекта Федерации от 11 октября 2016 года №557-п «Об утверждении перечня государственных программ Волгоградской области» [1].

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Оценивая социально-экономическое положение Волгоградской области, нужно обозначить, что большинство показателей

социального развития региона находятся ниже среднероссийского уровня. Учитывая взаимосвязь положения региона с качеством реализации программ, выделим проблемные аспекты, которые затрудняют исполнение бюджетного планирования на территории Волгоградской области.

В период исследования на территории Волгоградской области реализуется 23 государственных программ, по одной из которых финансирование на 2018 год не предусматривалось. Общая сумма расходов в 2018 году за счет всех источников финансирования составила 130537,1 млн рублей, что соответствует 95,6% финансовой потребности, определенной в самих программах. Структура фактических расходов госпрограмм в разрезе источников финансирования представлена на рис. 1.

Согласно отчетам ответственных исполнителей, оценка эффективности реализации 23 государственных программ дала следующие результаты:

- с высокой эффективностью реализации оценены 17 государственных программ (74% от общего количества);
- со средней эффективностью реализации – 3 госпрограммы (13%);
- с удовлетворительной эффективностью реализации – 3 госпрограммы (13%).

Сравнительный анализ данных показал, как высокую эффективность программ при неполном финансировании, так и, наоборот, низкую эффективность при полном финансировании. Отмечается дисбаланс между оценкой эффективности госпрограмм и уровнем финансовых затрат на их реализацию, что является свидетельством отсутствия взаимоувязки ресурсов и результатов в утвержденных госпрограммах. При отсутствии в течение ряда лет финансирования из всех источников госпрограммы «Развитие

промышленности Волгоградской области и повышение ее конкурентоспособности» оценка эффективности ее реализации составляет ежегодно не менее 100 процентов. Вместе с тем, Порядком №423-п [2] определено, что «эффективность реализации государственной программы – это соотношение достигнутых целевых показателей и ресурсов, затраченных на их достижение».

Помимо этого установлено, что по ряду показателей плановые значения 2018 года ниже фактически сложившихся за 2017 год, что свидетельствует о необоснованном занижении плановых показателей с целью достижения более высокого результата их исполнения. Примеры таких случаев приведены в таблице.



Рис. 1. Финансирование государственных программ по источникам поступления средств Волгоградской области за 2018 год, тыс. рублей.

Источник: <http://docs.cntd.ru/document/441767922>

Сведения о достижении значений целевых показателей государственных программ Волгоградской области

Наименование	Факт 2017 года	План 2018 года	Факт 2018 года
<i>ГП «Информационное общество»</i>			
Доля государственных и муниципальных услуг, которые можно получить в электронном виде, в общем объеме государственных и муниципальных услуг, информация о которых опубликована в государственной информационной системе «Региональный реестр государственных и муниципальных услуг (функций) Волгоградской области»	95	85	95
Доля электронного документооборота органов исполнительной власти Волгоградской области в общем объеме документооборота	90	75	85
<i>ГП «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия»</i>			
Индекс производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в % к предыдущему году	113,6	94,8	103
Индекс производства продукции растениеводства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в % к предыдущему году	118	93,8	101,7
Индекс производства продукции животноводства в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в % к предыдущему году	102,7	97,5	106,8
<i>ГП «Формирование доступной среды жизнедеятельности для инвалидов и маломобильных групп населения в Волгоградской области»</i>			
Доля инвалидов, обеспеченных техническими средствами реабилитации в соответствии с региональным перечнем технических средств реабилитации в рамках индивидуальной программы реабилитации или абилитации инвалида, ребенка-инвалида, в общей численности инвалидов Волгоградской области (%)	85	60	71
<i>ГП «Развитие физической культуры и спорта в Волгоградской области»</i>			
Численность спортсменов Волгоградской области, включенных в список кандидатов в спортивные сборные команды РФ по олимпийским видам спорта	55	16	49
Доля учащихся и студентов, систематически занимающихся физической культурой и спортом, в общей численности учащихся и студентов	81,7	74	84,1

Источник: <http://www.ksp34.ru/activity>.

Помимо обозначенного, следует выделить и другие проблемные участки, выявленные при анализе отчетов главных распорядителей бюджетных средств:

1. Недостаточность финансирования, выявленная на этапе реализации программ. Данная ситуация сложилась в связи с неувязанностью с ресурсным обеспечением программы, что противоречит определению государственной программы, обозначенному в Порядке №423-п [2]. Так, при реализации программы «Социальная поддержка и защита населения Волгоградской области»: не выполнено 4 мероприятия по причине отсутствия ассигнований в бюджетной росписи, не достигнуто 2 показателя подпрограммы «Формирование доступной среды жизнедеятельности для инвалидов и маломобильных групп населения» [3].

2. По отдельным государственным программам выявлена избыточность состава целевых показателей (индикаторов). По подпрограмме программы «Развитие здравоохранения в Волгоградской области» количество рекомендованных к достижению целевых показателей достигает 72. Для их достижения перед исполнителем поставлено более 20 задач. Столь значимое расширение границ внедрения программ должно способствовать большему охвату существующих проблем, но, с другой стороны, способствует уменьшению эффективности в связи с «распылением» внимания в данной сфере деятельности;

3. Постановка недостижимых целей, непредусмотрительность принимаемых программ. По некоторым программам в объем предусмотренных средств не были включены дополнительные источники финансирования, поэтому по ряду мероприятий не удалось достичь положительного эффекта. Так, отчет о результатах выполнения программы «Развитие рынка труда и обеспечение занятости в Волгоградской области» показал, что мероприятие «Предоставление государственной услуги по организации временного трудоустройства несовершеннолетних граждан в возрасте от 14 до 18 лет в свободное от учебы время» в части выплаты заработной платы зависит не только от объема средств областного бюджета, предусмотренного государственной программой,

но и от средств работодателей, не включенных в программу;

4. Невозможность приведения расходов Программы к объёму ассигнований, предусмотренному бюджетной росписью, с одновременной корректировкой ожидаемых результатов. Данное условие позволило достичь запланированных результатов от мероприятий Программы на более высоком уровне. Однако Порядок №423-п [2] не предусматривает возможность изменения финансового обеспечения государственной программы в соответствии с бюджетной росписью. При этом на федеральном уровне такая возможность предусмотрена;

5. Усложненность процедуры формирования, реализации, мониторинга программы ввиду чрезмерного количества участников, внедрении излишних этапов согласования.

Для усовершенствования бюджетирования на региональном уровне следует обратить внимание на качество проводимого финансового контроля, а также внедрить принципы проектного управления в государственную деятельность.

Государственный контроль позволяет достичь максимальной эффективности от расходования бюджетных средств, и осуществляет их целевое использование. Данное положение отражено в Федеральном законе от 05.04.2013 №41-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации» [4], где законодатели определили не только целевое и эффективное использование средств государственного бюджета, но и порядок осуществления аудита реализуемости и оценки результативности достижения поставленных целей для социально-экономического развития в качестве самостоятельных задач органа внешнего государственного контроля.

Рассматривая государственный контроль как важный элемент программно-целевого управления, следует обозначить возможные направления совершенствования в данной области:

1. Для улучшения деятельности контрольных органов не только в регионе, но и на российском, муниципальном уровне, следует внедрить единую информационную платформу для сбора, обработки и использования информации, связанной с практической деятельностью контрольных органов.

2. Внедрение передовых технологий, цифровизация контрольной деятельности, формирование единого информационного пространства для граждан. Информатизация контрольной деятельности повысит эффективность государственных расходов, обеспечит открытость бюджетов – контроль за доходами и расходами каждого получателя бюджетных средств.

3. Создание единой методики контроля эффективности государственных расходов. Переход к аудиту эффективности расходования средств и внедрение единой методологии в анализе и оценке целесообразности бюджетных расходов позволит достичь большей отдачи от реализации государственной политики.

На территории Волгоградской области, контрольно-счетные органы уже сделали основной шаг в реализации данных направлений, создав Ассоциацию контрольно-счетных органов Волгоградской области, тем самым повысив координацию между ее участниками. Ассоциация послужила фундаментом для совершенствования контрольной деятельности и позволила создать эффективную систему внешнего и внутреннего финансового контроля, усовершенствовать взаимодействие контрольных органов на всех уровнях в рамках единой системы [5].

Помимо обозначенного, следует отметить, что была принята Стратегия развития Контрольно-счетной палаты на 2018–2024 гг. [6], которая определена как содействие социально-экономическому развитию Волгоградской области путем повышения ориентации региональных органов власти на общественные интересы. Для реализации обозначенной Стратегии развития данному органу следует действовать, учитывая современные тенденции в российской экономике, а именно процесс цифровизации экономических процессов и внедрение новых технологий.

Таким образом, обозначим, что в рамках совершенствования контроля (аудита) на территории региона проводятся мероприятия по содействию в повышении эффективности и качества управления региональными ресурсами как необходимое условие для обеспечения социально-экономического развития Волгоградской области.

В России активно развивается государственное управление общественными финансами путем внедрения принципов проектного управления в реализацию стратегических целей через государственные программы. Причиной внедрения механизма проектного управления в систему государственного менеджмента является достижение максимальной эффективности реализации национальных задач социально-экономического развития и оценки различных вариантов достижения заявленных целей с использованием лучших практик обоснования и структурирования инициатив в виде проектов. Фактически начат переход к эффективному менеджменту на оперативном и операционном уровне управления с целью более результативной, продуманной и рациональной реализации государственных программ (рис. 2).

В контексте исследования следует обозначить отличие «программы» от «проекта». В соответствии с Постановлением Правительства РФ от 31.10.2018 № 1288 «Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации» [7]: «проект – комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на достижение уникальных результатов в условиях временных и ресурсных ограничений»; «программа – комплекс взаимосвязанных проектов и мероприятий, объединенных общей целью и координируемых совместно в целях повышения общей результативности и управляемости». Поэтому можно сказать, что «проект» есть продукт декомпозиции мероприятий программы, а, соответственно, «программа» представляет собой совокупность проектов.

Так, по итогам заседания президиума Совета были обозначены пять пилотных государственных программ, которые с 2018 года переходят на проектное управление: «Развитие здравоохранения», «Развитие образования», программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», «Развитие транспортной системы» [8].

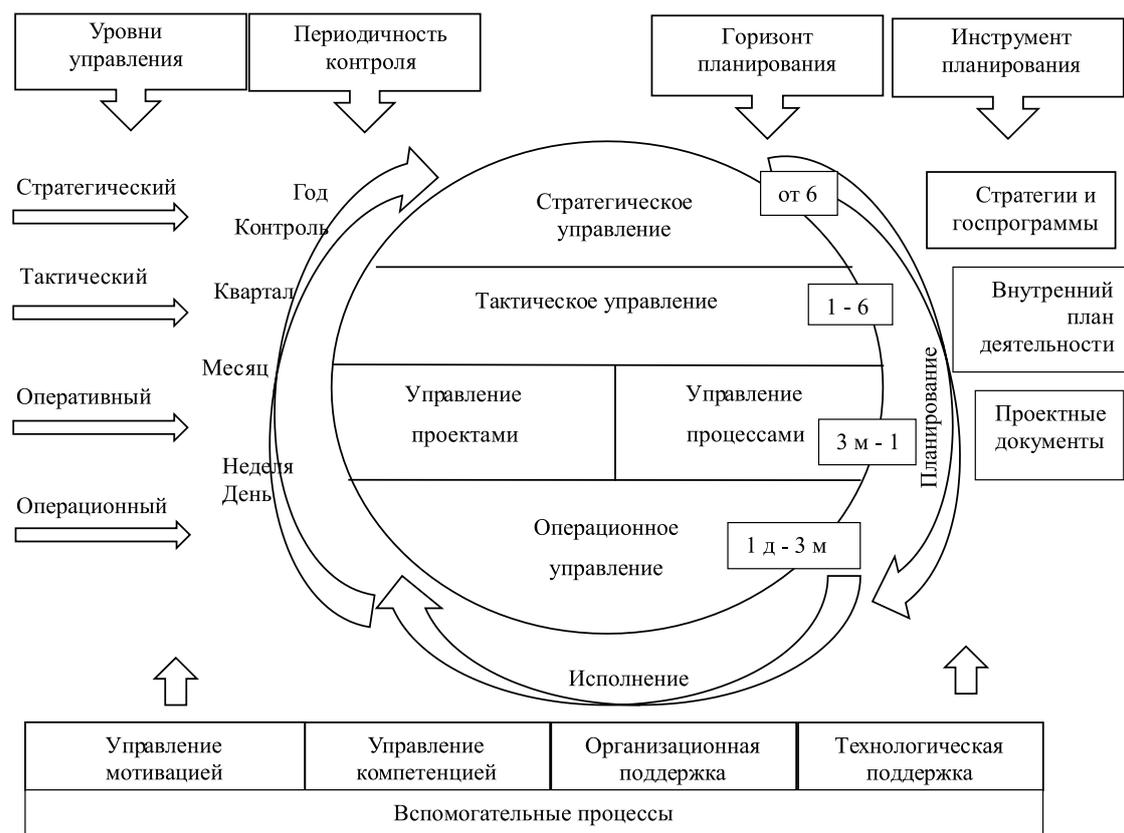


Рис. 2. Модель проектного управления.  
 Источник: <http://government.ru/docs/29710/>

Причинами такой государственной политики нужно обозначить то, что программное планирование имеет ряд проблем, неточностей, с которыми столкнулись власти на пути к достижению установленных стратегических целей [10].

Можно обозначить следующие преимущества применения принципов проектного управления в реализации программно-целевого подхода [11]:

- планирование в проектной деятельности является ключевой составляющей, планы позволяют прочертить четкую траекторию к цели, поэтому, в результате такой деятельности каждый участник представляет, что делать и как, появляется ясность, предсказуемость и конкретное понимание цели;

- гибкость в управлении. Возможность отделения критичных от некритичных задач и, подстраиваясь под ситуацию, менять планы в угоду реализации и достижению поставленной цели. У проектной команды есть возможность

управлять приоритетами и выполнять в первую очередь наиболее важные задачи, а не все сразу;

- упрощенное межведомственное взаимодействие. Назначенный руководитель проекта получает право давать поручения напрямую, а не проходить полные цепочки согласования (в рамках, указанных в действующем законодательстве);

- определена четкая структура и формат государственных программ, выделяются проектная и процессная части;

- ограниченность целей, не более 5 конкретных и измеримых целей;

- ранжирование входящих в программу проектов, в зависимости от их влияния на цели данной программы и возможность их реализации при данном ресурсном ограничении, а так же имеющихся рисков.

### Выводы или заключение

Таким образом, нужно отметить, что в рамках бюджетного планирования

акцент на эффективности государственных расходов определяется на стадии формирования программ, при определении необходимых результатов от действия целевой политики, а затем определяется необходимое ресурсное обеспечение для достижения поставленных целей. Именно такой подход позволяет осуществлять качественный контроль за бюджетными расходами, включающий: целевой характер расходования, результаты расходования средств [12].

На данный момент внедрение в государственное управление механизма проектного менеджмента на практике уже показало себя с лучшей стороны. Данный факт указывает на то, что проектное управление гармонично вписывается в уже существующую организационную структуру государственного сектора и может эффективно внедряться в сложившуюся систему управления для достижения положительных результатов.

*Библиографический список*

1. Об утверждении перечня государственных программ Волгоградской области и о признании утратившими силу некоторых постановлений Администрации Волгоградской области [Электронный ресурс]: постановление Администрации Волгоградской области от 11.10.2016 № 557-п (ред. от 01.03.2019). [Волгоград, 2019]. Электр. фонд прав. и нормат. техн. документации «Техэксперт».
2. Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности реализации государственных программ Волгоградской области [Электронный ресурс]: постановление Прав-ва Волгоградской области от 27.08.2013 № 423-п (ред. от 24.12.2018). [Волгоград, 2018]. Электр. фонд прав. и нормат.-техн. документации «Техэксперт».
3. Контрольные мероприятия контрольно-счетной палаты Волгоградской области за 2019 год [Электронный ресурс] / Контрольно-счетная палата Волгоградской области. Режим доступа: <http://www.ksp34.ru/activity/> (дата обращ. 03.09.2019).
4. О Счетной палате Российской Федерации [Электронный ресурс]: фед. закон от 05.04.2013 № 41-ФЗ (послед. ред.). [Москва, 2013]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Ассоциация контрольно-счетных органов Волгоградской области [Электронный ресурс] / Контрольно-счетная палата Волгоградской области. Режим доступа: [http://www.ksp34.ru/assotsiatsiya\\_kso\\_yo/](http://www.ksp34.ru/assotsiatsiya_kso_yo/) (дата обращ. 19.09.2019).
6. Стратегия развития Контрольно-счетной палаты Волгоградской области на 2018–2024 годы / Контрольно-счетная палата Волгоградской области. Режим доступа: <http://www.ksp34.ru/activity/plans/> (дата обращ. 19.09.2019).
7. Об организации проектной деятельности в Правительстве Российской Федерации [Электронный ресурс]: постановление Прав-ва РФ от 31.10.2018 № 1288 (ред. от 03.01.2019). [Москва, 2019]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
8. О применении механизма проектного управления при формировании и реализации отдельных государственных программ [Электронный ресурс] / Прав-во РФ. Режим доступа : <http://government.ru/docs/29710/> (дата обращ. 11.09.2019).
9. О разработке, реализации и об оценке эффективности отдельных государственных программ Российской Федерации [Электронный ресурс]: постановление Прав-ва РФ от 12.10.2017 № 1242 (ред. от 25.12.2018). [Москва, 2019]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
10. Хмурова Т.В., Езангина И.А. Анализ особенностей развития проектного финансирования в России // В сборнике: Поколение будущего: Взгляд молодых ученых-2015: сборник научных статей 4-й Международной молодежной научной конференции: в 4-х томах / Отв. ред. А.А. Горохов. Курск, 2015. С. 372–375.
11. О реализации мероприятий федеральных целевых программ, интегрируемых в отдельные государственные программы Российской Федерации [Электронный ресурс]: постановление Прав-ва РФ от 12.10.2017 № 1243 (ред. от 24.12.2018). [Москва, 2019]. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
12. Езангина И.А., Громышова О.С., Чернова И.Л., Березовская В.Д., Ламан Ю.Н. Направления развития программно-целевого управления государственными финансами: зарубежный опыт и перспективы России // Финансовая экономика. 2019. № 3. С. 152–157.

УДК 332.122

*И. А. Гущина*

Институт экономических проблем им. Г.П. Лузина ФИЦ КНЦ РАН, Апатиты,  
e-mail: guschina@iep.kolasc.net.ru

*О. А. Положенцева*

Институт экономических проблем им. Г.П. Лузина ФИЦ КНЦ РАН, Апатиты,  
e-mail: olgpol@iep.kolasc.net.ru

## СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО СООБЩЕСТВА

**Ключевые слова:** территориальное сообщество, социальная активность, социально-экономическое развитие, социологические оценки.

В статье рассмотрена социальная активность населения, определяемая как фактор социально-экономического развития территориального сообщества, способствующий эффективному взаимодействию структур управления и жителей. Показано, что низкая активность населения является одной из проблем, препятствующих развитию местного сообщества и социально-экономическому развитию территории. Исследованы социологические оценки возможностей влияния населения на решение значимых вопросов жизни местных сообществ. Определены параметры социального иждивенчества, проявляющегося в степени индивидуальной ответственности, как за собственное благополучие, так и социокультурную ситуацию в месте своего проживания. Выявлена взаимосвязь между оценками населением эффективности деятельности региональных и местных органов власти и решаемостью актуальных социально-экономических проблем.

*I.A. Guschina*

Luzin Institute for Economic Studies – Subdivision of the Federal Research Centre «Kola Science Centre of the Russian Academy of Sciences», Apatity, e-mail: guschina@iep.kolasc.net.ru

*O. A. Poljzhentseva*

Luzin Institute for Economic Studies – Subdivision of the Federal Research Centre «Kola Science Centre of the Russian Academy of Sciences», Apatity, e-mail: olgpol@iep.kolasc.net.ru

## SOCIAL ACTIVITY OF THE POPULATION AS A FACTOR OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE TERRITORIAL COMMUNITY

**Keywords:** territorial community, social activity, socio-economic development, sociological assessments.

The article deals with the social activity of the population as a factor of socio-economic development of the territorial community, contributing to the effective interaction of management structures and residents. It is shown that the low activity of the population is one of the problems hindering the development of the local community and the socio-economic development of the territory as a whole. Sociological estimations of possibilities of influence of the population on the decision of significant questions of life of local communities are investigated. The parameters of social dependency, manifested in the degree of individual responsibility, both for their own well-being and socio-cultural situation in the place of residence. The author reveals the relationship between the population's assessment of the effectiveness of regional and local authorities and the solvability of current socio-economic problems.

### Введение

Эффективное функционирование органов власти обеспечивается, в том числе, наличием развитой системы социальной коммуникации с населением, ориентированной на взаимный обмен информацией о возможных путях решения насущных проблем. Важнейшим

фактором такого взаимодействия является социальная активность населения, представляющая собой в обобщенном виде способность людей к преобразованию как природной, так и социальной среды в целях улучшения своего существования, что, по сути, и определяется как саморазвитие сообщества в целом.

Зачастую социальная активность рассматривается как самостоятельная деятельность, направленная на выполнение общественно значимых задач и обусловленная внутренними потребностями личности. Отмечается, что движущим фактором социальной активности на местном уровне следует признать лишь те потребности, удовлетворение которых имеет социальное значение и влияет на общественные интересы [1]. Это является важным условием не только самореализации личности как субъекта социальных отношений, но и как фактором воспроизводства и обновления общества [1, 2].

Исследования М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой, В.В. Локосова, Т.И. Заславской позволяют рассматривать социальную активность как способ социальной деятельности, и влияния на происходящие социальные события в целях изменения или сохранения социальных отношений [2]. Е.Н. Пясецкая указывает, что в российских условиях изучение социальной активности ориентировано на исследование отношения различных социальных групп к способам изменения социальной ситуации, и выявление предпочтений определенных форм социальной активности. В настоящее время у населения сформировалось отношение к социальной активности как к механизму вынужденных действий [3]. По мнению Мерсияновой И.В., социальная активность заключается в сознательной направленности деятельности по преобразованию социальных условий в соответствии с насущными потребностями, целями и идеалами, участия в решении актуальных социально-экономических проблем [4].

#### **Цель исследования**

Изучение социальной активности населения как фактора социально-экономического развития территориального сообщества.

#### **Материалы и методы исследования**

Степень и причины социальной активности местного населения могут быть определены с помощью социологического анализа, который предполагает рассмотрение ее как ха-

рактеристики социального субъекта. Для изучения социальной активности населения Мурманской области были проанализированы данные социологического мониторинга населения этого арктического региона, проводимого Институтом экономических проблем ФИЦ КНЦ РАН. Репрезентативность выборки соблюдена сохранением пропорций между городским и сельским населением и квотами половозрастной структуры взрослого населения.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Экономическое благополучие, как значимый показатель стабильности региона и материальной обеспеченности жителей, определило необходимость исследования оценок по этому аспекту. Нас интересовала приоритетность мнений в ответах на вопрос о том, от кого зависит экономическое благополучие региона. Это позволило выявить степень социальной зависимости, проявляющаяся в том, насколько активно жители региона принимают на себя ответственность за улучшение собственной жизни и благополучия (таблица 1). К сожалению, этот показатель остается традиционно низким: 5,5 % в 2012 г. и 7,8 % в 2017 г. В течение всего указанного периода население региона уповало на все уровни власти, возлагая надежды на экономическое процветание. Следует отметить почти паритетные значения мнений тех, кто привык полагаться на федеральные власти: 42,1 % в 2012 г. и 39,3 % в 2017 г., что, в целом, традиционно для российского менталитета. В то же время, показательны изменения в оценках роли региональных и местных органов власти: зафиксирован их рост с 28,6 % в 2012 г. до 45,4 % в 2017 г. Таким образом, население в своих ожиданиях в значительной мере переориентировалось на ближнюю власть, от которой во многом зависит организация повседневной жизни [5]. К сожалению, по-прежнему невелики надежды на то, что экономическое благополучие региона может быть в какой-то мере обеспечено за счет деятельности малого и среднего бизнеса.

**Таблица 1**

Оценки жителей региона от кого зависит экономическое благополучие региона (по результатам опросов населения Мурманской области 2012, 2017 гг.), %

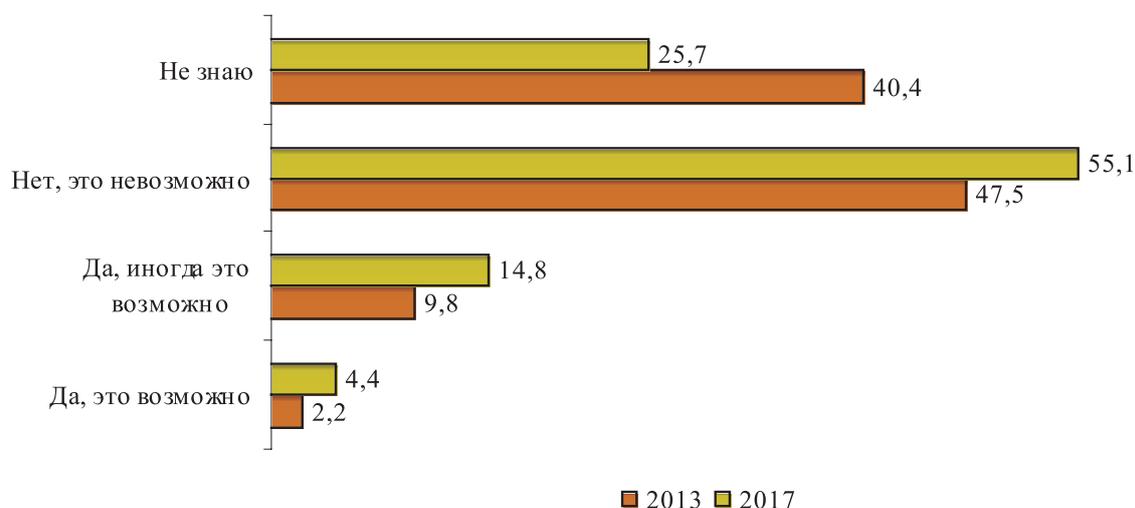
	2012 г.	2017 г.
От федеральных властей	42,1	39,3
От региональных и местных властей	28,6	45,4
От крупных предприятий	19,1	15,8
От малого и среднего бизнеса	4,7	3,2
От населения в целом	5,5	4,1

Саморазвитие местного сообщества в значительной степени зависит от возможности участвовать в решении вопросов местного значения. Влияние населения на ситуацию означает не что иное, как вклад граждан в решение вопросов непосредственного обеспечения жизнедеятельности населения муниципально-образованного образования. Нами выявлены и проанализированы оценки о степени влияния местного сообщества на принятие решений, включенность местного сообщества в решение локальных проблем, зависимость при решении насущных вопросов от власти, определены наиболее острые проблемы региона, влияющие на рост неодобрительных оценок и препятствующие конструктивному взаимодействию местного сообщества и муниципальной власти, дана оценка информационной политики региональных властей (рисунок).

Замеры мнений жителей региона о возможности их влияния на власть в период 2013–2017 гг. показали, что

существенно сократилась доля затруднившихся с ответом (2013 г. – 40,4%, 2017 г. – 25,7%), перераспределившись по кардинально противоположным оценкам: до 19,2% возросла доля жителей, считающих, что они могут оказывать влияние на местные органы власти (в 2013 г. – 12%), но, и негативные мнения значительно «подросли», составив в 2017 г. 55,1%, против 47,3% в 2013 г.

Причинами продолжающегося снижения оценок о возможности влияния членов местных сообществ на власть могут быть непопулярные процессы так называемой оптимизации в сферах здравоохранения, образования, социального обслуживания. Результатом этих преобразований, объясняемых, в первую очередь, убытием численности населения, явилось сокращение персонала, закрытие школ и фельдшерско-акушерских пунктов [6]. На этом фоне, словно в противовес, показательны изменения, произошедшие депутатском корпусе региона: если в 1993 г. в областной Думе



Оценки возможности влияния жителей на процессы управления на местном уровне (опросы населения Мурманской области 2013, 2017 гг.), %

интересы жителей Мурманской области с населением в 1 133 261 чел. представляли всего 25 избранных (на одного депутата приходилось 45 330 чел. населения), то к 2019 г. их число возросло до 32 чел., при сократившейся численности населения Мурманской области почти на треть – 748 078 чел., и один депутат теперь радеет за интересы всего 23 377 жителей области [7]. К сожалению, видимо, не слишком радуют, поскольку на известных встречах представителей СМИ с Президентом жители региона сообщали лишь негативные факты, (сфера здравоохранения в 2017 г. и уровень средней зарплаты в 2019 г.), «разруливать» которые пришлось Президенту, поскольку, как и на многое другое, не хватило внимания народных избранников.

Предсказуемо, что наличие и острота проблем, характер их восприятия жителями влияют на уровень социальной активности местного сообщества. Недобрительные оценки чаще обусловлены общей нестабильностью социально-экономической ситуации на территории местного сообщества. Респонденты, в течение всего периода наблюдений, с небольшими вариациями, указывали одни и те же проблемы, к примеру, в 2019 г. на первых позициях зафиксированы инфляция, проблемы ЖКХ, бедность, безработица, плохое медицинское обслуживание и др. (табл. 2). На этом фоне закономерно выглядит соотношение оценок деятельности местной и региональной власти: чем больше острых

проблем, тем ниже оценки, доля которых имеет тенденцию к увеличению.

Одним из факторов повышения социальной активности местных сообществ является укрепление доверия населения к органам власти. При этом его возникновение, повышение и формирование может происходить по нескольким направлениям, одним из которых является обеспечение открытости деятельности местных органов власти [8]. В 2017 г. 45,7% респондентов сочли, что степень закрытости власти все еще велика для рядовых граждан, обратное мнение высказали 19,3%, и наблюдается это в ситуации, когда очевидны усилия властей по более широкому использованию Интернет-ресурса. В Мурманской области существенны успехи в достижении доступности информационных ресурсов органов власти. Появилась возможность пользования Интернет-сайтами общественной приемной губернатора, Правительства области, Областной думы, органов местного самоуправления. С одной стороны, развитие систем коммуникации позволяет обеспечить более эффективное взаимодействие власти и населения через взаимный обмен информацией о возможных путях решения тех или иных проблем. С другой стороны, есть вероятность, что эффективность использования указанных источников информации снижается из-за сложности их форматов, когда неуверенному пользователю не удается соблюсти все предлагаемые условия по нахождению интересующей информации, на что и сетует значительная часть респондентов.

**Таблица 2**

Рейтинг наиболее острых проблем, оказывающих существенное влияние на качество жизни людей в местных сообществах Мурманской области (по результатам соцопроса в 2019 г.), %

	Проблемы:	%
1	Рост цен	83,1
2	Жилищные проблемы (ЖКХ, уровень благоустроенности, недостаток жилья)	54,2
3	Бедность	53,5
4	Проблемы с трудоустройством	49,5
5	Плохое медицинское обслуживание, проблемы со здоровьем	30,9
6	Алкоголизм, наркомания	29,0
7	Ухудшение экологической обстановки	19,1
8	Падение нравственности	16,6
9	Рост преступности	10,5

Интересными представляются мнения, высказанные респондентами в 2019 г., по поводу понимания социальной активности как общественно значимой деятельности (табл. 3). Поливариантность высказанных мнений подчеркивает многообразие побудительных мотивов, вплоть до «возможности заработать» и «угрозы общественного порицания со стороны земляков», но все же первые позиции занимают такие прагматичные посылы как «же-

лание отстаивать права граждан», «возможность повлиять на политику властей», «возможность решить волнующую личную проблему». Эти и другие мнения достаточно далеки от советской идеологии с верой в мировую революцию, носят более приземленный характер, что, вероятно, может способствовать включению людей с такими убеждениями в дела насущные, ориентированные на улучшение своей жизненной среды здесь и сейчас.

**Таблица 3**

Оценки социальной активности как общественно значимой деятельности (соцопрос населения Мурманской области 2019 г.), %

Желание отстаивать права граждан и исправить ситуацию	57,0
Возможность повлиять на политику властей	51,5
Возможность решить волнующую личную проблему	45,1
Стремление помочь людям в сложной ситуации	41,5
Участие в общественной жизни – важный элемент демократии	33,4
Возможность публично выразить свою позицию	30,7
Возможность заработать	25,0
Реализация проектов, требующих коллективной поддержки	16,0
Участие по принуждению (со стороны руководства, власти и др.)	14,2
Угроза общественного порицания со стороны земляков	11,5

### Выводы

Таким образом, завершая изложение приведенных в статье отдельных результатов социологического анализа, можно сделать следующие выводы:

– социальная активность как фактор саморазвития местного сообщества все шире исследуется российскими учеными, определяющими ее перспективность как самостоятельной деятельности, направленной на выполнение общественно значимых задач;

– оценки взаимозависимости социальной активности населения от преобладающих факторов материального благополучия в регионе показали произошедшую с 2012 г. переориентировку значительной части населения (45,4% в 2017 г.) с надежд на федеральную власть на региональные и местные структуры управления, от которых во многом зависит социально-экономическое благополучие повседневной жизни. По-

прежнему невелики надежды на то, что экономическое благополучие региона может в какой-то мере обеспечиваться за счет деятельности малого и среднего бизнеса, что указывает на недостаточную развитость этой сферы предпринимательской деятельности;

– одним из важных проявлений социальной активности населения является возможность участия в разработке и влиянии на реализацию управленческих решений региональных и местных органов власти. При незначительном росте положительных оценок перспектив такой возможности, в период с 2012 по 2017 гг. доля негативных мнений возросла с 47,3 до 55,1%, что указывает на несостоятельность утверждений о вовлечении населения в процессы управления на местах и подтверждается устойчивостью острых нерешаемых проблем бедности, ЖКХ, безработицы и др.

Низкая активность населения является одной из проблем, препятствующих развитию местного сообщества и социально-экономическому развитию территории в целом. Между тем, именно саморазвитие местного сообщества в современной ситуации перспективно с позиций развития региона [9]. Повышение активности жителей может стать фундаментом и гарантией возможных преобразований, своего рода защитой от ошибок власти в регионе. Причем, чем меньше территория, тем больший акцент в стратегии её развития должен смещаться на формирование и развитие местного сообщества [10].

Рассмотренные в статье аспекты проявления социальной активности, безусловно, не в полной мере отражают ее сущность, нами планируется оценить такие стороны саморазвития территориального социума, как участие в деятельности общественных организаций, реализация идеи создания ТОСов (товарищества собственников жилья), взаимодействие на благо города и области с депутатами местных советов и Областной думы. Внимания исследователей ожидают процессы формирования и реализации побудительных мотивов социальной активности в различных социально-экономических ситуациях.

*Статья подготовлена в рамках выполнения НИР АААА-А18-118051590115-9.*

*Библиографический список*

1. Серегин А.Н. Управление формированием социальной активности студенческой молодежи вузов России: автореф. дис. ...канд. социол. наук. М., 2009. 170 с.
2. Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). М.: Новый хронограф. 2011. 672 с.
3. Пясецкая Е.Н. Местное сообщество и муниципальное управление: трансформация взаимодействия // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. №9. С. 61–65.
4. Мерсиянова И.В. Общественная активность населения и восприятие гражданами условий развития гражданского общества. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. С. 38.
5. Гущина И.А., Кондратович Д.Л., Положенцева О.А. Актуальность использования социологических методов в определении эффективности деятельности властных структур в регионах российского севера и Арктики (на примере модельного региона-Мурманской области) // Современные проблемы науки и образования. 2013. №6. С. 502.
6. Корчак Е.А. Динамика социальной устойчивости и уровень жизни в северных регионах // ЭКО. 2016. №3. С. 80–96.
7. Представительство жителей в областном парламенте URL: <https://severpost.ru/read/82564> (дата обращения 21.08.2019).
8. Социальные аспекты управления саморазвитием регионов и местных сообществ в Российской Арктике: отчет о НИР (промежуточный): № 0226-2018-0008 / ФГБУН ФИЦ КНЦ РАН Институт экономических проблем им Г.П. Лузина КНЦ РАН; рук. Рябова Л.А., Гущина И.А.; отв. исполн.: Башмакова Е.П. [и др.]. Апатиты, 2018. 182 с.
9. Гальченко В.В. Актуальные проблемы развития социальной активности населения на местном уровне. М.: Мир науки научный Интернет журнал. вып. 4. 2013. URL: <http://mir-nauki.com> (дата обращения 15.08.2019).
10. Местные сообщества: проблемы социокультурного развития Сборник научных статей. М.: Независимый институт гражданского общества. 2010. С. 133.

УДК 332

**М. А. Дугаржапова**

ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова»,  
Улан-Удэ, e-mail: uma79@mail.ru

**Е. А. Жалсараева**

ФГБОУ ВО «Восточно-Сибирский государственный университет технологий  
и управления», Улан-Удэ, e-mail: katyal@yandex.ru

**О. И. Одоева**

ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова»,  
Улан-Удэ, e-mail: bahaevao@mail.ru

## ОЦЕНКА БЮДЖЕТНОГО РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ БАЙКАЛЬСКОГО МАКРОРЕГИОНА

**Ключевые слова:** пространственная экономика, макрорегион, налоговые и неналоговые доходы, консолидированный бюджет, бюджетная обеспеченность, дотационность региона.

Статья посвящена исследованию вопросов пространственного развития субъектов Байкальского макрорегиона в части бюджетного финансирования и принятия новой стратегии пространственного развития Российской Федерации до 2025 года, в соответствии с которой выделение Байкальского макрорегиона не произошло. Авторами дана оценка последствий принятия этой стратегии для экономического развития субъектов в части сложившихся межбюджетных диспропорций. В статье представлен сравнительный анализ поступлений в консолидированные бюджеты субъектов макрорегиона, в части налога на прибыль и всех доходов, рассчитаны доходы бюджетов на душу населения и уровень бюджетной обеспеченности регионов. В результате проведенного исследования определены проблемы бюджетного развития Иркутской области, Забайкальского края, Республики Бурятия и намечены направления снижения межрегиональных диспаритетов, что позволит усовершенствовать систему межбюджетных отношений в данных регионах.

**М. А. Dugarzhapova**

Burat State University named after Dorji Banzarov, Ulan-Ude, e-mail: uma79@mail.ru

**Е. А. Zhalsaraeva**

Burat State University named after Dorji Banzarov, Ulan-Ude, e-mail: katyal@yandex.ru

**О. И. Odoeva**

Burat State University named after Dorji Banzarov, Ulan-Ude, e-mail: bahaevao@mail.ru

## EVALUATION OF THE BUDGETARY DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF THE BAIKAL MACROREGION

**Keywords:** spatial economy, macro-region, tax and non-tax revenues, consolidated budget, budget security, region subsidies.

The article is devoted to the study of spatial development of the regions of the Baikal macroregion in terms of budget financing and the adoption of a new spatial development strategy of the Russian Federation until 2025, according to which the allocation of the Baikal macroregion did not occur. The authors assessed the consequences of adopting this strategy for the economic development of entities in terms of the existing inter-budgetary imbalances. The article presents a comparative analysis of revenues to the consolidated budgets of macroregion entities, in terms of income tax and all revenues. Budget revenues per capita and the level of budgetary provision of the regions are calculated. As a result of the study, the problems of budget development of the Irkutsk region, Zabaykalsky Krai, the Republic of Buryatia were identified and directions for reducing inter-regional disparities were outlined, which will improve the system of inter-budget relations in these regions.

### Введение

Изучая роль пространственного развития в системе стратегического планирования России, а также факторы, условия, проблемы и риски пространствен-

ного развития страны, нельзя обойти тему бюджетного развития. Экономика России – это «многорегиональный организм, функционирующий на основе вертикальных (центр – регионы)

и горизонтальных (межрегиональных) взаимодействий и входящий в систему мирохозяйственных связей» [5, с. 18]. Основным итогом развития пространственной экономики России за последние двадцать лет – отсутствие эффективного функционирования общероссийского рынка и возникновение огромной «дифференциации регионов по уровням бюджетной обеспеченности и социально-экономического развития, а также по показателям качества жизни населения» [5, с. 21].

В настоящее время «сокращающееся число регионов-доноров и подавляющее преобладание регионов – реципиентов федеральной поддержки показывают слабость собственной доходной базы региональных бюджетов, безосновательность надежд на формирование ими специальных «бюджетов развития» как основы реализации собственных проектов по развитию территорий для большинства субъектов Российской Федерации и входящих в них муниципальных образований» [3, с. 12].

Это требует не только активизации региональной политики федерального центра, но и совершенствования всех правовых, институциональных, экономических механизмов федеративных отношений.

### **Цель исследования**

Выявить основные недостатки действующего законодательства Российской Федерации, регулирующего хозяйственную деятельность в пределах Байкальской природной территории, а также определить проблемы выработки механизмов бюджетной поддержки развития и финансирования Иркутской области, Забайкальского края, Республики Бурятия в условиях сложившихся межбюджетных диспропорций. Задачи исследования: проведение анализа пространственного развития страны, и выявить место Байкальского макрорегиона в нем; изучение социально-экономического развития субъектов региона, в части бюджетного финансирования общих инвестиционных проектов.

### **Материал и методы исследования**

При написании статьи был использован материал Единого портала бюджетной системы Российской Федерации, Федеральной службы государственной

статистики о развитии регионов, а также нормативно-правовые документы: Законы об исполнении бюджета субъекта Российской Федерации, Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года и др. Применялись методы эмпирического (сравнение) и аналитического исследования (статистический, индексный).

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Для изменения сложившейся ситуации Правительством РФ была утверждена Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года (далее СПР) [1].

Основная цель СПР – «сокращение межрегиональных различий в уровне и качестве жизни людей». В ней раскрыты принципы, приоритеты и основные направления пространственного развития России, представлен приоритетный (целевой) сценарий пространственного развития, выделены перспективные центры экономического роста, макрорегионы, перспективные экономические специализации субъектов Федерации.

Основные принципы СПР – «обеспечение территориальной целостности, единства правового и экономического пространства Российской Федерации» и «создание равных возможностей» для граждан независимо от места их проживания [1].

В Стратегии сформированы 12 макрорегионов: Центральный, Центрально-Чернозёмный, Северный, Северо-Западный, Северо-Кавказский, Южный, Волго-Уральский, Волго-Камский, Южно-Сибирский, Уральско-Сибирский, Ангаро-Енисейский, Дальневосточный.

В Ангаро-Енисейский макрорегион вошли республики Иркутская область, Красноярский край, Тыва, Хакасия. В Дальневосточный макрорегион – республики Бурятия, Саха (Якутия), Забайкальский, Камчатский, Приморский, Хабаровский края, Амурская, Магаданская, Сахалинская области, Еврейская автономная область, Чукотский автономный округ.

Данное объединение в макрорегионы произошло на основе реализации долгосрочных мегапроектов межрегионального сотрудничества как основной

идеи объединения регионов с учетом синергетического эффекта от реализации высокопродуктивной экономической специализации каждого региона. Одним из следствий принятия СПР стало выведение социально-экономического развития Байкальского региона из компетенции специальной правительственной комиссии, которая отныне отвечает только за решение проблем Дальнего Востока [2].

Изначально проект «Стратегия пространственного развития» предполагал деление России на 14 макрорегионов, как наиболее полно отражающие сложившиеся социально-экономические связи, выделяя отдельно Байкальский макрорегион – куда должны были войти Республика Бурятия, Иркутская область и Забайкальский край.

В основе экономического объединения данных субъектов лежали интеграционные проекты, охватывающие развитие территории озера Байкал и его водосборной зоны. Соответственно, если объединение не произошло, то возникает вопрос как геостратегическое и геоэкономическое районирование, касающееся проблем развития озера Байкал, будет осуществляться на практике? Как будет происходить дальнейшее развитие бюджетного финансирования общих инвестиционных проектов субъектов Байкальского региона и естественных экономических границ макрорегионов?

В то же время федеральные органы власти в целях исключения дублирования мер государственной поддержки утверждают, что «будут учитывать перспективные экономические специализации граничащих с ним субъектов Российской Федерации и входящих с ним в состав одного макрорегиона» [6].

Конечно же, по уровню социально-экономического развития субъекты Байкальского макрорегиона не сравнимы между собой. Согласно, рейтинга кредитной надежности агентства АКРА, Иркутская область входит в 12 субъектов Российской Федерации с высоким уровнем кредитной надежности «Стабильный», вместе с Челябинской, Липецкой, Самарской областей и Пермского края, выше, чем

в Приангарье только у 4 регионов – городов Москва и Санкт-Петербург, Ямало-Ненецкого автономного округа и Московской области. Высокой оценке способности Иркутской области исполнять принятые на себя обязательства способствовал быстрый рост и структурные изменения в региональной экономике в последние годы. АКРА положительно оценило решения Правительства региона по использованию достигнутого за последнее два года роста собственных доходов бюджета для финансирования, так называемого, «бюджета развития», объем которого увеличился в 1,7 раз – с 12,4 млрд рублей в 2015 году до 21,1 млрд рублей по итогам 2017 года [11].

Это, по мнению аналитиков, с одной стороны, позволяет сохранить гибкость бюджета, с другой, – способствует улучшению инфраструктуры и росту социальной и инвестиционной привлекательности региона. Как действенная была отмечена политика региональных властей по выявлению неэффективных или избыточных расходов, в том числе на уровне подведомственных организаций. Соответствующий, по методологии АКРА, минимальному уровню риска объем долговых обязательств и расходов на их обслуживание характеризует долговую политику Иркутской области как сбалансированную. Имеющийся уровень ликвидности бюджета позволяет своевременно обслуживать расходы без экстренного внутригодичного привлечения краткосрочной банковской задолженности и без наращивания просроченной кредиторской задолженности. Прогноз изменения рейтинга «Стабильный» отражает мнение аналитиков о том, что высокие темпы роста экономики Иркутской области продолжают способствовать обеспечению сбалансированности областного бюджета, а руководство региона будет придерживаться взвешенной политики в отношении расходов, демонстрируя умеренный дефицит регионального бюджета.

Обобщенный результат наращивания продуктивности предприятий – это поступление налогов на прибыль в консолидированный бюджет субъекта (табл. 1).

Таблица 1

Поступление платежей в консолидированный бюджет субъектов Байкальского региона в 2016–2018 гг., млрд руб. [7]

Показатель	2016	2017	2018	Темп роста 2017/2016	Темп роста 2018/2017
<b>Поступление платежей по налогу на прибыль в консолидированный бюджет:</b>					
Иркутская область	87,02	96,42	116,38	110,8	120,7
Республика Бурятия	18,40	18,25	21,23	99,2	116,3
Забайкальский край	22,79	26,10	27,75	114,5	106,3
<b>Всего налоговых доходов в консолидированный бюджет:</b>					
Иркутская область	124,0	135,0	160,2	108,8	118,7
Республика Бурятия	28,2	28,0	32,4	99,3	115,7
Забайкальский край	36,0	38,5	41,9	106,9	108,8
<b>Всего доходов в консолидированный бюджет</b>					
Иркутская область	153,14	164,43	193,63	107,4	117,7
Республика Бурятия	51,53	56,64	64,77	109,9	114,3
Забайкальский край	55,57	58,8	70,79	105,8	120,4

Так, консолидированный бюджет Иркутской области – имеет тенденцию роста: в 2017 г. прирост платежей составил 10,8% по отношению к предыдущему году, а в 2018 г. темп роста 120,7% был весьма значимым. Поступления налога на прибыль в 2018 г. увеличились и составили 116,38 млрд руб. В целом налоговые доходы консолидированного бюджета Иркутской области в 2016–2018 гг. существенно увеличились: за эти годы они выросли на 29% и в 2018 г. составили 160,2 млрд руб. Тем самым по темпам роста доходов Прибайкалье заняло третье место в Сибирском федеральном округе и 17-е место в стране.

Поступление налоговых доходов в консолидированный бюджет Республики Бурятия в 2017 году снизился по сравнению с 2016 годом, но в целом за период 2016–2018 гг. доходы увеличились на 14,8% и составили 32,4 млрд руб. в 2018 году. Консолидированный бюджет Забайкальского края имеет повышательную тенденцию, но в разы уступает по объему бюджету Иркутской области. Поступление платежей по налогу на прибыль в 2016–2018 гг. увеличились на 21,7%, а рост всех налоговых доходов на 16,3%.

В Иркутской области приток инвестиций в основной капитал по итогам 2018 г. составил 276,8 млрд руб., что на 8% выше уровня 2017 г. – 256,9 млрд руб. и обеспечило региону второе место по показателю объема инвестиций в основной капитал

среди регионов Сибирского федерального округа [8].

По инвестиционному риску в 2018 г. Прибайкалье заняло 44-е место, улучшив показатель прошлого года (46-е место), при этом наибольший риск отмечен в сфере экологической, наименьший – финансовой. Последняя своими ресурсами открывает «окно возможностей» для интенсификации экономического развития и приращения производственного потенциала компаний, обеспечивая темпы научно-технического прогресса. В 2017 г. Минфин России присвоил Иркутской области первое место качества управления региональными финансами за работу в этой сфере в 2016 г. Доходы консолидированного бюджета Иркутской области в 2016–2018 гг. существенно прибавляли и, достигнув двухлетнего темпа роста 27%, опережали по нему многие субъекты Российской Федерации.

По итогам 2018 г. доходы консолидированного бюджета Иркутской области составили 193,6 млрд руб., что на 29,2 млрд руб. (+17,8%) выше поступлений за аналогичный период прошлого года. Соответственно и исполнение по расходам консолидированного бюджета за то же время (117,2 млрд руб.) стало на 7,3% больше, чем в 2017 г.

Консолидированный бюджет Республики Бурятия исполнен по доходам на 64,77 млрд рублей или 101,8% к плану; по расходам на 65,18 млрд рублей

или 97,3% к плану. Дефицит составил 379,1 млн рублей или 1,1% к объему налоговых и неналоговых доходов. В 2018 году осуществлялась реализация 21 государственной программы Республики Бурятия, которые распределены по 4 основным направлениям. По сравнению с 2017 годом исполнение республиканского бюджета за 2018 год по доходам характеризуется значительным ростом собственных налоговых и неналоговых доходов (в абсолютных значениях прирост по сравнению с 2017 годом составил 4,4 млрд рублей или 15,7%). По основным доходобразующим налогам темп роста составил – по налогу на прибыль организаций 128,7%, налогу на доходы физических лиц – 110,4%, акцизам – 111,2%, налогу на имущество организаций – 123,1%.

Бюджет республики является социально направленным, на развитие социальной сферы в рамках 6 государственных программ направлено 37,2 млрд. рублей или 64,9% от общей суммы расходов. Наибольший удельный вес занимают расходы, направляемые на разделы: «Социальная политика» – 26,4%, «Образование» – 25,2%, «Здравоохранение» – 10,4%. Расходы по разделу «Национальная экономика» составили 13,8%. Объем государственного долга Республики Бурятия на 1 января 2019 года составил 11,9 млрд рублей, предельные параметры по объему государственного долга, установленные законодательством Российской Федерации и Республики Бурятия, соблюдены. Просроченной задолженности по долговым обязательствам Республика Бурятия не имеет.

Совокупный объем инвестиций в основной капитал в регионах России в 2018 году вырос на 3,2% по сравнению с 2017 годом. Объем притока прямых иностранных инвестиций в первом квартале 2019 года увеличился сразу на 18,1%. Правда, позитивная динамика характерна далеко не для всех территорий: в Республике Бурятия в 2018 году бизнес инвестировал на 31,1% меньше, чем в 2017 г.

Как признают в Совете Федерации «... вклад Байкальского региона в экономику Российской Федерации по сравнению с его ресурсным потенциалом остается незначительным. Объем валового

регионального продукта, произведенного в макрорегионе в 2013 году, составил всего 7,6 процента от общего объема валового регионального продукта Сибирского федерального округа. Ряд негативных факторов, связанных с природными, экономическими, демографическими и другими условиями в макрорегионе, сдерживает реализацию его экономического потенциала. К числу наиболее серьезных проблем относятся: миграционный отток населения (с 1990 года численность населения сократилась более чем на 20 процентов), низкий уровень и качество жизни населения, неразвитость экономической инфраструктуры в связи с недостатком инвестиционных ресурсов...» [10]. Ситуация за последний период практически не изменилась. Доходы населения в субъектах Байкальского региона почти на четверть ниже, чем у среднестатистического россиянина – при более высоких затратах на коммунальные услуги и продукты.

Масштабные инвестиционные задачи могут быть успешно решены только при достаточных доходах бюджетов субъектов Байкальского макрорегиона. А для субъектов Байкальского макрорегиона характерна существенная зависимость доходной части от межбюджетных трансфертов, выделяемых из «вышестоящего» бюджета (табл. 2).

Одной из отличительных особенностей территорий Байкальского региона является значительный «разброс» показателя доходной части консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации на душу населения. Так, доходы консолидированного бюджета на душу населения колеблются в диапазоне от 58 до 73 тыс. рублей. В такой ситуации проблемы финансового обеспечения расходных обязательств субъектов Байкальского региона приобретают критически важное значение.

По состоянию на 01.09.2019 г. бюджетная обеспеченность Иркутской области – 46,7 тыс. руб., Забайкальского края – 28,0 тыс. руб., в Бурятии – 22,4 тыс. руб.

Бюджетные ресурсы, получаемые за счет собственных доходных источников и межбюджетных трансфертов, недостаточны для исполнения расходных обязательств (табл. 3).

**Таблица 2**

Исполнение консолидированного бюджета субъекта РФ  
по доходам на 01.09.2019 г.

Наименование	Иркутская область		Забайкальский край		Республика Бурятия	
	млрд руб.	%	млрд руб.	%	млрд руб.	%
<b>1. Налоговые доходы, в том числе</b>	<b>111,97</b>	<b>63,6</b>	<b>29,89</b>	<b>43,5</b>	<b>22,03</b>	<b>38,1</b>
Налоги на прибыль, доходы	82,21	46,7	19,86	28,9	14,41	24,9
Налоги на имущество	13,95	7,9	4,33	6,3	3,09	5,3
Налоги на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации	7,76	4,4	2,71	3,9	2,09	3,6
<b>2. Неналоговые доходы, в том числе</b>	<b>5,55</b>	<b>3,1</b>	<b>1,38</b>	<b>2,0</b>	<b>1,18</b>	<b>2,1</b>
Штрафы, санкции, возмещение ущерба	2,01	1,1	0,42	0,6	0,38	0,7
Платежи при пользовании природными ресурсами	1,43	0,8	0,41	0,6	0,33	0,6
Доходы от оказания платных услуг и компенсации затрат государства	0,85	0,5	0,23	0,3	0,26	0,5
<b>3. Безвозмездные поступления</b>	<b>58,64</b>	<b>33,3</b>	<b>37,40</b>	<b>54,5</b>	<b>34,56</b>	<b>59,8</b>
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	58,18	33,0	37,36	54,4	34,32	59,4
Доходы бюджетов бюджетной системы Российской Федерации от возврата остатков субсидий, субвенций и иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение, прошлых лет	0,37	0,2	0,07	0,1	0,45	0,8
Безвозмездные поступления от государственных (муниципальных) организаций	0,25	0,1	0,06	0,1	0,07	0,1
<b>Всего доходов</b>	<b>176,16</b>	<b>100</b>	<b>68,67</b>	<b>100</b>	<b>57,77</b>	<b>100</b>
<b>Численность населения, тыс. чел. (на 01.01.2019)</b>	<b>2397,7</b>		<b>1065,9</b>		<b>983,3</b>	
<b>Доходы бюджета на душу населения, руб</b>	<b>73 468,4</b>		<b>64 431,4</b>		<b>58 752,8</b>	
<b>Уровень бюджетной обеспеченности, руб</b>	<b>46 698,9</b>		<b>28 042,0</b>		<b>22 404,1</b>	

**Таблица 3**

Расходы бюджета субъектов Байкальского региона, млрд.руб.

Наименование	Республика Бурятия		Забайкальский край		Иркутская область	
	Утверждено на 2019 г.	Исполнено на 01.09.19	Утверждено на 2019 г.	Исполнено на 01.09.19	Утверждено на 2019 г.	Исполнено на 01.09.19
Общегосударственные вопросы	3,12	1,28	3,20	2,19	5,08	2,90
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	0,76	0,40	0,80	0,68	20,47	11,91
Национальная экономика	9,84	5,30	11,03	5,43	8,37	3,89
Жилищно-коммунальное хозяйство	2,26	0,73	2,63	1,71	45,64	33,88
Образование	19,85	10,37	16,22	10,81	2,49	1,58
Культура, кинематография	2,13	1,28	1,12	0,65	13,63	7,67
Здравоохранение	7,06	2,86	4,30	2,43	45,29	33,73
Социальная политика	16,02	10,68	17,71	12,54	2,60	2,35
Физическая культура и спорт	1,34	0,61	1,32	0,67	8,38	7,37
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам бюджетной системы РФ	5,41	3,51	6,55	5,98	4,66	1,51
Иные	2,38	0,48	1,03	0,44	156,60	106,79
<b>Итого</b>	<b>70,15</b>	<b>37,50</b>	<b>65,92</b>	<b>43,51</b>	<b>156,6</b>	<b>106,79</b>

Согласно экспертным оценкам, для того чтобы «преодолеть негативные последствия хронического недофинансирования социальной сферы в предыдущие годы и создать оптимальные условия для развития науки, образования, культуры, здравоохранения требуется увеличить государственные расходы на образование в 1,3 раза, на здравоохранение – в 1,9 раза и на науку – в 1,5 раза» [9].

Объем задолженности регионов по коммерческим кредитам к 1 июля 2019 г. сократился на треть. Об этом сообщается в отчете Счетной палаты о ходе исполнения федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов за первое полугодие 2019 г.

Хотя можно отметить увеличение объема общего профицита регионов: общий объем доходов в первом полугодии 2019 г. превысил расходные статьи на 6,7 млрд руб., по сравнению с 2018 г. данный показатель вырос более чем на треть.

Кроме того, ни для кого не секрет «бюджетная система, сложившаяся в России 10 лет назад, парадоксальна: при традиционно профицитном федеральном бюджете почти все регионы и муниципальные образования дефицитны. Природа дотационности российских регионов и муниципалитетов кроется в характере распределения налогов по уровням власти и в специфике межбюджетных отношений. Несоответствие закрепленных налогов расходным обязательствам – характерная черта и причина вертикального дисбаланса российской бюджетной системы» [4, с. 4].

При разработке и реализации федеральных целевых программ, предусматривающих вложение бюджетных инвестиционных ресурсов в экономику этих регионов, возникает проблема корректной оценки потребностей в финансовых ресурсах, исходя из объемов, фактически предусмотренных расходными статьями бюджета. А недостаточность бюджетных ресурсов на местах не позволяет субъектам Российской Федерации и муниципалитетам планировать и осуществлять собственную инвестиционную полити-

ку, направленную на развитие экономики региона. Практика планирования и осуществления федеральным центром инвестиционных проектов является почти единственным механизмом стимулирования экономических процессов, повышения налогового потенциала регионов и муниципалитетов. Яркий пример – финансирование крупных инвестиционных проектов (более 5 млрд руб.) из федерального бюджета составляет 25 % всех инвестиций, их которых на Иркутскую область приходится почти две трети, Забайкальский край – одна пятая часть, а на – Республику Бурятия – 5 %. Проблемным является и то, что в федеральном бюджетном законодательстве отсутствуют положения, на основе которых должны быть обеспечены стабильные и долгосрочные источники доходов регионов и муниципалитетов.

#### **Выводы (заключение)**

Таким образом, преобразования происходящие в Байкальском регионе часто являются спонтанными и непоследовательными. Необходимо создание условий и предпосылок развития обширного региона в направлении формирования диверсифицированной и социально-ориентированной современной экономики. И как следствие требуется разработка механизмов эффективного бюджетного взаимодействия.

Политика субфедерального уровня характеризуется в субъектах Байкальского макрорегиона отсутствием преемственности, частой сменяемостью приоритетов, неспособностью элиты консолидировано с исполнительной властью защищать и лоббировать социально-экономические интересы регионов на федеральном уровне, а «система выравнивания через систему федеральных трансфертов в России запутана и малоэффективна. Уровень бюджетной обеспеченности российских регионов может отличаться многократно» [4, с. 5].

Для Байкальского региона инновационный сценарий возможен только при реализации долгосрочных инфраструктурных, территориальных, финансовых проектов и программ, нацеленных на комплексное многоотраслевое развитие.

Главная задача сегодня – это преодоление кризиса в стране, нормализация экономических условий и создание благоприятного климата для инвестиций, включая зарубежные инвестиции, а также внедрение современных экологических технологий производства для успешного развития Байкальского региона.

Объединение Иркутской области, Республики Бурятия, Забайкальского края в Байкальский макрорегион уже не произойдет, но мы выражаем опре-

деленный оптимизм в инициировании национального проекта, где развитие Байкальского макрорегиона могло бы рассматриваться как составная часть и в итоге появилась бы возможность проработки нового интеграционного проекта, охватывающего данные субъекты, что в свою очередь может помочь в решении проблемы сокращения межрегиональных диспаритетов и позволит усовершенствовать систему межбюджетных отношений в данных регионах.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 19-010-00906 А «Развитие теоретических подходов и разработка механизмов эффективного взаимодействия субъектов Байкальского макрорегиона в условиях пространственного развития»).*

*Библиографический список*

1. Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 № 207-р (ред. от 31.08.2019) «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 7 марта 2019 года № 249 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 17 сентября 2013 г. № 810 и признании утратившим силу абзаца пятого подпункта «б» пункта 1 изменений, которые вносятся в акты Правительства Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2014 г. № 1453».
3. Ергунова, О.Т. Современные тенденции и проблемы развития территорий: учеб. пособие / О.Т. Ергунова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 168 с.
4. Колодина, Е.А. Региональная экономическая политика и бюджетный федерализм в современной России / Е.А. Колодина // Известия Иркутской государственной академии (БГУЭП). 2012. № 3.
5. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / под ред. Д.С. Львова, А.Г. Гранберга, А.П. Егоршина; ООИ РАН, НИМБ. М.: Экономика, 2004.
6. Официальный сайт Правительства России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://government.ru/docs/35733/#> (18.09.2019).
7. Единый портал бюджетной системы РФ (электронный бюджет) Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://budget.gov.ru> (20.09.2019).
8. Министерство экономического развития Иркутской области. Официальный сайт [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/socio-economic\\_situation](http://irkobl.ru/sites/economy/socio-economic/socio-economic_situation) (10.09.2019).
9. Республика Бурятия. Официальный портал [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://old.gov-buryatia.ru> (20.09.2019).
10. Официальный портал Забайкальского края [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://збайкальскийкрай.рф/dokumenty/prochee/44586-o-dolgosrochnom-socialno-ekonomicheskom-razvitiidalnego-vostoka-i-baykalskogo-regiona>.
11. Аналитическое кредитное рейтинговое агентство [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.acra-ratings.ru/ratings/issuers> (14.09.2019).

УДК 338.2

*Н. С. Комлева*

Национальный исследовательский Мордовский государственный университет,  
Саранск, e-mail: Komlevans2008@rambler.ru

## **ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМ УЧЕБНЫМ ЗАВЕДЕНИЕМ**

**Ключевые слова:** высшее учебное заведение, маркетинговые технологии, внутриорганизационный маркетинг, методы маркетинга, внутренний продукт, продвижение внутреннего продукта.

В современных условиях одним из стратегически важных элементов эффективной системы управления вузом является внутриорганизационный маркетинг. Необходимость его использования вызвана напряженной ситуацией на российском рынке образовательных услуг.

Целью исследования является разработка теоретических и практических рекомендаций по использованию современных инструментов внутреннего маркетинга в управлении высшим учебным заведением.

В процессе исследования использовались современные общенаучные и специальные методы: методы научной абстракции, анализа и синтеза, ретроспективного анализа, сравнения, обобщения, экспертной оценки.

Теоретическая и практическая значимость исследования состоит в том, что разработанные теоретические положения по повышению результативности управления вузом на основе инструментов внутреннего маркетинга могут быть использованы в деятельности высших учебных заведений.

*N. S. Komleva*

National Research Mordovia State University, Saransk, e-mail: Komlevans2008@rambler.ru

## **INTERNAL MARKETING AS A FACTOR OF INCREASING THE EFFICIENCY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION MANAGEMENT**

**Keywords:** higher education institution, marketing technologies, intra-organizational marketing, marketing methods, internal product, internal product promotion.

In modern conditions, one of the strategically important elements of an effective University management system is intra-organizational marketing. The need for its use is caused by the tense situation in the Russian market of educational services.

The aim of the study is the theoretical justification and practical implementation of recommendations on the use of modern tools of internal marketing in the management of higher education.

In the process of research modern General scientific and special methods were used: methods of scientific abstraction, analysis and synthesis, retrospective analysis, comparison, generalization, expert evaluation.

The theoretical and practical significance of the study is that the developed theoretical provisions to improve the effectiveness of University management on the basis of internal marketing tools can be used in the activities of higher education institutions.

### **Введение**

В современных условиях одним из стратегически важных элементов эффективной системы управления вузом является внутриорганизационный маркетинг. Необходимость его использования вызвана напряженной ситуацией на российском рынке образовательных услуг. В настоящее время обостряется конкуренция между вузами, на рынок выходит все больше коммерческих вузов, которые, постепенно усиливают присутствие и увеличивают рыночную долю благодаря своей мобильности. Изменение финансирования привело к снижению мотивации молодых специалистов

и перераспределению квалифицированных кадров из сферы образования в другие, более высокооплачиваемые отрасли экономики. Именно данные проблемы свидетельствуют о необходимости проведения исследования по применению внутриорганизационного маркетинга для повышения результативности управления высшими учебными заведениями.

### **Цель исследования**

Целью исследования является разработка теоретических и практических рекомендаций по использованию современных инструментов внутреннего маркетинга в управлении высшим учебным заведением.

Недостаточная изученность, актуальность, теоретическая и практическая значимость использования внутреннего маркетинга в системе управления вузом обусловили выбор темы исследования, определили цель исследования и его задачи.

### **Материал и методы исследования**

Материалом для подготовки статьи послужили работы зарубежных и отечественных ученых о построении эффективной системы управления вузом, маркетинговых инновациях, используемых в деятельности высших учебных заведений; результаты исследований различных аспектов маркетинговой деятельности, проводимые в рамках Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева.

Методологическую основу исследования составили методы научной абстракции, анализа и синтеза, ретроспективного анализа, сравнения, обобщения, экспертной оценки.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Результативность управления высшим учебным заведением будет определяться различными факторами: экономическим и организационным потенциалом вуза, наличием высококвалифицированных специалистов и др. Решению данной задачи также будет способствовать практическая реализация концепции внутреннего маркетинга, которая призвана обеспечить улучшение условий труда и разработку комплекса материальных и нематериальных стимулов, активно способствующих повышению качества образовательных услуг.

Внутриорганизационный маркетинг достаточно новое понятие как для делового и научного сообщества России, в том числе сферы высшего образования. В нашей стране искомый термин стал популярным с 2002 г., за рубежом – с 80-е гг. XX в., благодаря трудам Л. Берри, К. Гронрооса, Ф. Котлера и других специалистов [8]. Являясь предметом пристального внимания ученых и практиков, он, тем не менее, до сих пор достаточно редко задействуется в организациях, в том числе высшего профессионального образования, поэтому порой используется непрофессионально. В организациях разного профиля не принято формировать отдельные подразделе-

ния, отвечающие за контроль и развитие внутриорганизационного маркетинга. Подтверждением тому служит отсутствие вакансий и резюме специалистов по внутриорганизационному маркетингу на порталах поиска работы.

Трудности практического внедрения моделей внутреннего маркетинга в организациях, в том числе высшего образования, создаёт отсутствие единой точки зрения к пониманию данного термина. Анализируя труды зарубежных и российских ученых-экономистов, можно выделить три подхода к его определению (табл. 1).

Авторы, рассматривающие внутриорганизационный маркетинг как систему взаимоотношений организации с персоналом (Н.Ф. Пирси, Н. Морган, Л. Бери, А. Парасураман, Н.В. Рябова и др.), видят его сущность в отношении к сотрудникам организации как к внутренним клиентам и обеспечении продуктом, удовлетворяющим их потребности. Целью в данном случае является формирование лояльности сотрудников организации.

Внутрифирменной философией рыночной ориентации считают внутриорганизационный маркетинг К. Гренроос, Ф. Котлер, Л.Н. Боброва и др., ставя целью его применения формирование клиентоориентированности персонала организации, обеспечивающего высокий уровень обслуживания клиентов.

М. Рафик, П.К. Ахмед, И.С. Неганова, Н.И. Архипова, А.Л. Абаев и др. отождествляют внутриорганизационный маркетинг со способом реализации стратегии организации с помощью формирования единых ценностей у всех ее сотрудников. В данном случае целью является обеспечение высокого уровня совпадения корпоративных целей с целями сотрудников организации.

Все три аспекта концепции внутреннего маркетинга, наиболее полно отражающие его сущность, являются не противоположными, а взаимодополняющими друг друга. Таким образом, различные подходы к определению понятия внутриорганизационного маркетинга, которые включают различные компоненты самостоятельных направлений деятельности предприятий, не противоречат друг другу, а отражают многообразие задач, которые могут быть решены с применением маркетинговых технологий внутри организации.

Таблица 1

Альтернативные подходы к трактовке понятия  
«внутриорганизационный маркетинг»

Авторы	Трактовка понятия
<i>Внутриорганизационный маркетинг как система взаимоотношений организации с персоналом</i>	
Н.Ф. Пирси, Н. Морган	«Внутриорганизационный маркетинг – процесс, направленный на управление взаимоотношениями между внутренними поставщиками и внутренними потребителями с целью удовлетворения последних»
Л. Бери, А. Парасураман	«Внутренний маркетинг – это философия отношения к работнику как к клиенту и стратегия создания работы – продукта в соответствии с потребностями сотрудника – клиента»
Н.В. Рябова	«Внутренний маркетинг определяют, прежде всего, как привлечение, обучение, мотивирование и удержание квалифицированного персонала посредством создания таких рабочих условий, которые удовлетворяли бы нужды персонала»
<i>Внутриорганизационный маркетинг как внутрифирменная философия рыночной ориентации</i>	
К. Гренроос, Ф. Котлер	«Внутриорганизационный маркетинг – это мотивация сотрудников на осмысленное обслуживание клиентов, формирование клиентоориентированного поведения и заинтересованности в общих результатах работы предприятия»
Л.Н. Боброва	«Внутриорганизационный маркетинг представляет собой определенные усилия сотрудников отдела маркетинга организации, направленные на ориентацию ее персонала на потребителя, и является неотъемлемой частью ведения современного бизнеса»
<i>Внутриорганизационный маркетинг как практическая реализация стратегии организации</i>	
М. Рафик, П.К. Ахмед	«Внутренний маркетинг – это планомерные действия по преодолению сопротивления персонала изменениям, мотивация и интеграция сотрудников с целью эффективной реализации корпоративных и функциональных стратегий»
И.С. Неганова	«Внутренний маркетинг – это целенаправленная деятельность по преодолению сопротивления персонала организационным изменениям, по его мотивации и интеграции в целях эффективной реализации стратегий компании»
Н.И. Архипова, А.Л. Абаев	«Внутренний маркетинг можно представить как комплекс маркетинговых мероприятий, направленный на формирование у сотрудников приверженности ценностям и миссии компании»

На основании сделанных выводов, внутриорганизационный маркетинг вуза можно признать целенаправленной управленческой деятельностью, способствующей обеспечению удовлетворенности и лояльности внутренних клиентов образовательной организации.

В реализации внутриорганизационного маркетинга вуза принимают участие две категории внутренних клиентов:

– сотрудники, непосредственно участвующие в процессе удовлетворения требований внешних (профессорско-педагогический состав);

– сотрудники, обеспечивающие возможность работы сотрудников первой категории (административно-управленческий и вспомогательно-обслуживающий персонал).

Внутренний маркетинг, нацеленный на создание внутривузовской среды, способствующей развитию лояльного и клиентоориентированного персонала, решает широкий спектр задач, относящихся к различным функциональным областям деятельности высшего учебного заведения (рис. 1).

Решение задач в рамках внутриорганизационного маркетинга вуза осуществляется с помощью методов и инструментов традиционного маркетинга, применяемых к персоналу организации, например продвижение внутреннего продукта, коммуникации с персоналом высшего учебного заведения, формирование внутренних общественных отношений, маркетинговые исследования деятельности вуза и др. (табл. 2).



Рис. 1. Система внутриорганизационного маркетинга вуза

Таблица 2

Инструменты внутреннего маркетинга модели «4P» высшего учебного заведения

Наименование инструмента	Характеристика инструмента	Содержание инструмента маркетинга	Условия удовлетворенности внутренних клиентов данным инструментом
Внутренний продукт	Работа, предлагаемая вузом сотруднику	Продукт: отбор подходящего персонала; эффективное внутреннее обучение сотрудников; правильное распределение полномочий и обязанностей; создание условий работы в команде	Удовлетворение персонала внутренним продуктом (работой) зависит от того, насколько потребительские свойства этого продукта соответствуют ожиданиям персонала
Цена внутреннего продукта	Стоимость выбранной работы	Мотивация сотрудников: формирование заработной платы, возможность карьерного роста, льготные условия при пользовании услугами вуза, обучение, повышение квалификации т. д.	Получаемые сотрудниками выгоды (материальные, социальные и др.) от работы должны быть больше альтернативной стоимости (выгод на другой работе), в том числе и для молодых сотрудников
Доведения внутреннего продукта до внутренних потребителей	Организационная структура вуза	Формирование организационной структуры и распределение полномочий и обязанностей сотрудников внутри вуза	Удобство территориального расположения места работы для сотрудников
Продвижение внутреннего продукта	Корпоративная культура	Создание системы эффективных взаимоотношений между сотрудниками организации и обучающимися, развитие внутренних коммуникаций прочих элементов корпоративной культуры	Удовлетворение персонала социально-психологическим климатом в коллективе

Маркетинговые методы могут быть применены при отборе, приеме, обучении, мотивации персонала, формировании корпоративной культуры, распределении сотрудников в вузе и т. п. Для этого высшее учебное заведение может использовать следующий алгоритм действий [1]:

- изучение потребностей работников всех подразделений вуза;
- анализ и оценка выявленных потребностей внутренних клиентов;
- сегментация внутренних клиентов вуза (научно-педагогических работников) в зависимости от выявленных потребностей;
- внутреннее позиционирования (пропаганда ценностей, стратегии и продуктов вуза) в рамках каждого сегмента;
- формирование в сотрудниках внутренней потребности пропаганды ценностей высшего учебного заведения и продвижение продуктов вуза в среду существующих и потенциальных клиентов.

Такую работу должен осуществлять отдел маркетинга вуза. Факт сближения управления персоналом и внутриорганизационного маркетинга вуза не вызывает сомнений. Однако, функция управления персоналом гораздо шире внутреннего маркетинга, так как направлена не только на интенсификацию трудовой деятельности уже имеющегося персонала вуза, но и на получение значимого конкурент-

ного преимущества, выраженного в возможности найма и маркетингового сопровождения трудовой деятельности лучших соискателей, представленных на рынке труда [3]. Тем не менее, роль внутреннего маркетинга для вуза нельзя переоценить.

Внутриорганизационный маркетинг вуза несет с собой не только практическую, но и научную ценность (рис. 2). Последняя состоит в предоставлении возможности для исследователя увидеть общие элементы у отдельных функциональных областей деятельности вуза (логистики в части работы с внутренними поставщиками и потребителями как ресурсами учебного заведения; управления персоналом через мотивацию и интеграцию сотрудников; маркетинга; взаимодействия подразделений; внутренних коммуникаций и др.), а также в формировании нового подхода к реализации традиционной деятельности учебного заведения.

Ключевой аспект практической значимости внутреннего маркетинга заключается в координировании внутренней и внешней деятельности вуза. Именно поэтому высшим учебным заведениям необходимо формировать эффективные системы управления, построенные на основе технологий внутреннего маркетинга, которые бы позволяли интегрировать деятельность всех подразделений, направленную на формирование

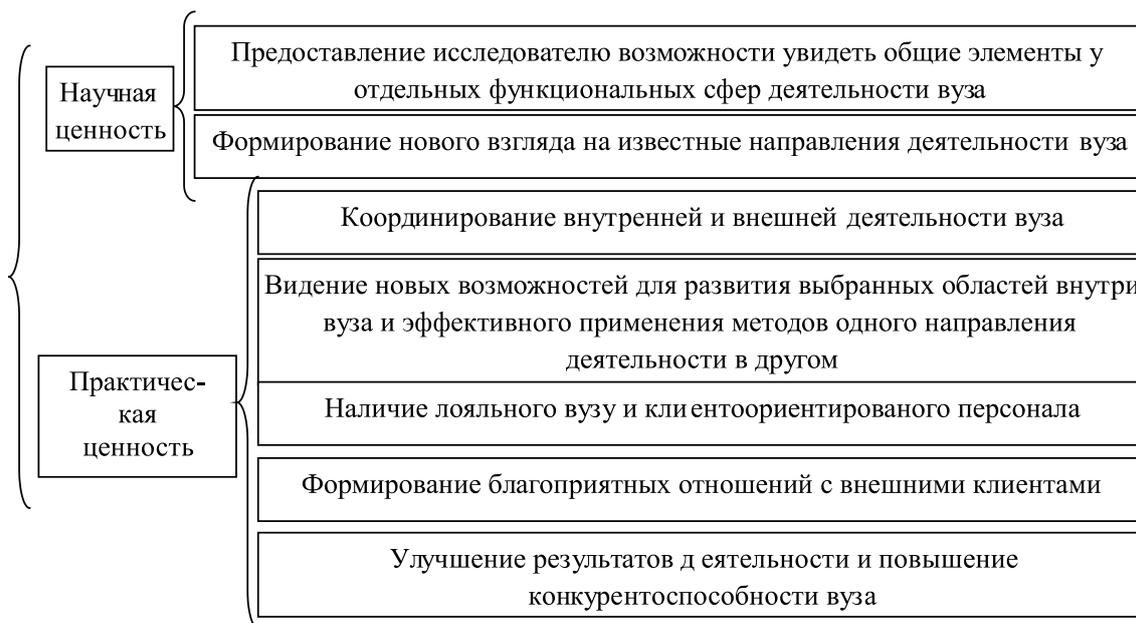


Рис. 2. Научная и практическая ценность внутриорганизационного маркетинга для вуза

в сотрудниках лояльности к своему вузу и способствующие тому, чтобы каждый сотрудник понимал взаимосвязь между тем, что делает он сам и образовательное учреждение в целом, и тем, как это отражается на взаимоотношениях с внешними клиентами, результатах деятельности и конкурентоспособности вуза [5].

Практическая ценность внутреннего маркетинга для вуза достигается в использовании новых возможностей внутри учебного заведения, а также в эффективном применении методов одного направления деятельности (маркетинг) в другом (управление персоналом, внутренние коммуникации и т. д.). [8].

Внутриорганизационный маркетинг вуза представляет собой комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на решение следующих основных задач: повышение качества предлагаемых услуг, развитие тесных взаимосвязей между подразделениями вуза, соответствующая организация рекламной деятельности и т. д. Внутриорганизационный маркетинг является системным элементом, поэтому возникает необходимость решения задач различного характера, нередко противоречащих между собой. Это обуславливает потребность согласованного участия в управлении университетом всех функциональных служб и подразделений предприятия в пределах делегированных полномочий.

Практика использования подсистемы внутриорганизационного маркетинга в отечественных вузах, рассмотрена нами на примере МГУ им. Н.П. Огарева, который расположен в Республике Мордовия (рис. 3).

Важнейшей составляющей в подсистеме внутриорганизационного маркетинга являются цели. Целевой блок представляет систему, в которую входят: общеорганизационные, рыночные и социальные цели.

Подсистема внутриорганизационного маркетинга предъявляет определённые требования к организации внутренней среды МГУ им. Н.П. Огарева. Выстраивание эффективной подсистемы внутриорганизационного маркетинга должно сопровождаться следующими мероприятиями:

– пересмотр ряда управленческих функций и структур университета с тем,

чтобы привести их в соответствие с изменяющимися условиями внешней среды и подготовить их к дальнейшему повышению нестабильности внешней среды;

– установление более тесных взаимосвязей между факультетами и кафедрами с целью создания новых образовательных услуг, обладающих конкурентными преимуществами;

– установление взаимосвязей с потребителями образовательных услуг, рекламирование достоинств существующих и новых услуг.

Повышение эффективности подсистемы внутриорганизационного маркетинга МГУ им. Н.П. Огарева требует изменения поведенческих стереотипов, перехода к большей открытости по отношению к внешней среде.

Для того чтобы решить эти задачи МГУ им. Н.П. Огарева должен, выработать определённые процедуры: прежде всего, оптимальное распределение имеющихся в распоряжении ресурсов между различными направлениями деятельности; исследование целевых рынков, отвечающих требованиям МГУ им. Н.П. Огарева, и выбор таких стратегических зон, которые способны в длительной перспективе обеспечить определённый уровень доходов университету; формирование эффективной ценовой политики, обеспечивающей в долгосрочной перспективе устойчивое положение МГУ им. Н.П. Огарева в имеющихся и вновь осваиваемых сегментах рынка и позволяющей обеспечить на этой основе разные образовательные программы.

Развитие подсистемы внутриорганизационного маркетинга вуза должно осуществляться лицами, ответственными за его выполнение. Такой принцип требует согласованности действий между всеми уровнями управления. Принимаемые решения всё больше зависят от экспертных знаний сотрудников подразделений вуза. Решения по целому ряду вопросов стратегического развития МГУ им. Н.П. Огарева принимаются на заседании ученого совета вуза (управление научно-техническими проектами, потенциалом университета, стратегическим портфелем заказов), но стратегические цели должны строиться на основе исходной информации, полученной от разных функциональных подразделений.



Рис. 3. Основные элементы подсистемы внутриорганизационного маркетинга в МГУ им. Н.П. Огарева

Важной особенностью развития подсистемы внутриорганизационного маркетинга является необходимость тесного взаимодействия всех подразделений университета.

Таким образом, обобщая итоги исследования внутриорганизационного маркетинга как фактора повышения результативности управления высшим

учебным заведением, мы пришли к выводу, что формирование понятийного аппарата в этой области маркетинга еще не завершено. Об этом, в частности, свидетельствует многообразие точек зрения к трактовке искомой категории, вся совокупность которых может быть сведена к трем подходам, рассматривающим внутриорганизационный маркетинг как систему взаимоотношений вуза с персоналом, внутрикорпоративную философию рыночной ориентации, практическую ре-

ализацию стратегии организации. На наш взгляд, наиболее научно обоснованным будет отождествить внутриорганизационный маркетинг вуза с целенаправленной управленческой деятельностью, способствующей обеспечению удовлетворенности и лояльности внутренних клиентов образовательной организации. Внутриорганизационный маркетинг вуза представляет систему с элементами маркетинг-микса модели «4P», имеющую практическую и научную ценность.

*Библиографический список*

1. Архипова Н.И. Абаев А.Л. Внутренний маркетинг как эффективный инструмент кадрового менеджмента в организации // Вестник РГТУ. Серия: Экономика, управление, право. 2016. № 3 (5). С. 65–75.
2. Заярная И.А. Теоретические аспекты стратегического управления вузом // Международный научно-исследовательский журнал. 2015. № 10-1 (41). С. 32–34.
3. Лобанов Д., Суслов А. Внутренний маркетинг персонала в российских компаниях [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hr-portal.ru/article/vnutrennii-marketing-personala-vrossiiskikh-kompaniyakh>. (дата обращения: 6.10.2019).
4. Комлева Н.С., Щербакова Е.Г. Современная система образования в европейских странах: проблемы и перспективы // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2014. № 4 (32). С. 69–77.
5. Корокошко Ю.В., Вишнякова М.И. Человеческие ресурсы в условиях IV Промышленной революции // Финансовая экономика. 2018. № 5. С. 634–639.
6. Кузнецова К.В. Использование маркетингового подхода в управлении вузом // Вестник ОрелГИЭТ. 2015. № 4 (34). С. 71–74.
7. Мамонтова Е.В., Генералова Д.Д. История развития маркетинга персонала // Новая наука: проблемы и перспективы. 2016. № 9. С. 78–80.
8. Неганова И.С. Внутриорганизационный маркетинг как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Экономика региона. 2008. № 4. С. 96–99.
9. Неретина Е.А., Вишнякова М.И. Особенности формирования и использования человеческого капитала в условиях перехода к цифровой экономике // Russian Journal of Management. 2017. № 4. С. 35–38.
10. Сорокина Н.Е., Хмелькова Н.В. Роль внутреннего маркетинга в обеспечении устойчивого конкурентного преимущества организации // Теория и практика современной науки. 2016. № 11 (17). С. 758–760.

УДК 338.24

*К. И. Макаева, А. А. Тарасенко, Н. А. Эректеева, С. В. Бараев, В. В. Савченко,  
Б. А. Окняева, З. В. Джанджиева, А. О. Санджиева, Б. Д. Шавлинова,  
Т. Д. Бакинова*

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова»,  
Элиста, e-mail: kermen\_makaeva@mail.ru

## **ОЦЕНКА ИМИДЖА КОМПАНИИ КАК РАБОТОДАТЕЛЯ НА РЫНКЕ ТРУДА НА ПРИМЕРЕ ПАО «РОСТЕЛЕКОМ»**

**Ключевые слова:** имидж, работодатель, репутация, формирование имиджа, ПАО «Ростелеком».

В статье исследуется практическое направление формирования имиджа, в данном случае на примере Публичного акционерного общества «Ростелеком». Имидж компании включает 5 имиджей (имидж компании, общественности, совета директоров, сотрудниками, деловыми партнерами, клиентами, акционерами) и высший балл «пять», тогда общий имидж компании должен составлять тридцать баллов.

Имидж компании на рынке с 21,7 баллами из тридцати баллов показывает негативный эффект.

Имидж в глазах деловых партнеров – это главное, что важно для руководителей, потому что воздействует на доставки, продлению оплаты за предоставленные товары, получение льгот и т. д.

Имидж в глазах клиентов стоит на втором месте, так как компании ориентируются на клиента, предлагая потребителям лучшее отношение «стоимости – качества» товара.

В формировании имиджа компании участие принимает непосредственно высококвалифицированный, стимулированные сотрудники. Данный показатель имиджа компании не идеален, но и не негативный. В компании планируется расширить сбытовую линию, повысить имидж на рынках, чтобы обеспечить доверие клиентов и партнеров. Положительный имидж компании на рынках поможет заинтересовать зарубежных инвесторов, чтобы реализовать планы компании, для этого имидж компании на рынках нуждается в усовершенствовании.

Имидж компании не создавался хаотично. Как считают руководители, имидж – это предоставление качественного товара и вовремя и на совесть исполнение услуг. Но в рассматриваемой компании создание имиджа – это неуправляемый процесс, но в компании составляющие внешнего и внутреннего имиджа используются способы создания имиджа на рынках.

*К. I. Makaeva, A. A. Tarasenko, N. A. Erekteeva, S. V. Baraev, V. V. Savchenko,  
B. A. Oknyaeva, Z. V. Dzhandzhieva, A. O. Sandzhieva, B. D. Shavlinova, T. D. Bakinova*  
Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikova, Elista,  
e-mail: kermen\_makaeva@mail.ru

## **EVALUATION OF THE COMPANY'S IMAGE AS AN EMPLOYER IN THE LABOR MARKET ON THE EXAMPLE OF PJSC ROSTELECOM**

**Keywords:** image, employer, reputation, image formation, PJSC Rostelecom.

The article explores the practical direction of image formation, in this case, using the example of the Public Joint Stock Company Rostelecom. The company image includes 5 images (the image of the company, the public, the board of directors, employees, business partners, customers, shareholders) and the highest score is “five”, then the total image of the company should be thirty points.

The company's image in the market with 21,7 points out of thirty points shows a negative effect.

The image in the eyes of business partners is the main thing that is important for managers, because it affects delivery, extending payment for goods provided, receiving benefits, etc.

The image in the eyes of customers is in second place, as companies focus on the client, offering consumers the best ratio of “value – quality” of the goods.

Directly highly qualified, stimulated employees take part in shaping the image of the company. This indicator of the company's image is imperfect, but not negative. The company plans to expand its sales line, increase its image in the markets to ensure the trust of customers and partners. A positive image of the company in the markets will help to attract foreign investors in order to realize the plans of the company, for this the image of the company in the markets needs to be improved.

The image of the company was not created randomly. According to managers, the image is the provision of high-quality goods and timely and conscientious service. But in the company in question, image creation is an uncontrollable process, but in the company the components of the external and internal image use ways of creating an image in the markets.

## Введение

Публичное Акционерное Общество «Ростелеком» крупная российская телекоммуникационная организации, которая осуществляет деятельность на рынке услуг связи, оказывая услуги связи, Интернет, ТВ, иные виды связи.[7]

Осуществляя на рынке связи в начале 90-х годов 20 века, Публичное Акционерное Общество «Ростелеком» качественно предоставляет услуги и добросовестно поступает к своим работникам.

**Цель исследования** – изучить как формирует имидж работодатель на рынке труда на примере ПАО «Ростелеком».

## Материалы и методы исследования

Методологическую основу изучения составили труды отечественных и зарубежных ученых в области изучения формирования имиджа, данные ПАО «Ростелеком».

## Результаты исследования и их обсуждение

Организация лидер на отечественном рынке услуг по предоставлению Интернета и платного ТВ: число клиентов насчитывает 102 млн клиентов.

Управляет компанией Совет директоров, над ними Председатель, осуществляющий каждодневное управление. На рис. 1 продемонстрирована структура управления компании.

Совету директоров подчинено Правление, которое включает Председателя Правления, Старшего вице-президента, вице-президентов, Исполнительных директоров, решающие разные проблемы.

Компанией руководит Президент, избираемый и назначаемый Правлением компании на длительный срок, он занимается организацией деятельности компании и ответственен за его положение, отвечает перед сотрудниками. Президент является представителем компании во всех структурах, распоряжается имущественными обязательствами компании, выпускает приказные документы компании, управляет персоналом, отслеживает деятельность Макрорегиональных представительств [7].

На рис. 2 продемонстрирована организационная структура Калмыцкого филиала Публичного Акционерного

Общества «Ростелеком», выступающая главной составляющей организационных и управленческих процессов.

Калмыцким Филиалом руководит директор, назначаемый и утверждаемый Правлением компании на длительный срок, он занимается организацией деятельности филиала и ответственен за его положение и вверенный коллектив. Директору Калмыцкого филиала подчиняются заместители и руководители подразделений.

Организационная структура филиала представлена отделом кадров, финансово-экономическим отделом, отделом по взаимодействию с населением, отделом по взаимодействию с корпоративными клиентами, сервисным центром, тех.отделом, отделом ИТ, пресс-службой, учетно-снабженческим отделом и т. д.

Работников компании за 2016–2018 гг. насчитывает примерно 120 000 чел.

Общее число работников с числом работников дочерних филиалов с 2016–2017 гг. понизилась на 15,2%, уменьшение наблюдается с 2017–2018 гг. на 6,7%, и в конце 2018 г. на 16,8%.

Среднесписочная число работников компании уменьшилась в 2018 г. 23,8% по сравнению с 2016 г.

В компании за 2018 г. работников, с которыми заключен долгосрочный договор примерно 46% от общего числа, 45% работников осуществляют по принципу полной занятости, 6% работников за рассматриваемый год являются внештатными работниками, 2% работников на конец рассматриваемого периода осуществляют деятельность по срочному договору и 1% являются работниками, занятые частично (рис. 3) [6].

Большая часть работающих – это штатные работники компании, специалисты (62%), рабочие составляли 29,5% от общего числа работников компании, 8% от общего количества штатных работников представлены руководителями отделов и лишь 0,5% являются руководителями высшего ранга (рис. 4).

Руководство высшего уровня (74,8%) и руководство отделов (69%) где чаще встречаются мужчины. Специалистами зачастую преобладают женщины (53,3%). Работниками в большинстве своем это мужчины (90,1%) (табл. 1).

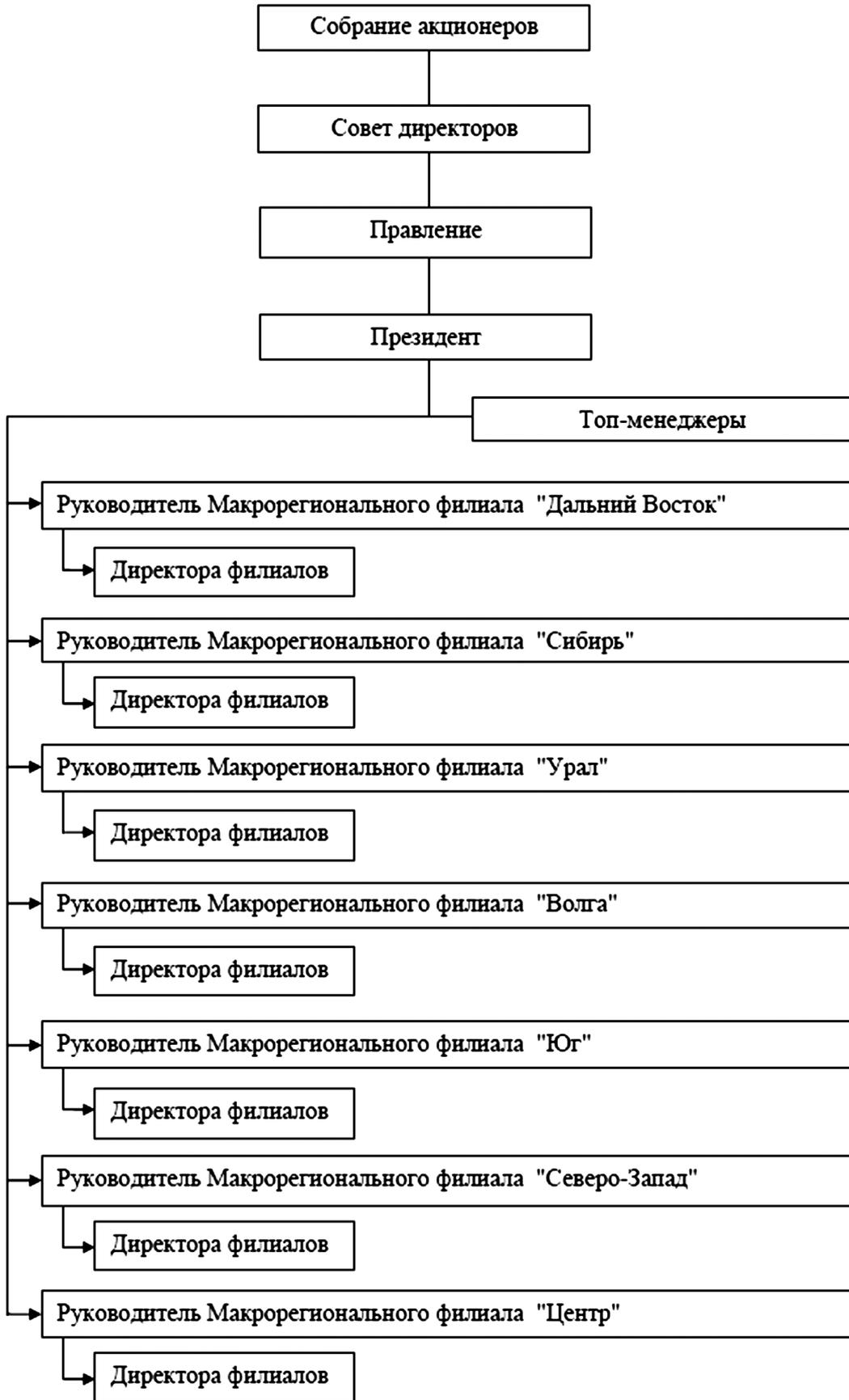


Рис. 1. Структура управления компании



Рис. 2. Организационная структура  
Калмыцкого филиала Публичного Акционерного Общества «Ростелеком»

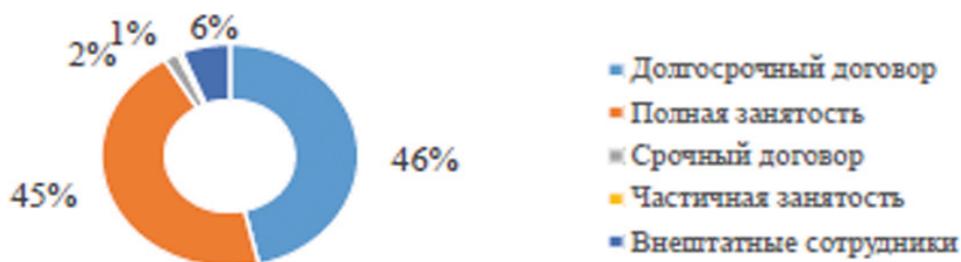


Рис. 3. Среднесписочное количество персонала компании за 2018 год по категориям

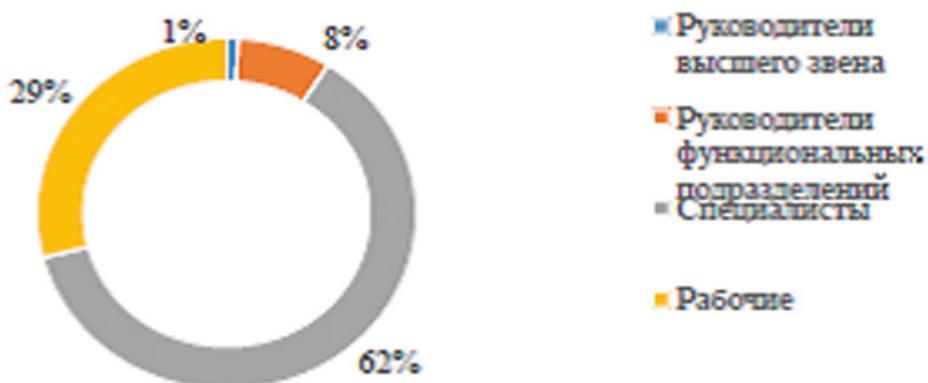


Рис. 4. Должности штатных работников компании

Таблица 1

Штатные работники по категориям

Должности	Число чел.	%	По гендерным характеристикам	
			мужчины	женщины
Руководители высшего звена	562	0,5	421	141
Руководители функциональных подразделений	10 533	8,2	7 383	3 150
Специалисты	81 887	62,4	38 197	43 690
Рабочие	38 034	28	34 641	3 393
<b>Итого</b>	<b>131 021</b>	<b>100</b>	<b>80 642</b>	<b>50 379</b>

Большая часть работников компании принадлежит возрастному интервалу 36–55 лет (56%), 22% работников относятся к возрастному интервалу 26–35 лет, 17% – свыше 56 лет и лишь 5% к возрастному порогу менее 25 лет.

Итак, в компании работает превалирует молодежь. Средневозрастной порог работников около 35 лет (рис. 5).

Персонал в большей части своей – это мужчины по всем возрастным категориям (табл. 2).

В компании формируются стратегии, которые улучшают качественные характеристики отбора, адаптивования, повышения квалификации, и стимулирования труда, что снижает текучку среди работников, составившую за последний год 38,5% по стране, что очень высоко для этого направления деятельности [5].

Компания объединяет семьдесят представительств (семь макрорегиональных представительств).

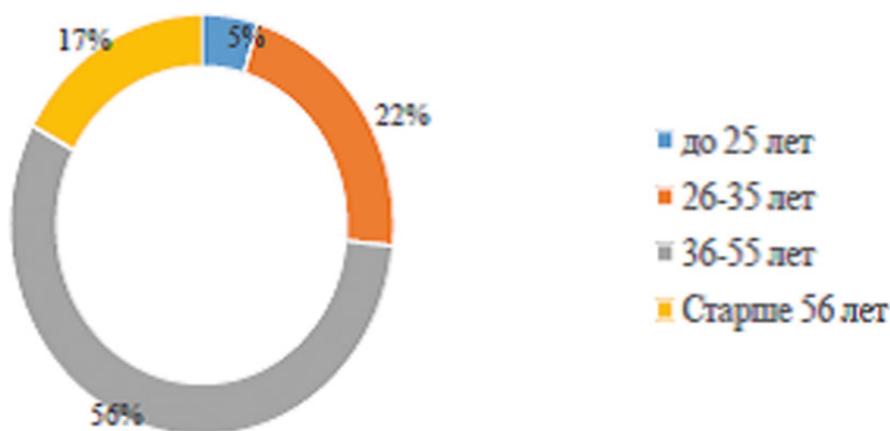


Рис. 5. Возраст штатных работников компании

Таблица 2

Категории работников по возрасту

Возраст	Число, чел.	%	По гендерному признаку	
			мужчины	женщины
До 25 лет	6 139	5	3 921	2 218
26–35 лет	28 650	22	17 599	11 061
36–55 лет	73 668	56	42 080	31 588
Старше 56 лет	22 533	17	17 033	5 511
<b>Итого</b>	<b>131 010</b>	<b>100</b>	<b>80 644</b>	<b>50 376</b>

Проанализируем систему управления персоналом на примере Калмыцкого Филиала [1].

Число работников с 2016–2018 гг. сократилось на 13,3 %. Число руководства высшего уровня в 2018 г. – 16,7 % от общего числа сотрудников, в 2016 году этот показатель вырос незначительно и составил 17,1 %, в 2018 году этот показатель сократился до 17,1 % от всех работников. За 2016–2018 гг. сократилось число руководства подразделений на 0,3 %.

Число специалистов снизился на 8 % на 2018 г., если сравнивать с 2016 г. В 2016 г. число работников равна была 12,6 % от всех работников, к 2018 г. число их сократилось на 1,2 % если сравнивать с 2016 г. (табл. 3).

Проанализируем количество работников компании согласно возрастной характеристике.

Категория рабочих в возрасте до 30 лет за анализируемый 2016–2018 гг. стоит на первом месте и состав-

ляла 38 % всех работников Калмыцкого филиала, в 2017 г. – 38,2 %, 2016 г. – 37,9 %. Итак, в 2018 г. число работников данной категории на 0,2 %. Количество рабочих в возрастной категории 31–40 возросла. В 2018 г. сравнивая с 2016 г. их число составляло 29 %.

Работники в возрастной категории свыше 50 лет занимает последнее место. В 2018 г. их насчитывалось примерно 26 % от всего рабочих, в 2016 г. – 12 %.

Итак, средневозрастной уровень работников компании достигает свыше тридцати пяти лет, значит в компании преобладают работники средних лет, что предоставляет инновационное развитие компании [2].

Анализ сотрудников учитывает тенденцию текучести работников, отражающий стабильный уровень сотрудников компании и эффективность работы.

Исследование работников компании имеет снижение числа работников на 6,2 % в 2018 г. если сравнивать с работниками в 2016 г. (табл. 4).

**Таблица 3**

Состав работников по категориям за 2016–2018 гг.

Должность	2016 г.		2017 г.		2018 г.	
	Чел.	%	Чел.	%	Чел.	%
Руководители высшего звена	28	17,7	27	18,2	24	17,1
Руководители функциональных подразделений	40	25,3	36	24,3	36	25
Специалисты	70	44,3	68	45,9	65	46,4
Рабочие	20	12,6	17	11,4	16	11,4
<b>Итого:</b>	<b>158</b>	<b>100</b>	<b>148</b>	<b>100</b>	<b>140</b>	<b>100</b>

**Таблица 4**

Тенденции сотрудников компании за 2016–2018 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсол. откл. 2018 г. к 2016 г.
Списочный состав рабочих на начало года, чел.	153	155	148	–10
Принято, чел.	38	39	44	–8
Выбыло, чел. в т. ч. по:	23	22	21	–3
По собственному желанию	6	5	4	–3
За нарушение трудовой дисциплины	4	3	2	–3
По соглашению сторон	8	7	6	–3
Иные причины	2	2	1	–2
Списочный состав рабочих на конец года, чел.	148	155	158	+13

Общее количество работников компании на конец 2018 составляла 148 002 чел., где 93% – это штатные работники. Руководители высшего уровня достигали 0,5% от всего количества работников, количество руководителей отделов – 8,2%, специалистов – 62,4% от всех работников, 28% – простые работники.

В своем большинстве руководители ПАО «Ростелеком» имеют высшее образование.

Для изучения имиджа компании как работодателя на рынке труда произведен Интернет – опрос заинтересованных лиц создания компании (по 3 представителя с каждой стороны) по оцениванию базовых свойств компании, определяющие ее имидж [3].

Произведя анализ критерий по пятибалльной шкале, вывели среднюю оценку.

Рассмотрим этапы оценивания имиджа компании во внешней сфере [4].

1 этап. Заинтересованные стороны при формировании деловой активности имиджа компании, к примеру акционеры, сотрудники, клиенты, общественность и контрагенты.

2 этап. Формирование оценки деловой активности и имиджа во внешней среде заинтересованным сторонам. Экспертные оценки определили показатели оценивания имиджа компании во внешней среде заинтересованным лицам.

3 этап. Важность показателей заинтересованных лиц. Определены важные показатели в критериях заинтересован-

ных лиц. Совокупность важнейших показателей для заинтересованных лиц = 1.

4 этап. Опрос заинтересованных лиц создания деловой активности и имиджа компании. Опрашиваемый по пятибалльной шкале дает оценку любому показателю.

5 этап. Определение средней оценки имиджа для каждой из заинтересованных сторон и имиджа компании заинтересованных лиц. Средняя оценка имиджа любой заинтересованной личности, деленной на число респондентов.

6 этап. Совокупное оценивание деловой активности и имиджа компании во внешней среде. Оценка имиджа компании на рынках = имидж каждого заинтересованного лица.

7 этап. Подведение итогов о созданном имидже – положительный либо отрицательный, отвечающий планам компании либо нужна поправка.

Важнейшим критерием оценки деловой активности и имиджа компании деловыми партнерами выступает деловая репутация и советы иных участников рынка, финансовое состояние компании, влияющее на вовремя оплаченную за доставку материалов и банковских займов. Оценивание имиджа компании деловыми партнерами продемонстрирована в табл. 6 и равна 3,76 балла, критерий не совсем хороший. Компания много лет предоставляет услуги на рынке, установило связи с поставщиками и иные членами рынка вследствие добросовестного и своевременного исполнения договоров.

**Таблица 5**

Оценка деловой активности компании деловыми партнерами

№ п/п	Критерии	Оценивание критериев		Баллы
		баллы	Вк коэфф-т	
1.	Деловая репутация и советы иных игроков предпринимательства	4,5	0,2	0,91
2.	Финансовая устойчивость и платежеспособность	3,4	0,14	0,49
3.	Конкурентный статус	3,4	0,04	0,16
4.	Исполнение договоров	4,1	0,1	0,9
5.	Финансовая независимость	4	0,04	0,14
6.	Репутационный уровень топ -менеджмента	4	0,2	0,5
7.	Квалификация работников	4,5	0,04	0,22
8.	Прозрачность бизнеса	3,5	0,2	0,35
9.	Репутация страны-пребывания компании	2,2	0,2	0,22
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>3,7</b>

**Таблица 6**

Оценка деловой активности компании в глазах потребителей

№ п/п	Критерии	Оценка критериев		Баллы
		баллы	Вк коэффициент	
1.	Популярность и репутация	4	0,05	0,2
2.	Качественные услуги	5	0,15	0,75
3.	Выполнение сроков и условий оказания услуг	4,3	0,15	0,645
4.	Компетентность сотрудников	5	0,1	0,5
5.	Программа лояльности для потребителей	4	0,05	0,2
6.	Фирменный стиль	3	0,05	0,15
7.	Финансовая устойчивость	3	0,05	0,15
8.	Стоимость	5	0,15	0,75
9.	Осуществление деятельности на рынке	4,6	0,1	0,46
10.	Имидж страны-пребывания компании	3	0,1	0,3
11.	Рекламная кампания	4	0,05	0,15
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>4,27</b>

Но в компании нет четкого менеджмента в сфере дебиторско-кредиторской задолженностей, ухудшающая финансовое положение компании, что отражается на долгах в сфере доставки материалов и оплату процентных платежей за займы вовремя.

Имидж компании в глазах покупателей = 4,27 из 5 баллов.

Условия влияющие на оценивание покупателей это конечно же высококачественные услуги, ценовая маневренность, высококвалифицированные работники, сроки и поставка услуг, что отражает положительный имидж во внешней среде [5].

В компании есть фирменный логотип. Рекламная кампания имеет оценку 4 из 5-ти баллов. Отрицательно воздействует на создание имиджа компании на рынках и финансовое состояние ком-

пании. В табл. 7 дана оценка имиджа компании сотрудниками (3,46 балла).

В компании не существует строгого дресс-кода с использованием стиля компании и развитие и обучение сотрудников происходит через тренинги, курсы, школы успеха и т. д. В компании работает план стимулирования, в части касаемого отдела по работе с клиентами, где подсчитывают подписанные новые договора с клиентами. Деловая активность компании с точки зрения общественности – 3,41 балл (табл. 8).

Компания не позиционирует в качестве социально-ответственного лидера и сниженный уровень рентабельности также отрицательно сказывается на имидже компании. В табл. 9 имидж компании акционеры компании оценивают в 3,7 балла.

**Таблица 7**

Оценка деловой активности компании сотрудниками

№ п/п	Критерии	Оценка критериев		Баллы
		баллы	Вк коэффициент	
1.	Психологическая атмосфера в коллективе	3,6	0,25	0,9
2.	Стимулирование сотрудников к выполнению своего функционала	4	0,3	1,2
3.	Дресс-код	3	0,2	0,6
4.	Развитие и обучение сотрудников	3	0,25	0,75
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>3,46</b>

**Таблица 8**

Оценка деловой активности компании общественности

№ п/п	Критерии	Оценка критериев		Баллы
		баллы	Вк коэффициент	
1.	Соц. ответственность компании	4	0,2	0,8
2.	Экологичность компании	4	0,2	0,8
3.	Рентабельность компании	5	0,2	0,3
4.	Качественные услуг	4,2	0,2	0,85
5.	Прогресс	3,5	0,2	0,35
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>3,41</b>

**Таблица 9**

Оценка деловой активности компании акционерами

№ п/п	Критерии	Оценка критериев		Баллы
		Вк коэффициент	баллы	
1.	Волнение за окружающий мир	4	0,05	0,2
2.	Соц. ответственность	4	0,05	0,2
3.	Рентабельность компании	3,5	0,2	0,8
4.	Прогресс	3,2	0,2	0,82
5.	Лояльность потребителей	3,5	0,2	0,3
6.	Доверчивость поставщиков	3	0,2	0,3
7.	Качественные услуги	4	0,2	0,4
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>3,7</b>

Акционерам важен доход и потенциальное развитие компании. Остальные критерии по мнению акционеров не имеют значения. Отрицательным критерием выступает «рентабельность компании» равный 3,6 балла.

Деловая активность оценена Советом директоров компании (табл. 10).

Итак, подведем итоги совокупного имиджа компании на рынке (табл. 11).

Имидж компании включает 5 имиджей (имидж компании, общественности, совета директоров, сотрудниками, деловыми партнерами, клиентами, акционерами) и высший балл «пять», тогда общий имидж компании должен составлять тридцать баллов.

**Таблица 10**

Оценка деловой активности компании Советом директоров

№ п/п	Критерии	Оценка критериев		Баллы
		зк баллы	Вк коэффициент	
1.	Волнение за окружающий мир	4	0,2	0,4
2.	Соц. ответственность	4	0,2	0,4
3.	Рентабельность компании	5	0,15	0,6
4.	Прогресс	3,7	0,15	0,7
5.	Лояльность потребителей и поставщиков	5	0,1	0,5
6.	Качественные услуги	5	0,1	0,5
7.	Надежность и сплоченность коллектива	4	0,2	0,4
	<b>Итого</b>		<b>1</b>	<b>3,5</b>

Таблица 11

Оценка деловой активности компании

№ п/п	Элементы имиджа	Значение имиджа
1.	Имидж для деловых партнеров	3,7
2.	Имидж для клиентов	4,2
3.	Имидж для сотрудников	3,4
4.	Имидж для общества	3,4
5.	Имидж для акционеров	3,5
6.	Имидж для Совета директоров	3,5
	<b>Итого</b>	<b>21,7</b>

Имидж компании на рынке с 21,7 баллами из тридцати баллов показывает негативный эффект.

Имидж в глазах деловых партнеров – это главное, что важно для руководителей, потому что воздействует на доставки, продлению оплаты за предоставленные товары, получение льгот и т. д.

Имидж в глазах клиентов стоит на втором месте, так как компании ориентируются на клиента, предлагая потребителям лучшее отношение «стоимости – качества» товара.

В формировании имиджа компании участие принимает непосредственно высококвалифицированный, стимулированные сотрудники. Данный показатель имиджа компании не идеален, но и не негативный. В компании планируется расширить сбытовую линию, повысить имидж на рынках, чтобы обеспечит доверие клиентов и партнеров. Положительный имидж компании на рынках поможет заинтересовать зарубежных инвесторов, чтобы реализовать планы компании, для этого имидж компании на рынках нуждается в усовершенствовании.

Имидж компании не создавался хаотично. Как считают руководители, имидж – это предоставление качественного товара и вовремя и на совесть исполнение услуг. Но в рассматриваемой компании создание имиджа – это неуправляемый процесс, но в компании составляющие внешнего и внутреннего имиджа используются способы создания имиджа на рынках (табл. 12).

Итак, компания не применяет маркетинговые коммуникации, чтобы проинформировать всех заинтересованных лиц. Составляющие создания внешнего имиджа компании на рынках продемонстрированы в табл. 13.

Как уже отмечалось, формирование позитивного имиджа предприятия невозможно без сформированного позитивного имиджа предприятия работниками самой организации. Основные элементы формирования имиджа ПАО «Ростелеком» перечислены в табл. 14.

**Заключение**

Таким образом, маркетологи ПАО «Ростелеком» применяют отдельные инструменты формирования имиджа, хотя и нецелестремленно.

Таблица 12

Способы формирования внешнего имиджа компании

№ п/п	Наименование способа	Свойства
1.	Внешний образ	Логотип компании на документации и в рекламе
2.	Рекламные ходы	Создает позитивный имидж
3.	PR – меры	Компания не участвовало ни в одной международной конференции
4.	Стиль фирмы	Смысл в наименовании компании подчеркивается яркими красками

**Таблица 13**

Составляющие внешнего имиджа компании

№ п/п	Составляющие	Свойства
1.	Моральные устои	Изготовление качественного товара для устойчивости компании и удовлетворения клиентов
2.	Цель организации	Выход на иностранные рынки, улучшая и удовлетворяя нужды
3.	Лично-деловая концепция	Сильноориентированный на клиента, руководствуясь выгодными партнерскими взаимосвязями, постоянно улучшая и обновляя перечень услуг
4.	Модель поведения и внешний вид	Кодекс поведения сотрудников компании
5.	История развития компании	Сухие данные о работе компании от ее основания до 2018 г. на своем сайте
6.	Образ качественной услуги	Все силы направлены на преувеличении качества услуги
7.	Ценовая политика услуг	Отношение «стоимость-качество». Стоимость меньше, чем у соперников
8.	Финансовая устойчивость	На сайте располагаются данные чистой прибыли, которая увеличивается
9.	Специфика менеджмента компании	а) стимулирование сотрудников и благоприятный климат на работе; б) обеспечение партнерских взаимоотношений со всеми пользователями и поставщиками; в) хороший сервис обслуживания; г) высококачественные услуги – это успех и доверие; д) использование новых технологий; е) формирование и коммерческая направленность новейших услуг; ж) экологичность

**Таблица 14**

Элементы формирования внутреннего имиджа

№ п/п	Элемент	Характеристика
1.	Верность работников	Наличие сплоченного персонала, который отличается высокой квалификацией
2.	Представление о предприятии	На досках объявлений предприятия освещается информация относительно проведения собраний коллектива, приветствия юбиляров
3.	Необходимость в признании и уважении	На предприятии присутствующая гармония во взаимоотношениях между менеджерами и подчиненными
4.	Необходимость двусторонней связи	Каждого утра в 10 час проводятся рабочие совещания начальниками каждого отдела
5.	Потребность в карьерном росте	На предприятии высоко ценятся молодые специалисты со знанием английского языка. Практика свидетельствует, что около 25% руководящих должностей на предприятии занимают молодые люди. Однако средняя заработная плата на предприятии составляет 25000 руб., которая не является привлекательной для работников среднего менеджерского звена

*Библиографический список*

1. Гафт В.И. Управление корпоративной репутацией; (на примере региональных филиалов: коммерческого банка РФ): дис. ... канд. экон. наук: 08:00.05. М., 2016.
2. Джи Бобби. Имидж фирмы: планирование, формирование, продвижение. СПб.: Изд. «Питер», 2015.
3. Захаров Д.К. Монография: Маркетинг персонала / М-во образования Рос. Федерации. Гос. образоват. учреждение высш. и проф. образования Гос. ун-т упр. персоналом, Ин-т социологии и упр. персоналом. М.: ГОУ ВПО Гос. ун-т упр., 2014.
4. Здобнова Т.А. Не сотвори себе кумира // Компания. М., 2015.
5. Зотов В.В. Методика измерения ценности бренда как критерия эффективности предпринимательской деятельности: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. М., 2017.
6. Иваненко Ю.А. Идеология организации и ее внутренний имидж / Ю.А. Иваненко // Социально-экономические процессы: эффективность и качество управления сб. науч. трудов. Саратов СГСЭУ, 2018.
7. www.rt.ru – официальный сайт ПАО «Ростелеком» (дата обращения 02.10.2019 г.).

УДК 336.221

**Д. Ш. Мусостова**

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный, e-mail: goldzr@yandex.ru

**З. Р. Мусостов**

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный, e-mail: zmr@hotmail.co.uk

**Л. Х. Асхабова, А. А. Гараева, М. И. Дадуева, А. А. Межидова, Д. Л. Хизриев**

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный

## СПРАВЕДЛИВОСТЬ КАК ПРИНЦИП НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

**Ключевые слова:** налоговая система, налоговая нагрузка, денежный платеж, налог, фискальная функция.

В основу данной статьи легла попытка рассмотреть принцип справедливости налогообложения, как основного фактора своевременного пополнения бюджета страны, где особое внимание уделено возникновению такого понятия как налог. В основу лег зарубежный опыт налогообложения. Рассматривая индивидуально разные налоговые системы и различные экономические ситуации, считается невозможным просто взять, и скопировать успешную систему той или иной страны, анализируя зарубежный опыт приходим к тому, что каждая система индивидуальна и требует адаптации под Российские реалии. Налоговая система РФ не совершенна и имеет большое количество проблемных пунктов, которые нужно изменить. Это нужно делать системно и поэтапно продумывая, и разрабатывая каждый следующий шаг. Иначе, негативно отразится на общество и приведет к социальному негодованию в особенности на население с малым и средним доходом, которые получают высокую налоговую нагрузку в связи с отсутствием возможности «обойти» закон. Необходимо избавиться от законодательных дыр, которые не позволяют системе работать в полной мере. Стоит также отметить, что фискальный и административный ресурс должен своевременно реагировать на изменения в налоговой системе.

**D. Sh. Musostova,**

Chechen State University, Grozny, e-mail: goldzr@yandex.ru

**Z. R. Musostov**

Chechen State University, Grozny, e-mail: zmr@hotmail.co.uk

**L. Kh. Askhabova, A. A. Garaeva, M. I. Dadueva, A. A. Mezhidova, D. L. Khizriev**

Chechen State University, Grozny

## JUSTICE AS A PRINCIPLE OF TAXATION

**Keywords:** tax system, tax burden, cash payment, tax, fiscal function.

The basis of this article is an attempt to consider the principle of fairness of taxation as the main factor in the timely replenishment of the country's budget. Where special attention is paid to the emergence of such a thing as tax. The basis was foreign experience in taxation. Considering individually different tax systems and various economic situations, it is considered impossible to simply take and copy the successful system of a country, analyzing foreign experience, we come to the conclusion that each system is individual and requires adaptation to Russian realities. The tax system of the Russian Federation is not perfect and has a large number of problem points that need to be changed. This needs to be done systematically and phasing out, and developing each next step. Otherwise, it will negatively affect society and lead to social indignation, especially for the population with small and middle incomes, who receive a high tax burden due to the inability to "circumvent" the law. It is necessary to get rid of legislative holes that do not allow the system to work fully. It is also worth noting that the fiscal and administrative resource must respond in a timely manner to changes in the tax system.

*Чем больше все меняется, тем больше все остается по-старому.*

Жан-Батист Альфонс Карру (1808–1890)

В настоящее время понятие «налог» является неотъемлемым и тесно связанным термином в современном обществе. Существует российская законодательная трактовка данного термина: «Под нало-

гом понимается обязательный, индивидуальный безвозмездный платеж, взимаемый с организаций и физических лиц в форме отчуждения принадлежащих им на праве собственности, хозяйственного

ведения или оперативного управления денежных средств в целях финансового обеспечения деятельности государства и (или) муниципальных образований.» – НК РФ Статья 8.

Однако, существуют и доктринальные определения: К примеру, Жан Симонд де Сисмонди (1819) в свое время, определил данное явление таким образом: «Налог – цена, уплачиваемая гражданином за полученные им наслаждения в обществе, в справедливости правосудия, обеспечения свободы личности и права собственности. С помощью налогов покрываются ежегодные расходы государства, и каждый плательщик налогов участвует таким образом в общих расходах, совершаемых ради него и ради его сограждан», то есть ради общества. С.Ю. Витте сформулировал немного иначе, то обстоятельство, что общество вынуждено платить налоги: «Налоги – принудительные сборы (пожертвования) с дохода и имущества подданных, взимаемые в силу верховных прав государства ради осуществления высших целей государственного общежития».

А.А. Исаев (1887) считал, что: «Налоги – обязательные денежные платежи частных хозяйств, служащие для покрытия общих расходов государства и единиц самоуправления». Существует огромное количество позитивных и негативных определений и высказываний, определяющих термин налог, однако все они имеют схожую закономерность. Средства налоговых сборов необходимы для реализации целей общества, нации и государства.

Иван Иванович Янжул (1898) высказал: «Односторонние экономические пожертвования граждан или подданных, которые государство или иные общественные группы, в силу того, что они являются представителями общества, взимают легальным путём и законным способом из их частных имуществ для удовлетворения необходимых общественных потребностей и вызываемых ими же издержек».

Несомненно, интересным явлением нам видется, что самые древние налоговые записи, датируемые примерно шестью тысячами лет до н. э., находятся в виде глиняных таблечек, найденных в древнем городе-государстве Лагаш в современном Ираке, чуть к северо-западу от рек Тигр и Евфрат. В Лагаше

налоги были не высокие, но в период кризиса или военных действий, ставка налога составляла десять процентов от всех товаров, которые в первую очередь состояли из продовольствия. Различные налоги использовались в Египте, Вавилоне, Персии, Китае и в других странах. Большая часть населения была бедна, основное внимание в рамках раннего налогообложения имущества уделялось земельным ресурсам и их производственной ценности. Древний Египет имел процветающую культуру, начавшуюся около 5000 года до н. э. и продолжавшуюся тысячи лет. Налоги взимались от стоимости зерна, крупного рогатого скота, масла, пива и земли. В разное время они собирали годовые или двухгодичные данные, путем подсчета крупного рогатого скота и объема урожайности. Если налогоплательщик не мог или уклонялся от обложения, он должен был предстать перед судом. Типичная ставка налога составляла десять процентов от всего производства.

История налогообложения Российской Федерации началась с объединения славянских племен в древнерусском государстве во второй половине IX в. н. э. и оно обязало выполнению определенных функций, важнейшей из которых являлась защита от внешних врагов, и именно тогда появилась потребность в государственных финансах. Основным источником доходов княжеской казны была дань, а также контрибуции с покоренных соседей. На первом этапе дань носила нерегулярный характер, но со временем приобретала системность, характер прямого налога. С начала цивилизации налоги на имущество и доход были основным источником доходов для большинства правительств. Оливер Уэнделл Холмс сказал: «налоги – это то, что мы платим за цивилизованное общество». Получив такую громадную власть, ведь Греция в какой-то мере отдала в его распоряжении все свое имущество. Бедным он ушел из дому, но еще беднее вернулся, составив податной список не только безукоризненно справедливо, но и ко всеобщему удовлетворению. Подать установленная Аристидом называли «Счастьем Греции», в особенности, когда она по прошествии недолгого времени удвоилась, а затем и утроилась. Модель налоговой политики Аристида была справедлива, нежели система взимания подати коррумпированных

лидеров, таких как последние римские императоры. В то время как современные налоговые системы должны быть разработаны более тщательно, избавляя налогоплательщиков от давления, к справедливости налоговой политики прийти не удастся. Хотя имеющиеся в нашем распоряжении инструменты в сочетании с достижениями в области методологии и уроками прошлого поставили нас в более благоприятное положение для принятия разумных решений. Чтобы создать справедливую систему налогообложения нужно разобраться с субъективным термином «справедливости». Нужно учитывать разные социальные группы их уровень дохода и возможность. Что-то может быть допустимо для богатой социальной страты, но может быть неприемлемо для бедной и наоборот. *Какой налог должен заплатить человек с высоким достатком относительно человека с более низким?* У всех должно быть достаточно средств, чтобы жить, после уплаты налогов. С другой стороны, как говорится обратная сторона медали, несправедливо «выжимать состоятельных» – люди, которые упорно работают и создают богатство, они должны иметь возможность наслаждаться плодами их труда. В целом общественность хочет видеть налоговую систему, которая структурирована справедливо, и они хотят, чтобы платили то, что должны. Проблема состоит в том, что, часто учитывая интересы одной группы, заинтересованных, система забывает или уменьшает права другой – и они часто настраиваются друг против друга. Необходимо нивелировать интересы каждой социальной группы, а также государства в целом и прийти к одному общему знаменателю, который будет подходить каждой из сторон.

Если рассматривать современную налоговую систему нашей страны. К примеру, взять два основных налога, которыми облагаются физические лица нашего государства это:

1. Налог на доходы физических лиц и налог на имущество. С 2001 года НДФЛ в РФ облагаются по плоской шкале, что было сделано с целью вывода доходов из «тени» для дополнительного пополнения бюджета. Конечно, отчасти этот ход удался и последующие три года наблюдалась положительная динамика с увеличением доходов от НДФЛ до 25%. Но этот переход, от прогрессив-

ной к плоской ставке, был не единственным и возможно, не самым главным фактором такого прироста. В те годы было существенное увеличение сотрудников МВД и военных, что привело к росту налогоплательщиков и произошел скачек размера оплаты труда до 34% в 2002 году. Эти факторы и были основными рычагами роста доходов от НДФЛ на небольшой период времени, после чего темпы роста значительно сократились. В РФ остается высокий уровень дифференциации населения по уровням доходов. В 2018 году как показывает статистика уровень граждан, проживающих за чертой бедности, остается в районе 13%, а по уровню жизни страна на 58 месте. Коэффициент Джини (индекс концентрации доходов – показывающий степень социального расслоения) – 41%, когда у развитых стран он находится в районе 15–20%. В свою очередь, сущность данного налога в его функциях – фискальной и социальной. К сожалению, эти функции не выполняются или выполняются частично, потому что не имеют свое отражение в образовании, здравоохранении и социальной политике. Не происходит снижения социальной напряженности и улучшения качества жизни населения. Достижение оптимального соотношения между социальной справедливостью и экономической эффективностью налога является одной из главных и наиболее сложных проблем, которая существует на сегодняшний день, так как на разных этапах развития экономики ставится проблема выбора приоритета между ними.

2. Главной проблемой налога на имущество является то, что он определяется только характеристикой облагаемого имущества, без учета персональной платежеспособности гражданина. В России до 2016 года налоговая база рассчитывалась путем определения инвентаризационной стоимости с учетом коэффициента амортизации. Теперь же налоговой базой для расчёта налога является кадастровая стоимость имущества, которая определяется путем проведения государственной кадастровой оценки рыночной стоимости имущества. По сути, владельцы дорогой недвижимости должны платить больше чем владельцы среднестатистической квартиры.

Рыночная стоимость, которая является главным критерием налоговой базы приводит к тому, что люди, проживающие в старом доме в центре должны платить больше из-за престижа района, а в свою очередь платежеспособный гражданин, приобретающий элитную квартиру на окраине города может облагаться меньшим налогом. Стоит учитывать, что многие семьи с низким и средним доходом получили эти квартиры по наследству, в дар или в следствии бесплатной приватизации. К счастью, льготники – пенсионеры и инвалиды, смогут оплачивать налоговую ставку благодаря своим бенефитам. Но этой особенностью зачастую пользуются люди с высоким доходом и необходимыми связями для формальной прописки льготников и сокращения налоговой ставки. Также необходимо отметить то что в РФ присутствует большой разрыв между доходами граждан и стоимостью недвижимости. Дополнительным минусом станет поднятие цен за аренду помещений, так как часто собственники включают налог в стоимость арендной платы. Налог на имущество, как и другие налоги должен обеспечивать поступления в казну, но к сожалению, никакой функции социального равновесия и общественного благополучия этот налог не несет. Более того он создает огромное количество негативных факторов, которые нагнетают социальную напряженность – снижение качества жизни, массовая продажа жилья и спекуляция со стороны «хитрых» собственников.

Ранее были приведены различные определения термина налог, они имели некоторые различия, но главной чертой и критерием каждого определения является то, что собранные средства должны идти на благо граждан и государства. Отсюда и вытекает проблема несправедливости налоговой системы – неэффективное использование бюджетных средств. Каждый законопослушный налогоплательщик хочет видеть результат его налоговых отчислений. Повышение качества жизни, улучшение инфраструктуры, создание и обслуживание социальных объектов, забота государством о менее наделенных – это то, что хотелось бы видеть каждому гражданину. Однако, в нынешней ситуации все что видят граждане – это нерациональное использование средств, огромные

миллионы налоговых сборов теряются по разным причинам в различных слоях бюджетной системы и не находят своего отражения в жизни общества. Это создает социальное расслоение и недовольство, уменьшение или полное отсутствие мотивации уплаты налогов. У кого есть возможность, чаще всего состоятельные граждане, используют лазейки в законодательстве и «темные схемы» для неуплаты налогов. В сухом остатке граждане с малым достатком, например, такие как молодые семьи, становятся заложниками этой ситуации. Государство должно воспитать в них гражданскую позицию и такие принципы патриотизм, законопослушность, ну и создать условия для становления продуктивной и полезной ячейки общества, а не желание уехать в другую страну.

Согласно Международному налоговому индексу (2018) лидерами согласно налоговым кодексам стали: Эстония, Латвия, Новая Зеландия, Люксембург и Нидерланды.

Налоговый кодекс, который является конкурентоспособным и нейтральным, способствует устойчивому экономическому росту и инвестициям при одновременном повышении доходов для государственных нужд. Простыми словами налоговая система не должна отпугивать инвесторов и бизнесменов, не должна «душить» граждан, но в полной мере обязана пополнять казну для нужд государства. В Эстонии плоская налоговая ставка подоходного налога в 20%. Она удерживается работодателем автоматически. Также существуют 33% социального налога который выплачивается работодателем в пользу государства, который позволяет гражданам получить социальное и медицинское страхование. В свою очередь в Литве используют прогрессивную налоговую ставку. Если доход составляет менее 20,004 евро, то ставка составит 20%. От 20,004 – 62,800 евро – 23%, а все доходы выше 62,800 евро имеют ставку – 31.4%. В Новой Зеландии, Нидерландах и Люксембурге также прогрессивные ставки подоходного налога. В Люксембурге прогрессивная ставка начинается от 8 и до 42% при доходе свыше 200,000 евро, однако существует дополнительный критерий семейного

статуса. Самые высокие ставки у первой категории не женатых (незамужних) граждан. Вторая категория для проживающих вместе пар и третья категория для граждан старше 65 лет или для одного человека с детьми. Вторая и третья категория освобождены от уплаты подоходного налога, если заработок меньше 20,000 евро.

Из всего вышесказанного следует, что зарубежный опыт полезен, но каждая система индивидуальна и требует адаптации под Российские реалии. В случае с подоходным налогом, плоская шкала налогообложения была применена для вывода из «тени» доходов населения. Однако, это решение не было оправдано поскольку основной причиной уклонения от уплаты НДФЛ является высокое значение тарифа страховых взносов на фонд оплаты труда. Возможно, используемая в большинстве развитых стран прогрессивная ставка налогообложения в соответствии с получаемыми доходами подошла бы РФ с ее социальным расслоением. Что касается, налога на имущество, то тут одного критерия как кадастровая стоимость недостаточно. Согласно, Слэк Э. (2015) в Германии используются несколько критериев для определения размера налоговой ставки. Это исключает возможность менее справедливой оценки имущества. Возможно, схожий опыт помог бы РФ – когда для определения ставки используются: рыночная стоимость, инвентаризационная стоимость и коэффициент престижности района, где находится данное жилье.

Налоговая система РФ не совершенна и имеет большое количество проблемных пунктов, которые нужно изменить. Но это нужно делать системно и поэтапно продумывая, и разрабатывая каждый следующий шаг. Иначе, это может негативно сказаться на населении, в особенности на гражданах с малым и средним достатком, которые получают большую налоговую нагрузку в связи с отсутствием возможности «обойти» закон. Необходимо избавиться от законодательных дыр, которые не позволяют системе работать в полной мере. Стоит также отметить, что фискальный и административный ресурс должен иметь возможность исполнить каждое нововведение налоговой системы. Последним, важным пунктом является изменение подхода и понимания смысла налоговой системы: то что деньги «добровольно и безвозмездно» оплачиваемыми гражданами должны быть правильно и эффективно использованы. Они не могут быть растрочены бездумно на какие-нибудь непонятные цели. Каждый уплаченный налог *должен отразиться на жизни гражданина из каждой социальной группы*. Вот с таким подходом повысится уровень жизни, исчезнет финансовая бездна между социальными группами, появится мотивация своевременно уплатить обязательный и безвозмездный платеж, то бишь налоги. А самое главное образуется справедливая налоговая система, направленная на удовлетворение потребностей не только государства, но и общества в целом.

*Библиографический список*

1. Налоговый Кодекс РФ. Статья 8. Понятие налога, сбора, страховых взносов [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/fd3039f558e14477ce752eb9789b02a023fbc006/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/fd3039f558e14477ce752eb9789b02a023fbc006/) (дата обращения: 12.09.2019).
2. Черняк Д., Шмелев Ю. Теория и История Налогообложения. М.: Юрайт, 2014.
3. Adams Ch. The impact of taxes on the course of civilization; Madison Books; UK, 2018.
4. Carlson R.H. A brief history of property tax; IAAO Conference; Boston, 2004.
5. Dom R., Miller M. Reforming tax Systems in the developing world; ODI; London, 2018.
6. Bunn D., Pomerleau K., Hodge S. International Tax Competitiveness Index 2018; Tax Foundation; Washington DC [Электронный ресурс]. URL: <http://taxfoundation.org> (дата обращения: 12.09.2019).
7. Expatica (2019) Luxembourg income tax law and tax rates [Электронный ресурс]. URL: <https://www.expatica.com/lu/finance/taxes/luxembourg-income-tax-law-and-tax-rates-103752/> [Электронный ресурс]. URL: (дата обращения: 12.09.2019).
8. Reimers S. (2016) When it comes to tax, how do we decide what's fair?; "The conversation". City, University of London [Электронный ресурс]. URL: <http://theconversation.com/when-it-comes-to-tax-how-do-we-decide-whats-fair-57507> (дата обращения: 12.09.2019).

УДК 338.3:658.62.018:621.793

**С. Ю. Осипов**

ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет», Тверь,  
e-mail: osipov-seregejj@rambler.ru

**Ю. Р. Осипов**

ФГБОУ ВО «Вологодский государственный университет», Вологда,  
e-mail: iur.osipov2011@yandex.ru

## УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОИЗВОДСТВА МНОГОСЛОЙНЫХ ГУММИРОВОЧНЫХ ПОКРЫТИЙ

**Ключевые слова:** качество, управление качеством, управление производством, производственный процесс, экономическая категория, характеристики качества, показатели качества, повышение качества.

Для стабильной реализации производственных процессов необходимо управлять качеством самих процессов. Решение проблем качества представляется важной практической задачей, особенно в условиях неопределенности конкурентной рыночной среды. Качество по своей сути представляет собой систему, содержащую основные аспекты производства, требующие соответствующего осмысления и рассмотрения. В статье пойдет речь о реализации одного из таких аспектов, а именно, что необходимо для осуществления стабильно организованного производственного процесса по выпуску многослойных гуммированных объектов, какими критериями руководствоваться при выборе их режимов вулканизации. Важное значение в управлении качеством играет производственная среда, роль которой заключается в обеспечении требований к характеристикам производимых гуммировочных покрытий. Состояние производственной среды во многом зависит от того, как организовано ее взаимодействие с другими влияющими на нее факторами. Принято во внимание возможности целенаправленно осуществлять управление качеством в сложившихся производственных условиях, а также, каков потенциал для улучшения состояния производственной среды, чтобы повышать качество производимой продукции. Представлены экспериментальные исследования вулканизации гуммированной продукции, методики осуществления испытаний по определению основных показателей, характеризующих качество многослойных гуммировочных покрытий, как то химическая стойкость, прочность крепления, степень вулканизации эластомерной продукции и их влияние на эксплуатационные характеристики гуммированных объектов.

**S. U. Osipov**

Tver State Technical University, Tver, e-mail: osipov-seregejj@rambler.ru

**Yu. R. Osipov**

Vologda State University, Vologda, e-mail: iur.osipov2011@yandex.ru

## THE PRODUCTION QUALITY MANAGEMENT SUMMIROVANIY MULTILAYER COATINGS

**Keywords:** quality, quality management, production management, production process, economic category, quality characteristics, quality indicators, quality improvement.

For the stable implementation of production processes it is necessary to manage the quality of the processes themselves. Solving quality problems is an important practical task, especially in the uncertain competitive market environment. Quality is essentially a system that contains the main aspects of production, requiring appropriate reflection and consideration. The article will focus on the implementation of one of these aspects, namely, what is necessary for the implementation of a consistently organized production process for the production of multilayer gummed objects, what criteria to be guided by when choosing their modes of vulcanization. The production environment plays an important role in quality management, the role of which is to ensure the requirements for the characteristics of the produced gum coating. The state of the production environment largely depends on how its interaction with other factors affecting it is organized. Taken into account the possibility of purposefully implement quality management in the current production conditions, as well as what is the potential to improve the production environment to improve the quality of products. Experimental studies of vulcanization of gummed products, methods of testing to determine the main indicators characterizing the quality of multilayer gumming coatings, such as chemical resistance, strength of fastening, the degree of vulcanization of elastomeric products and their impact on the operational characteristics of gummed objects are presented.

### Введение

Управление качеством процесса производства многослойных гуммировочных покрытий направлено на стабилизацию данного процесса за счет определения оптимальных вулканизационных режимов, которые позволяют осуществлять выпуск качественной продукции.

**Цели исследования:** определить оптимальные режимы вулканизации для совершенствования управления качеством производства многослойных гуммированных объектов; предложить методику проведения испытаний по определению основных показателей качества многослойных гуммировочных покрытий.

### Материал и методы исследования

Материал, предложенный в статье, был получен путем проведения теоретических и экспериментальных исследований, нацеленные на улучшение качественных показателей многослойных гуммированных объектов при их производстве.

### Результаты исследования и их обсуждение

Качество производства продукции является одним из важнейших факторов функционирования предприятий в условиях рыночной экономики. Одним из основных элементов системного управления качеством продукции или услуги является соответствующее управление процессами (производственным, технологическим, информационным и др.) их производства, оказания, осуществления [1].

Качество как экономическую категорию можно определить следующим образом. Это способность блага удовлетворить потребности потребителя, сделать его удовлетворенным, счастливым. Качество – это ценность блага для потребителя [2].

Современные экономические условия обострили кризис управления производством, а формирование новой конкурентной среды заставило руководителей предприятий и организаций обратить внимание на качество и эффективность производимых товаров и услуг [3].

Качество продукции представляет собой материальную основу удовлетворения как производственных, так и личных потребностей людей, и этим определяется его уникальная обще-

ственная, экономическая и социальная значимость. Чем выше качество продукции, тем большим богатством обладает общество и тем большими материальными возможностями оно располагает для своего дальнейшего прогресса [4].

Вулканизация покрытий является завершающим и наиболее ответственным процессом во всем цикле работ по гуммированию любого металлического объекта, сопровождающимся большими затратами энергии и особенно нуждающимся в совершенствовании. Высокие эксплуатационные качества новых гуммированных деталей машин и аппаратов должны закладываться на стадии проектирования [5].

В данный момент времени предприятия применяют гуммирование уже изготовленных объектов. Использование поточных линий для производства гуммировочного покрытия даст возможность применять более быстрые способы обработки, решать задачи комплексной механизации и автоматизации всех процессов.

Для изготовления многослойного гуммированного объекта на поточной линии организуется участок вулканизации листового материала. Показатели качества объектов гуммирования обусловлены степенью или временем вулканизации. Определение более целесообразных температурных параметров вулканизации объектов позволяет повысить качество и улучшить свойства гуммированных изделий.

Быстрота проведения вулканизации и качество гуммированного объекта обусловлены естественным обменом массы и теплоты в осуществляемых стадиях. Для совершенствования управления качеством гуммировочных покрытий улучшают условия их производства, направленные на ускорение массообмена и теплообмена, минимизации потребления энергии на единицу изготовленного изделия и улучшение его качественных характеристик.

Операция по вулканизации гуммированных объектов осуществляется в меняющихся с течением времени энергетических потоках и теплообмене между носителем теплоты и подвергающемуся нагреву изделию, обусловленные нестационарно распределенным температурным полем в вулканизуемом изделии.

Соответственно, наблюдается течение резиноподобных материалов, и меняются границы между подложками гуммированного объекта. При нагревании изделий происходит выделение теплоты в процессе вулканизации, и тепловые характеристики ряда обкладок гуммировочного покрытия будут разными и обусловлены температурными параметрами.

Процесс вулканизации проводится при увеличенных температурных значениях и заключается в диффузии макромолекул каучука, серы, её соединений, перекисей, комплексных соединений. Общее положение осуществляемых реакций осложняется структурообразованием и разрушением каучука под воздействием разных причин. Тем не менее, главную роль при проведении вулканизации играет воздействие соединения серы и каучука. Свидетельство этому то, что ко времени прекращения соединения серы видны самые большие перемены свойств каучука, если сравнивать их с изначальными.

При вулканизации наблюдается перенос массы вулканизирующего агента, не вошедшего во взаимодействие с каучуком, по всему размеру гуммированного объекта. Массоперенос происходит из-за неоднородного распределения серы по обкладкам. Более всего это касается многослойных объектов, включающих ряд типов каучуков, которые характеризуются ускоренным плавлением и вхождением во взаимодействие серы, находящейся в ближних слоях, и замедлением процессов внутри объекта.

При управлении качеством многослойных гуммированных объектов с целью установления наиболее рациональных условий вулканизации гуммировочных покрытий необходимо проанализировать температурные поля и поля концентрации в эластомерных покрытиях и объективно оценить их влияние на процесс вулканизации.

В связи с этим было выполнено ряд исследований:

1) анализ кинетики распределения теплоты по всему размеру гуммированного объекта;

2) анализ воздействия вулканизованной системы на физико-химические, механические, прочностные и эластические свойства гуммированных объектов;

3) анализ степени вулканизации и качества гуммированных объектов;

4) анализ распространения активных сред в гуммированные объекты, надежности и работоспособности гуммированных объектов;

5) анализ набухания гуммированных объектов в активных средах;

6) анализ прочности крепления подложек к металлу и между подложками гуммированных объектов.

В качестве объектов исследований применялись: различные каучуки – 2566 (НК + СКБ) и др.; адгезионные материалы для склеивания обкладок марок – 4508, ПТ-201 и др.; металлическая подложка марки Ст. 3.

На протекание вулканизации эластомеров в инертном зернистом теплоносителе, представляющего собой шлаковату в виде шариков диаметром от 0,5 до 1,5 мм и плотностью 2800 кг/м<sup>3</sup>, воздействует много аспектов. Опробовать все варианты их комбинирования нет возможности в связи со значительным числом их комбинирования. В связи с этим при исследовании применяли методику рационального планирования эксперимента [6]. В качестве главных составляющих, воздействующих на качество изготовленных изделий, были взяты температурные параметры: температура  $T$  и продолжительность  $t$  термообработки; геометрические параметры: толщина металлической подложки  $d_{ст}$  и толщина эластомерной обкладки  $d_{об}$ .

Методика использовалась при анализе воздействия скорости сжижающего агента (горячего воздуха)  $v$  и массового заполнения  $m$  твердого инертного зернистого теплоносителя на характеристики операции вулканизации эластомерных обкладок. Для анализа были взяты ряд аспектов, оказывающих влияние на качественные характеристики гуммированных объектов:

1) температура теплообменника,  $T_c$ , К – 413, 418, 423, 428;

2) изначальный температурный параметр гуммированной подложки,  $T_0$ , К – 293, 303, 313, 323;

3) толщина гуммированной подложки,  $d_{об}$ , мм: 1,5; 3,0; 4,5; 6,0 – эбонитовые подслои по 1,5 мм каждый; 3,0; 4,5; 6,0; 7,5; 10,5; 13,5 – каучуковые подслои по 1,5 мм с эбонитовой обкладкой

в 1,5 мм каждой; 3,0; 6,0; 9,0; 12,0 – эбонитовые подслои по 3,0 мм каждый 4,5; 7,5; 10,5; 13,5 – каучуковые подслои по 3,0 мм с эбонитовой обкладкой в 1,5 мм; 6,0; 9,0; 12,0; 15,0 – каучуковые подслои по 3,0 мм с эбонитовой обкладкой в 3,0 мм;

4) толщина металлической подложки,  $d_{ст}$ , мм – 1,0; 2,0; 3,0; 4,0;

5) длительность вулканизации – при вулканизации в псевдооживленном слое инертного зернистого теплоносителя и методов простой конвекции: 1800, 2700, 3600, 4500 с для эбонитовой обкладки; 600, 1200, 1800, 2400 с для каучука; при вулканиза-

ции в котле (суммарная длительность термообработки – 18000 с): 900 с давлением  $p$  от 0,24 МПа, 1200 с давлением  $p = 0,24$  МПа, 900 с давлением  $p$  от 0,24 до 0,39 МПа, 7200 с давлением  $p = 0,30$  МПа, 1800 с давлением  $p$  от 0,30 до 0,24 МПа, 600 с давлением  $p = 0,24$  МПа, 600 с давлением  $p$  от 0,24 до 0,20 МПа, 3600 с давлением  $p = 0,20$  МПа, 1800 с давлением  $p$  от 0,20 до 0 МПа.

При необходимости каучуки приклеивали к металлической основе через слой эбонита. Каждое испытание осуществлялось в рамках заявленной методики (рис. 1–3).



Рис. 1. Методика осуществления исследований по установлению степени вулканизации гуммированных объектов эластомерной продукции



Рис. 2. Методика осуществления исследований по установлению химической стойкости гуммированных объектов в активных средах



Рис. 3. Методика осуществления исследований по установлению прочности склеивания гуммированных объектов

Перед осуществлением исследований по методикам, продемонстрированным на рис. 1–3, гуммированные обкладки присоединялись к металлической подложке или к друг другу путем их нагрева в разном вулканизованном оборудовании. Конвективная вулканизация гуммировочных обкладок эластомерной продукции осуществлялась в котле, в псевдооживленном инертном зернистом теплоносителе и методом простой конвекции [6].

В котле эластомерную продукцию вулканизовали под давлением резкого плотного парового поля по условиям, используемым для гуммирования в серийном производстве машин и изделий. Здесь осуществляется постепенный рост давления  $p$  от 0,24 МПа за 900 с; вулканизация при  $p = 0,24$  МПа за 1200 с; рост давления  $p$  от 0,24 до 0,39 МПа за 900 с; вулканизация при  $p = 0,30$  МПа за 7200 с; падение давления  $p$  от 0,30 до 0,24 МПа за 1800 с; вулканизация при  $p = 0,24$  МПа – 600 с; падение давления  $p$  от 0,24 до 0,20 МПа за 600 с; снижение температуры (охлаждение) при  $p = 0,20$  МПа за 3600 с; падение давления  $p$  от 0,20 до 0 МПа за 1800 с. Максимальный температурный параметр вулканизации в котле 418 К, суммарная длительность термической обработки – 18 000 с.

Вулканизация гуммировочных покрытий в котле, в псевдооживленном инертном зернистом теплоносителе и методом простой конвекции проводилась на устройстве дискретного действия [6].

Инертный зернистый теплоноситель выбирали исходя из того, чтобы в рабочем процессе он не реагировал с компонентами эластомеров и материалами для склеивания и создавал условия для высокоинтенсивного распространения теплоэнергии от источника нагревания к слоям эластомерных обкладок. Также при вулканизации гуммированных объектов недопустимо появление микро- и макрозагрязнений на основании металлической подложки и эластомерного покрытия шлаковатными материалами. Поэтому применялись рыхлое сырье, являющееся недорогим, доступным, имеющим значительную твердость при ударе, термоустойчивость и др. Для того чтобы достигнуть наибольших коэффициен-

тов теплоотдачи, гранулы должны быть в виде шара, обладать ровной поверхностью, быть значительно плотными.

Рациональная скорость газоздушного движения  $v_{\text{рац}}$ , выступает, вместе с параметрами твердых гранул шлаковаты, основным аспектом, воздействующим на то, как интенсивно происходят теплообменные процессы между гуммированными обкладками и гранулами шлаковаты.

При проведении вулканизации моделей стабильно контролировали температурные параметры внутри гуммированного объекта. Сдвиг температурных параметров по подслоям эластомерных покрытий, в металлической подложке и внешние условия контролировались с помощью электронных потенциометров типа КВТ. Температурные параметры измерялись с использованием хромель-копелевых термопар ХК. Для достоверности полученных результатов рассчитывались погрешности определения температурных параметров термопарами. Погрешности имеют место вследствие того, что тепло теряется через термопару теплоотведением, а также вследствие снижения температуры (охлаждения) измерения части объекта и прогрева термопары. Длительность исследований зависела от времени, в течение которого наступало условие тепла, характеризовавшееся стабилизацией температурных параметров во всех подвергавшихся контролю зонах. Это отвечает условию энергетического баланса эластомерного изделия и устанавливает момент самого термически напряженного состояния подвергавшихся вулканизируемому воздействию объектов. Термопары крепили до вулканизации между подслоями изделия, на границах смежных подслоев обкладок и на их границе со стальной подложкой [6].

Подготовительные мероприятия оснований металлической и резиновой подложки, гуммирование объектов в процессе проведения исследования (в котле, в инертном зернистом теплоносителе, методом простой конвекции) ничем не отличались. Основание металлической подложки чистили от загрязнителей и обезжиривали бензином БР-1, проводили обработку стальной дробью для окончательного устранения ржавого

налета и нагара и получения неровного основания для того, чтобы улучшить адгезионные свойства обкладок к металлической основе. Подготовительные операции с целью защиты металла от коррозии и других дефектов с помощью резиновой обкладки и покрытие ею металлической основы осуществляли типовым промышленным методом [6].

Оценку качественных показателей эластомерных покрытий на непопадание в них отверстий насквозь, микротрещин, пор и других повреждений осуществляли с использованием искрового индуктора [6].

Как говорилось, существенной качественной характеристикой эластомерных изделий выступает степень вулканизации покрытия. Определяться она может различными способами и методами. Так, используя химический метод, для того чтобы определить свободную серу в эластомерах, применяли сульфитный метод. Он заключается в воздействии на дробленый вулканизат раствором сульфита натрия. Ряд мероприятий по улучшению способа позволили уменьшить длительность анализа, совершенствовать извлечение компонентов и убрать воздействие на йодометрическое субтитрование содержащих серу активаторов и продуктов их распада.

Количество содержащегося вулканизующего агента (серы) в эластомерных обкладках с течением времени снижается, что связано с дальнейшим нагреванием гуммированного объекта. Для того чтобы получить гуммированные объекты с необходимыми характе-

ристиками, показателями качества и эксплуатации, определяют требуемое значение содержания вулканизующего агента, и устанавливают, таким образом, длительность вулканизации.

### Заключение

Таким образом, проведенный анализ с целью совершенствования управления качеством многослойных гуммированных покрытий выявил воздействие метода и режимов вулканизации на каркас цепей обкладок, а вулканизационного строения на физические, химические, ударные, износостойкие и упругие характеристики эластомеров. Имеющиеся в строении гуммированных объектов взаимосвязи разных видов очень хорошо воздействуют на качественные показатели эластомеров. Появляется возможность выявить естественные преобразования строения и особенности эластомерных обкладок при их термической обработке.

Уделяя повышенное внимание при управлении качеством производства гуммированных объектов стадиям исследования, разработки и проектирования с целью дальнейшего совершенствования их производства, решается одна из основных производственных задач, заключающаяся в том, чтобы сразу производить гуммированную продукцию с конкретно установленными режимами вулканизации, поддерживать соответствующий уровень качества эластомеров, а не корректировать вулканизационный процесс, теряя при этом время и неся непредвиденные расходы.

### Библиографический список

1. Федюкин В.К. Управление качеством производственных процессов. М.: КНОРУС, 2016. 230 с.
2. Басовский, Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 231 с.
3. Герасимова Е.Б. Управление качеством. М.: Форум, ИНФРА-М, 2017. 217 с.
4. Прохоров Ю.К. Управление качеством. СПб.: СПбГУИТМО, 2016. 144 с.
5. Осипов С.Ю. Влияние способа термообработки эластомерных покрытий на химическую стойкость // Вестник Череповецкого государственного университета. 2016. № 5 (74). С. 20–24.
6. Осипов, Ю.Р. Термообработка и работоспособность покрытий гуммированных объектов. М.: Машиностроение, 1995. 232 с.

УДК 330.8; 331.1

*И. В. Рощина*

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Томский государственный университет», Томск, e-mail: riv58@yandex.ru

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УЧЕНИЯ И ИХ ВКЛАД В ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О РЫНКЕ ТРУДА

**Ключевые слова:** история экономических учений, рынок труда, критерии модели современного рынка труда, агрегированные и частные критерии отбора персонала.

Данное исследование исходит из основополагающей гипотезы, что выбор критериев результативности и эффективности функционирования системы отбора персонала должен быть обусловлен не узкими рамками технологической и/или экономической целесообразности, а иметь объективную основу, определяемую моделью современного рынка труда. Проводится анализ истории экономических учений в разрезе представлений о рынке труда, их сравнительный анализ, позволяющий сформировать представление о переходе от рассмотрения отдельных характеристик рынка труда до выделения рынка труда как предмета самостоятельного исследования. Сравнительный анализ отдельных научных школ акцентирует внимание на изучении ими макро- или микроэкономического уровня развития экономической системы, на их основных элементах, на роли и масштабах государственного регулирования, на закономерностях функционирования внутренних рынков труда. Предлагается авторский взгляд на формирование современных представлений о рынке труда с учётом эволюции различных экономических школ. Выделяются критерии, актуальные и для современного рынка труда. Данные критерии могут быть использованы при проведении анализа методик отбора и оценки персонала. Предпринята попытка выделения объективных агрегированных и частных критериев для оценки существующих методик отбора персонала.

*I. V. Roshchina*

Tomsk State University, Tomsk, e-mail: riv58@yandex.ru

## ECONOMIC EXERCISES AND THEIR CONTRIBUTIONS IN FORMING THE REPRESENTATIONS OF THE LABOR MARKET

**Keywords:** history of economic thought, labor market, criteria for the models of modern labour market, aggregate and specific criteria for the selection of personnel.

This study is based on the fundamental hypothesis that the choice of criteria for the effectiveness of the personnel selection system should be due to the model of the modern labor market, and not a narrow framework of technological or economic feasibility. The analysis of the history of economic doctrines in the context of ideas about the labor market. Comparative analysis allows us to form an idea of the transition from the consideration of individual characteristics of the labor market to the allocation of the labor market as a subject of independent research. Comparative analysis of individual scientific schools focuses on the study of macro-or microeconomic level of development of the economic system, their main elements, the role and scope of state regulation, the laws of the functioning of the internal labor markets. The author's view on the formation of modern ideas about the labor market, taking into account the evolution of various economic schools. The criteria relevant to the modern labor market are highlighted. These criteria can be used in the analysis of methods of selection and evaluation of personnel. An attempt is made to identify objective aggregated and specific criteria for evaluating existing methods of personnel selection.

### Введение

Недостаточное развитие малого бизнеса, общественных работ, временной занятости, дистанционной занятости [1, 2, 3], нестандартной занятости [4, 5] и самозанятости населения [6], новых технологий взаимодействия государства с работодателями для повышения мобильности рабочей силы, не позволяют существенно изменить качественные характеристики отечественного рынка труда. Не хватает высококвалифици-

рованных специалистов, менеджеров, рабочих, наблюдается старение кадрового потенциала, др. [7]. Выявленные тенденции характеризуют ситуацию, сложившуюся как в хозяйственной системе в целом, так и в отдельных подсистемах ряда субъектов Российской Федерации [8, 9, 10, 11].

Для современного этапа развития рынка труда характерны такие признаки, как: новый тип работника; трансформация рынков труда под воздействием

глобализации; новые виды деятельности и новые формы занятости [12]. Проблема эффективного функционирования рынка труда актуальна не только для отечественной экономики, поиском решения проблем современного рынка труда занимаются во всём мире [13, 14, 15].

Ведущими разработчиками теоретической базы Концепции достойного труда явились такие зарубежные исследователи, как Р. Анкер, Г. Филдс [16], И. Чернышев, Д. Гай [17], Ф. Эггер, Ф. Бонне, А. Шатенье, Г. Стэндинг, Д. Бесконд и др. В Докладе о человеческом развитии (2015 г.) проблема обеспечения устойчивого труда рассматривается как важнейшее условие устойчивого развития в целом [18].

#### **Цель исследования**

Выработка концептуального и методического подхода к выявлению объективных критериев, характеризующих модель современного рынка труда и применимых для оценки методик отбора персонала.

#### **Материал и методы исследования**

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что анализ истории экономических учений в разрезе представлений о рынке труда, их сравнительный анализ позволяет сделать вывод, что по результатам исследования процесса перехода от рассмотрения отдельных характеристик рынка труда до выделения рынка труда как предмета самостоятельного исследования, можно получить устойчивые, объективные и актуальные характеристики рынка труда, позволяющие разработать модель современного рынка труда. Данные критерии могут быть использованы для выделения объективных агрегированных и частных критериев для оценки существующих методик отбора персонала. Данная работа исходит из основополагающей гипотезы, что выбор критериев результативности и эффективности функционирования системы отбора персонала должен быть обусловлен не узкими рамками технологической и/или экономической целесообразности, а иметь объективную основу, определяемую моделью современного рынка труда.

Теоретическую и методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных учёных по вопросам, связанным с рынком труда. Проанализирована также практика отбора персонала на крупных компаниях разных отраслей, представленных ПАО «СИБУР Холдинг» и ПАО «Ростелеком».

В процессе исследования применялись следующие методы: диалектический метод, общенаучные методы (методы анализа и синтеза, обобщения и абстрагирования, индукции и дедукции, аналогии), исторический подход, логический подход, системный подход, эмпирические методы (наблюдение, описание, измерение, сравнение), др.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Исследованием рынка труда с разной степенью детализации занимались такие экономисты, как А. Смит [19], Д. Рикардо, Дж. Ст. Милль, К. Маркс, А. Маршалл, Дж. М. Кейнс, Г. А. Саймон, А. Сен, др.

В доклассических экономических концепциях можно обнаружить обсуждение на интуитивном уровне трудовых отношений при отсутствии самой категории «рынок труда». Например, рост предложения труда и населения рассматривался как результат более низкого уровня оплаты труда.

Концепция физиократов способствовала формированию понимания необходимости для возникновения рынка труда таких важных условий как свобода выбора каждого участника рынка (работодателя, работника), свобода выбора формы и вида занятости, свобода и доступность труда для всех категорий граждан, а также выделили и обосновали важность, этической составляющей в трудовых отношениях. Сохраняют актуальность вопросы государственного регулирования, но в ограниченных сферах, ставка на развитие свободной конкуренции на рынке. Также стоит отметить, что, делая акцент на естественном порядке и свободе человека, физиократы создали предпосылки для формирования категории «рынок труда» в пределах аналитической микроэкономики.

К. Маркс, исследуя капиталистический способ производства, обосновал необходимость разделения категорий «труд» и «рабочая сила» как способность человека к целесообразной деятельности, неотделимой от самого носителя.

В исследовании рынка труда на макроэкономическом уровне акцент делается на занятость, как исходный пункт макроэкономического анализа. По Кейнсу, уровень занятости определяется динамикой эффективного спроса, который, в свою очередь, складывается из ожидаемых расходов на потребление и предполагаемых инвестиций.

Институционализм в качестве предмета своего анализа выдвигает как экономические, так и неэкономические проблемы социально-экономического развития. Посредством институтов упорядочиваются отношения между людьми, как в жизни в целом, так и в поведении, и хозяйственной деятельности. Тем самым обосновывается необходимость появления и учёта новых факторов и участников рынка труда на современном этапе. Рынок труда представляет собой иерархию рабочих мест и рациональное распределение между ними работников, что регламентируется национальным трудовым законодательством, международными соглашениями, внутренними документами организаций и административными правилами. Эти отношения возникают между субъектами (институтами) всех обозначенных уровней.

Изучением рынка труда на уровне фирмы занимались сторонники классического и неоклассического направлений.

Сторонники маржинализма, исходя из системного анализа, изучают в равной степени, как сферу производства, так и сферу потребления, максимально применяя при этом математические методы. Объектом исследования становится психология субъектов. При этом трудовые отношения объясняются с точки зрения предельной полезности и потребительских качеств человека (человек как покупатель). Исследуется конкуренция, законы спроса и предложения на рынке труда.

Таким образом, в рассматриваемых теориях исследовались не только законы макро- и микроэкономического развития, но и была заложена база формирования критериев функционирования и развития рынка труда, позволившая создать теоретическую модель современного рынка труда (табл. 1). На современном этапе существования рынка труда мы можем увидеть наиболее обоснованное его представление, как в теоретическом, так и в практическом аспекте. Благодаря различным экономическим теориям сформировалась модель функционирования современного рынка труда.

Всё это позволяет выделить следующие объективные критерии, характеризующие модель современного рынка труда:

1. Государственное регулирование рыночных отношений.
  2. Денежное обращение.
  3. Свобода конкуренции.
  4. Этика отношений.
  5. Доступность труда для всех категорий граждан.
  6. Свобода выбора формы и вида занятости.
  7. Свобода выбора на рынке труда, имеющаяся у каждого участника (работодателя, работника).
  8. Социально-экономические явления.
  9. Способность к труду, неотделимая от её носителя.
  10. Спрос и предложение.
  11. Математическое моделирование.
  12. Психологизация экономического анализа.
  13. Концепция социального контроля институтов.
  14. Духовные, моральные, правовые факторы.
  15. Психологические склонности человека.
- Обобщение опыта существующих практик отбора персонала на крупных компаниях разных отраслей, представленных ПАО «СИБУР Холдинг» и ПАО «Ростелеком», с учётом выделенных критериев модели современного рынка труда позволяет обозначить агрегированные критерии отбора персонала (табл. 2).

**Таблица 1**

Теоретическая модель современного рынка труда сквозь призму основных экономических концепций

Направления экономической теории	Критерии рынка труда
1. Меркантилисты	Государственное регулирование рыночных отношений
	Денежное обращение
2. Физиократы и классики	Государственное регулирование рыночных отношений
	Свобода конкуренции
	Этика отношений
	Свобода и доступность труда для всех категорий граждан
	Свобода выбора формы и вида занятости
	Свобода выбора, меняющаяся у каждого участника рынка (работодателя, работника)
3. Марксизм	Социально – экономические явления
	Способность к труду, неотделимая от её носителя (человека)
	Цена товара «рабочая сила»
	Разные интересы у участников трудовых отношений (противоречия между интересами рабочих и капиталистов)
4. Маржинализм	Спрос и предложение
	Свободная конкуренция
	Математическое моделирование
	Психологизация экономического анализа
5. Кейнсианство	Психологические склонности человека
	Государственное регулирование экономики
6. Институционализм	Концепция социального контроля (институтов)
	Духовные, моральные, правовые факторы
	Государственное регулирование экономики

**Таблица 2**

Предлагаемая система критериев отбора персонала

Критерии рынка труда	Агрегированные критерии отбора персонала
1	2
Государственное регулирование рыночных отношений	Критерий соблюдения нормативно-правовых актов в сфере социально-трудовых отношений
Денежное обращение	Критерий прозрачности доходов
Свобода конкуренции	Критерий дифференцированного конкурсного отбора персонала на внешнем и внутреннем рынках труда
Этика отношений	Критерий соблюдения Кодекса корпоративной этики
Доступность труда для всех категорий граждан	Критерий дифференцированной доступности труда с учётом подбора и отбора персонала на внешнем и на внутреннем рынках труда
Свобода выбора формы и вида занятости	Критерий максимального раскрытия потенциала персонала
Свобода выбора на рынке труда, имеющаяся у каждого участника (работодателя, работника)	Критерий относительного равноправия и относительной свободы выбора
Социально-экономические явления	Критерий макроэкономической устойчивости
Способность к труду, неотделимая от её носителя	Критерий оценки профессиональных компетенций/Критерий воспроизводства рабочей силы
Спрос и предложение	Критерий гибкого поиска лучших сотрудников
Математическое моделирование	Критерий корректного применения методов математической обработки информации

Окончание табл. 2

1	2
Психологизация экономического анализа	Критерий иррациональности
Концепция социального контроля институтов	Критерий социально-ответственного поведения
Духовные, моральные, правовые факторы	Критерий непосредственного развития работников вместе с компанией
Психологические склонности человека	Критерий соответствия запросов работодателя и личностных качеств, мотивации, вовлечённости работника

Для повышения эффективности системы отбора персонала необходимо разработать и внедрить в практику деятельности кадровой службы критерии отбора, согласующиеся с критериями рынка труда, особенно по не учитываемым пока критериям рынка труда. Это позволит обеспечить объективный фундамент для диалога между работником и работодателем. Сделать этот диалог действительно двусторонним, равноправным и наиболее объективным (насколько это достижимо в конкретно-исторических условиях). Анализ соответствия практики отбора

в ПАО «СИБУР Холдинг» и в ПАО «Ростелеком» предлагаемым критериям рынка труда и агрегированным критериям отбора персонала позволил выявить проблемы систем отбора персонала, в т. ч. явно не проявляющихся в проанализированных ПАО, но описываемых в различных источниках [20]. И хотя по результатам проведённого исследования можно сделать вывод, что система обучения персонала в Сибуре является более отлаженной, чем система обучения в Ростелеком, тем не менее, можно дать общие рекомендации (табл. 3).

Таблица 3

Обобщённые проблемы существующей практики отбора персонала

Критерии рынка труда	Соответствие критериев практике отбора в ПАО «СИБУР Холдинг» и в ПАО «Ростелеком»	Агрегированные критерии отбора персонала	Проблемы систем отбора персонала
1	2	3	4
Государственное регулирование рыночных отношений	+	Критерий соблюдения нормативно-правовых актов в сфере социально-трудовых отношений	Стремление к чрезмерной корпоративной регламентации социально-трудовых отношений
Денежное обращение	-	Критерий прозрачности доходов	Наличие «белой» и «серой» систем оплаты труда искажает реальную картину на рынке труда и нарушает устойчивость функционирования национальной экономики. Действующее решение вопроса о выборе валюты, в которой выплачивается заработная плата (волатильность и непредсказуемость валютных курсов)
Свобода конкуренции	±	Критерий дифференцированного конкурсного отбора персонала на внешнем и внутреннем рынках труда	Риски нарушения принципов социальной справедливости. Риски чрезмерной индивидуализации, недостаточной предсказуемости и прозрачности в конкурсных системах отбора персонала на вакантную должность, как на внешнем, так и внутреннем рынке труда

Продолжение табл. 3

1	2	3	4
Этика отношений	+	Критерий соблюдения Кодекса корпоративной этики	Риски чрезмерной увлечённости и демонстрации корпоративной этической составляющей отношений в ущерб общепринятым нормам и правилам
Доступность труда для всех категорий граждан	±	Критерий дифференцированной доступности труда с учётом подбора и отбора персонала на внешнем и на внутреннем рынках труда	Значительные барьеры вхождения на внутренний рынок труда, создающие условия для его «монополизации», усиления рисков и ограничений при формировании и реализации эффективной системы отбора персонала, особенно на руководящих должностях. Риски дискриминации по разнообразным признакам (возрастному, гендерному, статусному, др.). Риски нарушений принципа социальной справедливости, равенства, а также квот при приёме на работу лиц с ограниченными возможностями
Свобода выбора формы и вида занятости	+	Критерий максимального раскрытия потенциала персонала	Условия для выбора формы и вида занятости сотрудника, система планирования карьеры во многом определяются масштабом деятельности и устойчивостью самой фирмы
Свобода выбора на рынке труда, имеющаяся у каждого участника (работодателя, работника)	±	Критерий относительного равноправия и относительной свободы выбора	Ограниченный круг «самых привлекательных работодателей» в отличие от практически неограниченной (за редким исключением) базы потенциальных работников, что в действительности переводит принцип равноправия в принцип относительного равноправия
Социально-экономические явления	±	Критерий макроэкономической устойчивости	Недостатки в регулировании дифференциации размеров оплаты труда, дивидендов, др. Недопустимость чрезмерной поляризации по доходам между отраслями национальной экономики, искажающей картину привлекательности отраслей, конкретных работодателей и ситуацию на рынке труда в разных регионах РФ. Отсутствие условий для соблюдения принципа «равная оплата за равносложный труд»
Способность к труду, не отделяемая от ее носителя	+	Критерий оценки профессиональных компетенций/Критерий воспроизводства рабочей силы	Отсутствие единого методологически обоснованного понимания хозяйствующими субъектами категории «воспроизводство» работника, не сводящегося лишь к профессиональным компетенциям работника
Спрос и предложение	+	Критерий гибкого поиска лучших сотрудников	Недостаток открытой информации о перспективах развития национальной экономики и направлений изменения её структуры на ближайшую и отдалённую перспективу, а также достоверной прогнозной информации о перспективных специальностях и потребности в них различных отраслей экономики, пр. Риски неоправданной дискриминации одних сотрудников в сравнении с другими (через предъявление чрезмерных требований к претендентам для распространённых видов занятости

Окончание табл. 3

1	2	3	4
			в сравнении с дефицитными и более востребованными для конкретной фирмы видами деятельности) на данный период времени
Математическое моделирование	–	Критерий корректного применения методов математической обработки информации	Проблемы корректного обоснования выбора методов математической обработки информации и математического моделирования при формировании системы отбора персонала и её реализации. Невозможность выработки для всех хозяйствующих субъектов универсального математического аппарата для всех ситуаций Необходимость соблюдения прав интеллектуальной собственности разработчиков системы отбора персонала и её программного обеспечения
Психологизация экономического анализа	+	Критерий иррациональности*	Риски нарушения прав человека на тайну личной информации при сборе и учёте внеэкономических факторов в процессе отбора персонала
Концепция социального контроля институтов	+	Критерий социально-ответственного поведения	Недостаток разнообразия форм и методов реализации принципов социально-ответственного поведения работников и работодателей
Духовные, моральные, правовые факторы	+	Критерий непосредственного развития работников вместе с компанией	Стремление к закреплению чрезмерной корпоративной регламентации социально-трудовых отношений в корпоративной культуре
Психологические склонности человека	+	Критерий соответствия запросов работодателя и личностных качеств, мотивации, вовлечённости работника	Огромное разнообразие частных критериев и методов отбора персонала. Риск появления неожиданных, не заявленных заранее требований к претенденту

Примечание. \* – учёт внеэкономических факторов, дополняющих расчёты по обоснованию отбора кандидатов и экономически выгодного инвестирования средств в них.

Личностные качества как критерии отбора применяются только теми компаниями, где применяется отлаженная система обучения.

В качестве одного из подходов к решению отмеченных проблем в существующих системах отбора персонала можно предложить дополнение предлагаемых агрегированных критериев соответствующими частными критериями:

I. Критерий соблюдения нормативно-правовых актов в сфере социально-трудовых отношений:

1. Требования к персоналу, непротиворечащие нормативно-правовым актам РФ.

2. Наличие документально подтверждаемой информации о претенденте

из официально признаваемых источников и её носителей (форм представления).

II. Критерий прозрачности доходов:

1. «Прозрачность» доходов и форм занятости.

III. Критерий дифференцированного конкурсного отбора персонала на внешнем и внутреннем рынках труда:

1. «Прозрачность» в конкурсных системах отбора персонала на вакантную должность, как на внешнем, так и внутреннем рынке труда.

IV. Критерий соблюдения Кодекса корпоративной этики:

1. Признание и готовность соблюдать трудовые ценности.

V. Критерий дифференцированной доступности труда с учётом подбора

и отбора персонала на внешнем и на внутреннем рынках труда:

1. Практические навыки в определённой сфере деятельности.

2. Опыт работы в определённых должностях/стаж работы в данной фирме.

VI. Критерий максимального раскрытия потенциала персонала:

1. Потенциал для новых возможностей.

2. Стремление к максимальному использованию собственного потенциала.

3. Желание развиваться и строить карьеру.

VII. Критерий относительного равноправия и относительной свободы выбора:

1. Определение заинтересованности кандидата в предлагаемой работе.

VIII. Критерий макроэкономической устойчивости:

1. Уровень дифференциации в оплате труда в фирме/отрасли, признаваемый как допустимый и социально-справедливый.

2. Привлекательность определённой сферы деятельности

IX. Критерий оценки профессиональных компетенций/Критерий воспроизводства рабочей силы:

1. Профессиональные компетенции.

2. Пол.

3. Возраст.

4. Проживание.

5. Семейное положение.

6. Здоровье.

7. Ожидаемый размер оплаты труда.

8. Минимальная заработная плата

в регионе/прожиточный минимум в регионе/качество жизни в регионе.

X. Критерий гибкого поиска лучших сотрудников:

1. Готовность к обучению.

2. Ориентация на развитие.

3. Профессиональный опыт в данной сфере.

4. Опыт деятельности в других сферах экономики.

5. Достижения.

XI. Критерий корректного применения методов математической обработки информации:

1. Научно-обоснованные методы обработки информации.

2. Критерии выбора применяемых методов математической обработки информации.

XII. Критерий иррациональности:

1. Полнота и корректность выбора способов сбора релевантной информации (экономической и внеэкономической направленности) о персонале.

XIII. Критерий социально-ответственного поведения:

1. Инициативность.

2. Ответственность.

3. Навыки сотрудничества и взаимопомощи.

4. Ожидаемый размер и состав социального пакета.

XIV. Критерий непосредственного развития работников вместе с компанией:

1. Ориентация на достижения.

2. Уровень самооценки.

3. Готовность соблюдать корпоративные ценности.

4. Желание и способность развиваться самому и развивать предприятие.

5. Ожидания от работы.

XV. Критерий соответствия запросов работодателя и личностных качеств, мотивации, вовлечённости работника:

1. Личные качества.

2. Мотивация.

3. Готовность к сотрудничеству.

4. Инновационность.

5. Психологическое состояние.

6. Способность к восприятию профессиональных нагрузок.

### Выводы (заключение)

Предлагаемые критерии не противостоят четырём элементам, составляющим основу концепции достойного труда: достойная занятость и оплата труда; социальная защита; основополагающие права в сфере труда; социальный диалог [21].

Важность соответствия Концепции достойного труда обусловлена тем, что Программы достойного труда реализуются более чем в 40 странах мира. В течение последнего десятилетия принят целый ряд документов, направленных на регулирование рынка труда и занятости, в частности: Глобальный пакт о рабочих местах (2009 г.), в основе которого лежит Концепция достойного труда; доклад МОТ «Восстановление и рост на основе Достойного труда» (2010 г.); ежегодный доклад МОТ о тенденциях безработицы в мире (2014 г.) – «Global Employment Trends 2014: Risk of a jobless recovery?»; доклад МОТ «Мир

труда в 2014 году. Улучшение качества рабочих мест»; доклад МОТ «Перспективы в сфере глобальной занятости и социальной сфере на 2015 год» (World Employment and Social Outlook – Trends 2015), Глобальный договор о безопасной, упорядоченной и легальной миграции (2018 г.), пятилетний план действий (2018–2022) с учётом последующих мер по резолюции о справедливом и действенном управлении трудовой миграцией, принятой Международной конференцией труда на 106-й сессии (2017 г.) и др.

Предлагаемые критерии не только согласуются с приведёнными в Докладе о человеческом развитии (2015 г.) характеристик достойного труда, в частности, такой: «...придает ли труд на рабочем месте человеку чувство собственного достоинства и вызывает

ли у него ощущение гордости, а также, облегчает ли он участие в общественной жизни и взаимодействие с другими людьми» [22], но и с трактовкой занятости в широком смысле, что предполагает учёт эффективности, справедливости и право голоса [23].

Предложенные критерии также не противоречат большинству Стандартов достойной занятости [24]. В Концепции человеческого развития проблематика достойного труда («decent work») рассматривается как необходимое условие «расширения человеческого выбора» [25, 26].

В процессе подбора и отбора персонала очень важным является высокий профессионализм работников кадровой службы и качественные системы отбора, базирующиеся на объективных научно-обоснованных критериях [27, 28].

*Библиографический список*

1. Долженков С.А. Влияние современных информационно – коммуникационных технологий на развитие дистанционной занятости // Труд и социальные отношения. 2016. № 1. С. 35–42.
2. Долженкова Ю.В. Дистанционная занятость в России: современное состояние и перспективы развития // Вестник НГУЭУ. 2015. № 1. С. 156–161.
3. Перспективы распространения дистанционной занятости в России, 2014–2020 гг. Комментарии к результатам исследования [Электронный ресурс]. URL: [http://json.tv/ict\\_telecom\\_analytics\\_view/perspektivy-rasprostraneniya-distantsionnoy-zanyatosti-vrossii-20142020-gg-20151027112309](http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/perspektivy-rasprostraneniya-distantsionnoy-zanyatosti-vrossii-20142020-gg-20151027112309) (дата обращения: 16.07.2017).
4. Котляров И.Д. Проблемы регулирования нестандартных форм занятости // Journal of Economic Regulation. 2015. Т. 6. № 1. С. 55–66.
5. Котляров И.Д. Нестандартные формы занятости. Общество и экономика. 2015. № 1–2. С. 203–218.
6. Freelance.ru. Каталог фрилансеров [Электронный ресурс]. URL: <http://freelance.ru> (дата обращения: 16.07.2017).
7. Растущий рынок заемного труда может потеснить штатных работников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2012/0507/gazeta016.php>. (дата обращения: 21.06.2017).
8. Бобков В.Н. Неустойчивость занятости (прекаризация): особенное и общее с учетом интеграционных усилий государства и общества. МАГИСТР-ПРЕСС. 2015. 448 с.
9. Прогноз долгосрочного социально – экономического развития РФ на период до 2030 года. Министерство экономического развития [Электронный ресурс]. URL: <http://www.inpharm.ru/assets/files/akti-ministerstv/minesprognoz>. (дата обращения: 14.08.2017).
10. Санкова Л.В. Устойчивый труд vs прекаризация: в поисках нового равновесия на рынках труда // Вестник 200 Поволжского государственного университета сервиса. Экономика. 2016. № 2 (44). С. 122–131.
11. Капелюшников Р.И., Ощепков А.Ю. Российский рынок труда: парадоксы посткризисного развития. Вопросы экономики. 2014. № 7. С. 66–92.
12. World Employment and Social Outlook – The changing nature of jobs 2015 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_368626.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_368626.pdf). (дата обращения: 12.05.2018).
13. General principles and operational guidelines for fair recruitment / International Labour Office, Fundamental Principles and Rights at Work Branch (FUNDAMENTALS); Labour Migration Branch (MIGRANT) – Geneva: ILO, 2016.
14. Fair recruitment initiative Fostering fair recruitment practices, preventing human trafficking and reducing the costs of labour migration / International Labour Office – Geneva: ILO, November 2017.

15. Пересмотр плана действий по управлению трудовой миграцией с учётом Глобального договора о безопасной, упорядоченной и легальной миграции. 335-я сессия. Женева. 14–28 марта 2019 г. секция по вопросам формирования политики. Сегмент по вопросам занятости и социальной защиты. [Электронный ресурс]. URL: [wcms\\_673429.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/-/dca/ro/~/cms/Content/wcms_673429.pdf). (дата обращения: 28.09.2019).
16. Fields Gary S. Decent work and development policies. *International Labor Review* (Geneva). 2003. Vol. 142 №2. P. 239–262.
17. Ghai D. Decent work: Concept and indicators. *International Labor Review*. 2003. Vol. 142. №2. С. 113-145.
18. Доклад о человеческом развитии 2015 «Труд во имя человеческого развития». Резюме. United Nations Development Programme, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://hdr.undp.org/en/2015-report> (дата обращения: 12.05.2018).
19. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: [пер. с англ.; предисл. В.С. Афанасьева] под научн. ред. П.Н. Клюкина. Эксмо, 2009. 960 с.
20. Требования работодателей к текущим и перспективным профессиональным компетенциям персонала // Информационный бюллетень. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 2014. 64 с.
21. Международный обзор труда. 2003. Т. 142. №1–2. С. 3–38.
22. Доклад о человеческом развитии 2015 «Труд во имя человеческого развития». Резюме. [Электронный ресурс]. URL: [http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr15\\_standalone\\_overview\\_ru.pdf](http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr15_standalone_overview_ru.pdf) (дата обращения: 12.05.2017).
23. Budd J. *Employment with a Human Face: Balancing Efficiency, Equity, and Voice*. Ithaca: Cornell University Press. 2004. 288 p.
24. Декларация МОТ о социальной справедливости в целях справедливой глобализации. Международная конференция труда. Женева. 2008.
25. Достойный труд 2.0 [Электронный ресурс]. URL: <http://ktr.su/content/articles/detail.php?ID=210>. (дата обращения: 11.06.2018).
26. Стандарты достойного труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.inasan.ru/forstaff/prof/data/2012-10\\_standarti\\_dostoinogo\\_truda.doc](http://www.inasan.ru/forstaff/prof/data/2012-10_standarti_dostoinogo_truda.doc) (дата обращения: 11.06.2018).
27. Симонова М.В. Кадровое обеспечение регионального развития. Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2015. Т. 4. №1. С. 21–25.
28. Симонова М.В. Направления мониторинга трудового потенциала для оценки состояния качества рабочей силы. Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. №1 (135). С. 84–90.

УДК 338.24

**Ю. И. Селиверстов**

ФГБОУ ВО «Белгородский государственный технологический университет  
им. В.Г. Шухова», Белгород, e-mail: urisel@mail.ru

**М. В. Люлюченко**

ФГБОУ ВО «Белгородский государственный технологический университет  
им. В.Г. Шухова», Белгород, e-mail: omml@bk.ru

## МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОСИСТЕМЫ РЕГИОНА

**Ключевые слова:** инновации, инновационное развитие, региональная инновационная экосистема, инновационная экосистема, региональная экономика.

В современных условиях эффективного функционирования экономических систем особую актуальность приобретают инновационные процессы, которые выступают для развитых государств ключевым фактором экономического роста и их благополучия. Оптимальное инновационное развитие государств представляется невозможным без наличия благоприятных условий, которые представляют собой инновационную среду. Более развитым представлением инновационной среды выступает экосистема, которая отличается высоким уровнем самоорганизации и кооперированности, а также интенсивным взаимодействием ее участников. В рамках экосистемы инновационная деятельность осуществляется на интеграционной основе, аккумулируя человеческие, финансовые, интеллектуальные и другие ресурсы для обеспечения эффективной коммерциализации инновационных разработок. Таким образом, инновационная экосистема является одним из ключевых инструментов повышения конкурентоспособности организаций в национальных и региональных экономиках.

В статье проводится обзор и анализ существующих подходов к экосистемному развитию региональных экономических систем, а также рассмотрены примеры инновационных экосистем регионов («Силиконовая долина», MIT (Бостон), Кембридж, Гарвард, Томская область, Татарстан). На основе проведенного анализа представлена модель инновационной экосистемы региона, компоненты которой подробно рассмотрены и представлен механизм функционирования экосистемы. Обоснован вывод о важности внедрения принципов экосистемного развития регионов на базе коммерциализации инноваций.

**Yu. I. Seliverstov**

BSTU named after V.G. Shukhov, Belgorod, urisel@mail.ru

**M. V. Lyulyuchenko**

BSTU named after V.G. Shukhov, Belgorod, omml@bk.ru

## INNOVATIVE FORMATION MODEL ECOSYSTEMS OF THE REGION

**Keywords:** innovation, innovative development, regional innovation ecosystem, innovation ecosystem, regional economy.

In modern conditions, economic systems are used in which innovative processes are used that ensure economic development and their well-being. Optimal innovative development of states is impossible. A higher level of representation of the innovation environment in the ecosystem, which is characterized by a high level of self-organization and cooperation, as well as intensive interaction of its participants. Within the ecosystem, innovation is carried out on an integrated basis, accumulating human, financial, intellectual and other resources to ensure the commercial commercialization of innovative developments. Thus, the innovation ecosystem is one of the main tools to increase the competitiveness of organizations in the field of economics and economics.

The article provides a review and analysis of existing approaches to the ecosystem for the development of economic systems, as well as examines examples of innovative ecosystems in the regions (Silicon Valley, Massachusetts Institute of Technology (Boston), Cambridge, Harvard, Tomsk Region, Tatarstan). Based on the analysis, a model of the region's innovation ecosystem is presented. The conclusion about the importance of implementing the principles of ecosystem development of regions based on the commercialization of innovations is substantiated.

### Введение

В условиях общемировой социально-экономической дестабилизации, основными факторами которой являются нестабильность цен на рынке углеродно-

го сырья, разрастающиеся военные и геополитические конфликты, особую роль для страны приобретают вопросы эффективного экономического развития. Особую актуальность приобретают

процессы выстраивания оптимальных систем, которые будут стимулировать к развитию инновационную деятельность.

Экосистемный подход при реализации процессов инновационного экономического развития начал применяться сравнительно недавно. Он построен на основе концепций инновационных систем и инновационной среды. Основной отличительной особенностью его выступает высокий уровень самоорганизации и кооперированности субъектов, что обуславливает оптимизацию всех инновационных процессов и интенсификацию инновационного развития. В рамках экосистемы инновационная деятельность осуществляется на интеграционной основе, аккумулируя человеческие, финансовые, интеллектуальные и другие ресурсы для обеспечения эффективной коммерциализации инновационных разработок. Таким образом, инновационная экосистема является одним из ключевых инструментов повышения конкурентоспособности организаций в национальных и региональных экономиках.

#### **Материалы и методы исследования**

Методы и приемы проведенного исследования базируются на анализе и обобщении анализируемого материала об инновационном развитии регионов, а также на систематизации и группировке данных исследований.

#### **Результаты и их обсуждения**

В современных условиях формирование эффективной национальной инновационной системы невозможно без устойчивого развития регионов. Как показывает практика ведущих экономических стран, именно инновационное развитие регионов является ключевым элементом формирования национальной инновационной экосистемы. Различные типы моделей инновационной экосистемы были рассмотрены в работах российских исследователей [1, 2].

Учитывая, что современное общество стремительно меняется, многие из моделей, которые ранее с успехом применялись, сегодня уже не столь эффективны и требуют серьезной актуализации. Поэтому решение задачи формирования эффективных инновационных

экосистем в регионах требует от исследователей разработки новых моделей и методов, которые могут обеспечить результативность процесса не только на этапе проектирования региональных инновационных экосистем, но и на этапе их функционирования.

**Целью исследования** является анализ возможных моделей формирования инновационной экосистемы региона и их влияния на процессы инновационного развития территории.

Согласно терминологии Российской венчурной компании, «инновационная экосистема – это совокупность субъектов, взаимодействующих в процессе коммерциализации инноваций и их взаимосвязей, аккумулирующая человеческие, финансовые и иные ресурсы для интенсификации, оптимизации и обеспечения эффективности коммерциализации инноваций» [6].

Исходя из этого определения, можно предположить, что инновационная экосистема является высокоорганизованной благоприятной средой для интенсификации инновационного процесса. Для стран, обладающих огромным ресурсным потенциалом и большой территорией, особо важным является процесс ее создания на региональном уровне, так как это позволит эффективно использовать индивидуальные возможности каждого территориального образования. При этом, главной целью формирования региональной инновационной экосистемы безусловно является создание условий для повышения качества жизни населения региона.

При рассмотрении экосистемного подхода в инновационной деятельности важно опираться на концепцию «открытых инноваций», отдельные элементы которой заложены в процесс формирования инновационной экосистемы. Данная концепция была сформулирована Г. Чесбро (Калифорнийский университет, США) в 2003 году и рассматривается как парадигма инновационного бизнеса, предполагающую более адаптивную политику в отношении научных исследований и разработок и интеллектуальной собственности [7]. Концепция открытых инноваций предполагает отстранение от линейной модели развития инновационного проекта и система становится

открытой для взаимодействия с внешней средой, а именно:

– во-первых, специалисты и талантливые разработчики могут привлекаться из внешней среды (компания, регион или другой субъект не могут располагать всеми возможными человеческими ресурсами для инновационного процесса);

– во-вторых, проект может быть более гибким и адаптивным, то есть на любой из стадий разработки проект может покинуть материнскую компанию, а та в свою очередь в любой момент может принимать сторонние проекты.

Инновационная экосистема региона является достаточно близким понятием по определению с региональными инновационными системами и территориальными кластерами. Так как при раскрытии таких понятий обычно идет речь о территориальной привязке определенной структуры, то есть затрагивается территория региона (область, республика). Основным отличием является внедрение определенных децентрализованных и самоорганизационных принципов, которые предполагают, что регион в отношении инноватики должен выработать наиболее благоприятный климат, способствующий интенсификации инновационного процесса за счет активного взаимодействия всех участников. При этом особое значение имеют процессы выработки новых моделей мышления действующих и потенциальных инноваторов, что в цифровой экономике приведет к дополнительному стимулу для инновационного развития.

Дж. Мур ввел термин «предпринимательская экосистема», который практически идентичен понятию «инновационная экосистема». Бизнес-экосистема – это «динамичные и совместно развивающиеся сообщества, состоящие из разнообразных субъектов, создающих и получающих новое содержание в процессе как взаимодействия, так и конкуренции» [8]. Аналогичность с биологическими экосистемами стала в экономической сфере достаточно популярной для моделирования систем с большим количеством стейкхолдеров, тесно взаимодействующих между собой, к которым, согласно теории К. Фримена, можно отнести инновационные системы и кластеры [7].

Согласно исследованиям К. Майсона и Р. Брауна предпринимательская экосистема региона – это «набор взаимосвязанных предпринимательских акторов (потенциальных и существующих), предпринимательских организаций (фирм, венчурных капиталистов, бизнес-ангелов, банков), институтов (университетов, общественных институтов и финансовых органов) и предпринимательских процессов (количество создаваемых бизнесов, количество быстрорастущих фирм, количество серийных предпринимателей, уровень предпринимательских амбиций), которые формально и неформально объединяются, опосредуют и регулируют производительность в рамках локальной предпринимательской среды» [9].

Как уже отмечалось, формирование эффективной национальной инновационной системы невозможно без устойчивого экономического развития регионов. Основа функционирования инновационной экосистемы региона – это движение капитала и других ресурсов в условиях тесных взаимоотношений между хозяйствующими субъектами, целью которых является технологическое развитие и коммерциализация инноваций. К экономическим ресурсам в данном случае относятся не только материальные (денежные ресурсы, основной капитал и др.), но и человеческие ресурсы, которые при становлении цифровой экономики имеют особое значение. Традиционно структура инновационной экосистемы представлена следующими институциональными единицами: малые инновационные предприятия, корпоративные структуры, университеты и научно-исследовательские центры, бизнес-школы, венчурные компании и инвестиционные фонды, государственные органы и т. д. По своей сущности инновационная экосистема выступает как высокоорганизованное объединение двух систем: научно-исследовательской и коммерческой. Основной задачей государства является обеспечение оптимальных условий и стимулирования потока инвестиций из коммерческого сектора в область научных исследований и разработок. Задача создания экосистемы инновационного развития региона – это формирование условий

для доминирования самоиницирования коммерческим сектором научных разработок. Это будет кардинально отличаться от существующей ситуации, когда основным инициатором научно-исследовательской деятельности выступает государство.

Одной из основных проблем в формировании инновационной экосистемы региона выступает тот факт, что данный процесс не может пройти быстро. На примере «кремневой долины», создание инновационной экосистемы может занимать до полувека и не прекращаться, так как экосистема является постоянно развивающимся организмом. При этом ускоренное развитие редко возможно в процессе формирования инновационных экосистем, так как «это сложный нелинейный самосогласованный процесс, который по аналогии с биологическими процессами развития эмбриона не могут быть ускорены» [7]. Попытки искусственного ускорения могут привести к деструктивным последствиям. Именно поэтому каждая инновационная экосистема представляет собой и уникальный организм, к формированию которого необходимо подходить исходя из индивидуальных его особенностей. Вместе с тем каждой инновационной экосистеме присущи общие черты, на базе которых можно проводить сравнение параметров прогресса данных систем.

Таким образом, можно согласиться с Каранатовой Л.Г. и Кулевым А.Ю., которые считают, что «региональная инновационная экосистема – это наиболее развитый элемент национальной инновационной экосистемы, так как территория является одновременно и потребителем, и заказчиком инновационных продуктов, услуг, инноваций, направляемых, в том числе, и на создание комфортных условий для достижения конкурентоспособности территорий в проблемах обеспечения инновационного развития мезоуровня – компетентность человеческого капитала» [10].

Процесс формирования региональной инновационной экосистемы осуществляется под влиянием множества различных факторов, характерных именно для этой территории, напри-

мер, географическое расположение, наличие и доступность природных ресурсов, структура экономики и особенности организации предпринимательской деятельности, наличие энергетических, трудовых ресурсов и т. д. Это обуславливает появление в различных регионах различных моделей экосистем. Но в то же время, даже при высоком уровне нелинейности инновационных экосистем, они могут быть подвержены процессу моделирования, то есть можно выявить унифицированную модель, которая будет отражать все черты существующих эффективных экосистем.

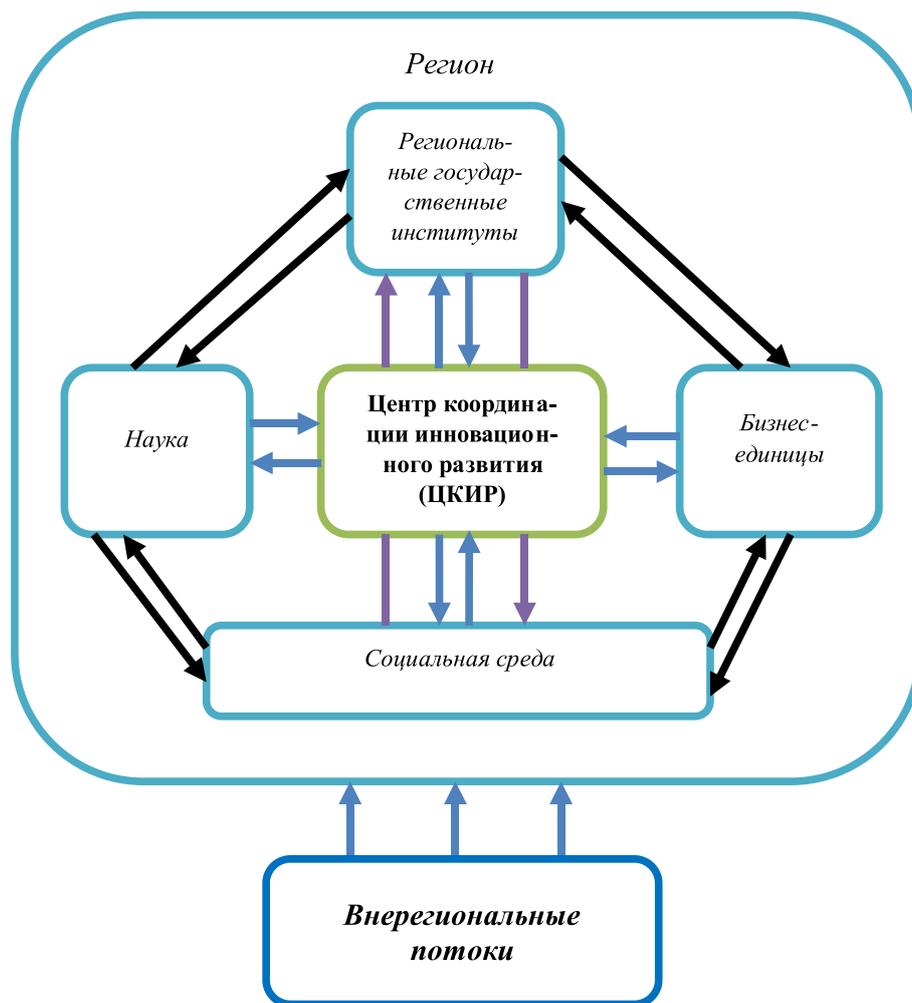
На основе модели «тройной спирали» и схем, эффективно функционирующих инновационных экосистем («Силиконовая долина», MIT (Бостон), Кембридж, Гарвард, Томская область, Татарстан, Самара, Калуга и др.) [6], мы предлагаем сформировать следующую модель региональной инновационной экосистемы (рисунок).

В данной модели ядром будет являться «Центр координации инновационного развития региона» (ЦКИР). Возможны иные названия этой структурной единицы: агентство инновационного развития, центр координации инноваций и т. п. Основной функцией данного органа будет выступать общая координация инновационной деятельности в регионе и регулирование всех потоков (финансовых, информационных, материальных), формирующих инновационную среду.

В представленную модель также входят четыре основных элемента:

1) Региональные государственные институты: правительство региона, межведомственные группы, департаменты и т. д. От эффективности их функционирования во многом зависит взаимодействие с общественными институтами, формирование восприимчивости общества к инновациям.

2) Наука: вузы, научно-исследовательские институты, точки генерации идей (творческие пространства, коворкинг-центры, лофт-пространства, бизнес-пространства) и т. д. Инновации повышают спрос на новые знания, исследования и разработки, возникают условия для интенсивного информационного и интеллектуального обмена.



Модель инновационной экосистемы региона

3) Бизнес-единицы: холдинги, предприятия, финансово-промышленные группы, инвестиционные фонды, венчурные фонды и компании и другие. Эти бизнес-структуры должны быть ориентированы в первую очередь на инновационные технологии и производства, что, в свою очередь, будет влиять на формирование промышленной политики региона.

4) Социальная среда: социальные институты, различные группы населения, общественные массы. Должна быть сформирована восприимчивость общества к инновациям. Создаются общественные институты, которые со своей стороны воздействуют на другие элементы экосистемы, понуждая их к более активному развитию. Социальная среда в данной модели является обязательным участником инновационного процесса, так как инновационная модель развития региона будет успешна в том случае, ког-

да будет сформировано общество, функционирующее на основе принципов инновационного развития. В ином случае изменения будут отвержены.

Все элементы модели инновационного развития должны находиться в тесной взаимосвязи, что предполагает постоянный процесс обмена различными потоками (информации, ресурсов). Каждый из элементов экосистемы, в свою очередь, может быть разделен на подсистемы различных уровней, решающие отдельные локальные задачи.

Предполагается, что в начале создания инновационной экосистемы ЦКИР должен иметь следующие функции:

- а) координация инновационного развития;
- б) консультации, мониторинг и применение информационных источников;
- в) адаптивное использование государственных программ к условиям региона;

г) привлечение финансирования, привлечение партнеров и многое другое.

В нерегionalные потоки в области инноватики также обрабатываются и перенаправляются центром. В перспективе участие ЦКИР в инновационных процессах региона должно снижаться до минимальных базовых функций: информирование и консультации. Таким образом, произойдет полный переход к эффективной самоорганизации системы.

При этом следует иметь в виду, что создание инновационной экосистемы региона является долгосрочным и трудоемким процессом, однако положительный эффект многократно окупит все потраченные ресурсы.

### Выводы

1. Основным результатом функционирования региональной инновационной экосистемы должно стать формирование комплекса экономических отношений, возникающих между отдельными элементами системы и способствующие интенсивному инновационному развитию. Эти отношения должны базироваться на таких важных компонентах,

как источники инновационных идей, инновационное предпринимательство, источники финансирования, информационные коммуникации.

2. Основными преимуществами для региона при создании инновационной экосистемы будут являться:

- создание благоприятной среды для инноваций и инвестиций;
- формирование территории постоянных позитивных изменений;
- улучшение экономического состояния региона;
- повышение уровня жизни населения региона.

3. Инновационная экосистема региона представляет собой благоприятную среду для коммерциализации инноваций и интенсификации инновационных процессов, основанную на принципах самоорганизации и саморазвития. Внедрение предложенной в исследовании модели в систему регионального развития позволит получить региону ряд преимуществ, в первую очередь, дополнительный приток инвестиций, повышение инновационной активности и формирования благоприятного инновационного климата.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-310-90018\19.*

### Библиографический список

1. Деттер Г.Ф. О принципах проектирования региональных инновационных экосистем / Г.Ф. Деттер, И.Л. Туккель // *Инновации*. 2016. № 1. С. 70–78.
2. Чистякова О.В. Принципы формирования национальных и региональных инновационных систем в России // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета. Экономические науки*. [2017. Т. 10. №3. С. 101–111] и зарубежных [Beckenbach F., Briegel R., Daskalakis M. *Evolution and Dynamica of Networks in Regional Innovation Systems (RIS)*]. [Электронный ресурс] URL: [http://www.wiwi.unijena.de/mikro/dime\\_ws-10-2007/papers/beckenbach-briegel-daskalakis.pdf](http://www.wiwi.unijena.de/mikro/dime_ws-10-2007/papers/beckenbach-briegel-daskalakis.pdf).
3. Fukuda K., Watanabe C. Japanese and US Perspectives o the National Innovation Ecosystem // *Technology in Sociece*. 2008. Vol. 30, №1. P. 49–63.
4. Mercan B., Goktas D. Compontnts of Innovation Ecosystem: a Cross-country Study: *International Research // Journal of Finance and Tconomics*. 2011. Vol. 76, № 16. P. 102–112.
5. Traitler H., Watzke H.J., Saguy I.S. Reinventing R&D in an Open Innovation Ecosystem // *Journal of Food Science*. 2011. Vol. 76, №2. P. R62–R68.
6. Развитие инновационных экосистем ВУЗов и научных центров // Аналитический отчет РВК. Санкт-Петербург, февраль 2015.
7. Сидоров Д.В. Новая модель инновационной экосистемы // *Инновации*. 2017. № 8. С. 52–57.
8. Дорошенко С.В. Предпринимательская экосистема в современных социоэкономических исследованиях / С.В. Дорошенко, А.Г. Шеломенцев // *Журнал экономической теории*. 2017. № 4. С. 212–221, С. 213.
9. Brown R., Mason C., Mawson S. Increasing «The vital 6 percent»: Designing effective public policy to support high growth firms. NESTA Working Paper. 2014. № 14/01.
10. Каранатова Л.Г. Современные подходы к формированию экосистем в условиях страновления экономики знаний / Л.Г. Каранатова, А.Ю. Кулев // *Управленческое консультирование*. 2015. № 12. С. 39–46, С. 41.

УДК 351/354

*Т. А. Трунова*

Среднерусский институт управления – филиал РАНХиГС при Президенте РФ, Орел,  
e-mail: tatyana-pisareva@mail.ru

## СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ЗАКУПКАМИ

**Ключевые слова:** государственные закупки, управление, заказчики, размещение, эффективность, объем, стратегия.

Статья посвящена оценке способов и приемов организации и проведения государственных закупок различными законодательно установленными методами, представлены результаты исследования современного состояния системы государственных закупок в условиях снижения прозрачности рынка закупок. Необходимость исследования государственных закупок в современных условиях вызвана изменением подходов к институтам государственных закупок, стратегией их эффективного развития как инструмента реформирования экономики страны. Автором раскрыта роль и значение государственных закупок в решении задач по распределению бюджетных ресурсов на государственном и муниципальном уровнях, направления повышения информативности заказчиков в сфере закупок по подбору поставщиков, подрядчиков, исполнителей, в целях повышения эффективности заключения и выполнения контрактов на более качественном уровне. Представлены результаты сравнительного анализа состояния закупочной деятельности в динамике и текущем периоде, количественное и стоимостное выражения объемов закупок, выявлены причины снижения размещенных извещений в сфере закупок, которые служат основой для разработки направлений совершенствования сферы закупок.

*Т. А. Trunova*

Central Russian Institute of management-Ranepa presidential branch, Orel,  
e-mail: tatyana-pisareva@mail.ru

## MODERN APPROACHES TO THE ASSESSMENT OF PUBLIC PROCUREMENT MANAGEMENT

**Keywords:** public procurement, management, customers, placement, efficiency, volume, strategy.

The article is devoted to the assessment of methods and techniques of the organization and conduct of public procurement by various statutory methods, the results of the study of the current state of the public procurement system in terms of reducing the transparency of the procurement market. The need to study public procurement in modern conditions is caused by a change in approaches to public procurement institutions, the strategy of their effective development as a tool for reforming the economy of the country. The author reveals the role and importance of public procurement in solving the problems of allocation of budgetary resources at the state and municipal levels, increasing the information content of customers in the field of procurement for the selection of suppliers, contractors, performers, in order to improve the efficiency of the conclusion and execution of contracts at a higher quality level. The results of a comparative analysis of the state of procurement in the dynamics and the current period, the quantitative and cost expression of procurement volumes, identified the reasons for the reduction of notices placed in the field of procurement, which serve as the basis for the development of areas of improvement of procurement.

### Введение

Система государственных закупок, эффективность их осуществления является приоритетным аспектом стратегии развития государства, создания в стране высокоразвитой экономики [1]. В последние годы закупочная деятельность систематически реформируется, что связано с совершенствованием способов и приемов организации и проведения закупок, способов размещения извещений, повышением информативности участников закупок. Совокупность

таких действий направлено на решение проблем распределения бюджетных средств, обеспечение материальными ресурсами потребности государственных и муниципальных органов.

Для повышения эффективности государственных закупок в Российской Федерации созданы единые правила закупок, осуществляемых для нужд субъектов государственного и муниципального уровней, единая информационная система, обеспечивающая прозрачность размещения извещений по заказам,

информации по бюджетным средствам, которые выступают основным финансовым инструментом в закупочном процессе [2].

Вместе с тем, ежегодно объем закупок снижается, уменьшается количество участников закупочной деятельности, что связано с низким уровнем планирования закупочной деятельности, недостаточно проработанным механизмом управления в сфере закупок, наличием нарушений как при оформлении и размещении извещений, так и при проведении закупок, что ведет к необходимости всестороннего анализа и оценки результатов закупок. Совершенствование системы государственных закупок, повышение их эффективности ставит множество вопросов и задач, как в теоретическом плане, так и в практической деятельности, что определяет актуальность исследований в данной области.

**Цель исследования** состоит в оценке и всестороннем изучении современного состояния закупочной деятельности, анализе форм и видов закупок для государственных и муниципальных нужд, оценке направлений распределения бюджетных средств, соблюдения норм законодательства при осуществлении процесса закупок, что необходимо для создания эффективной системы закупок, способствующей социальному и экономическому развитию нашей страны.

#### **Материал и методы исследования**

Исследование эффективности системы государственных закупок проведено с применением научного инструментария, основанного на системном подходе к анализу результатов основных функций управления в сфере закупок, а именно, планирования, организации, регулирования и контроля. Применение методического инструментария направлено на исследование взаимосвязей и взаимозависимостей управленческих структур при организации и планировании закупочной деятельности, заказчиков и поставщиков (подрядчиков, исполнителей) при реализации контрактной системы, органов государственной и муниципальной власти при распределении и контроле бюджетных средств. Для оценки результатов закупочной деятельности в обеспечении материальными ресурса-

ми государственных и муниципальных нужд использованы способы и приемы экономического сравнительного анализа, позволившего дать оценку форм и видов государственных закупок в текущем и ретроспективном аспекте.

В ходе исследования использованы; открытые данные Единой информационной сети по государственным закупкам; ежегодные отчеты Счетной Палаты Российской Федерации, такие как «Мониторинг развития системы государственных и корпоративных закупок в Российской Федерации за 2018 год» [3]; данные информационного портала «Контрактная система» [4]; результаты «Мониторинга Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», размещенные на информационном сайте Министерства финансов РФ и др. [5].

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Процесс государственных закупок относится к стратегическим инструментам, обеспечивающим экономический рост и социальное развитие страны, является одним из регуляторов отношений между государством, бизнесом и обществом. Особенности планирования и организации закупок, формы и виды их проведения, состав участников, вопросы выбора и оценки поставщиков определены федеральным законом № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [6].

Как показал анализ информации мониторинга применения Федерального закона № 223-ФЗ, за 1 полугодие 2019 г. регистрация организаций в сфере закупок материальных ресурсов для государственных и муниципальных нужд по данным единой информационной системы зафиксировала 2772 субъекта, общее количество участников закупок составило 93138 организаций [5]. Из всех зарегистрированных заказчиков закупки в данном периоде проводились 2384 организациями, что составляет 25,60%. Количество запланированных закупок на I полугодие 2019 года предусматривалось равным 1,060 млн закупок на сумму 10,670 трлн руб. Однако фактически размещение извещений о закупках составило 647 тыс. объемом 6,40 трлн руб., что ниже количества

извещений, размещенных в 1 полугодии 2018 г. на 14,70%. Объем закупок в указанный период составил 7,50 трлн руб. При этом имеются факты отменены извещений о закупке, количество которых составляло в первом полугодии 2019 года 2,0% от общего числа размещенных извещений. В сравнение с 2018 г. наблюдается сокращение отмены извещений на 18,0%, их количество снижено с 17556 извещений в прошлом году до 14313 в текущем году.

Законодательством предусмотрены различные формы организации тендерных закупок, выбор которых осуществляется организациями, исходя из поставленных целей закупок. Вся совокупность вариантов закупок подразделяется на регламентированные и нерегламентированные, при этом регламентированные закупки в свою очередь включают две формы конкурентные и неконкурентные. Основной формой организации тендеров являются конкурентные закупки следующих видов: конкурсы в виде открытых и закрытых тендеров, двухэтапные открытые или закрытые тендеры, запросы заказчиком котировок, за-

купки на основе договора с единственным поставщиком, запросы предложений, специализированные закрытые торги (рис. 1).

Начиная с 2019 года заказчикам, которые руководствуются в своей деятельности положениями Закона № 223-ФЗ, следовало осуществить пересмотр своих положений по закупкам в части их организации и проведения конкурентным или неконкурентным способами.

Как показал анализ динамики закупок, среди способов проведения закупок популярным является электронный аукцион (табл. 1).

За последние пять лет закупки по электронному аукциону возросли с 56,8 до 68,2%, что характеризуется более широким использованием информационных технологий, как при подготовке документации, так и при размещении извещений, которые упрощают процедуру обработки информации, ее отслеживания в определенных автоматизированных программах.

Наглядным образом структура закупок по способам их осуществления представлена в виде диаграммы на рис. 2.



Рис. 1. Виды и способы регламентируемых государственных закупок

Таблица 1

Динамика структуры конкурентных способов проведения закупок, % [3]

Способы проведения закупок	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год
Закупки по электронному аукциону	56,80	54,30	60,0	65,80	68,20
Закупки у единственного поставщика	15,70	18,0	20,10	18,80	14,20
Закупки по открытому конкурсу	19,0	15,70	11,50	7,40	7,40
Закупки по конкурсу с ограниченным участием	5,80	6,90	4,50	4,30	4,40
Закупки по запросу котировок	1,20	1,10	1,0	0,90	0,80

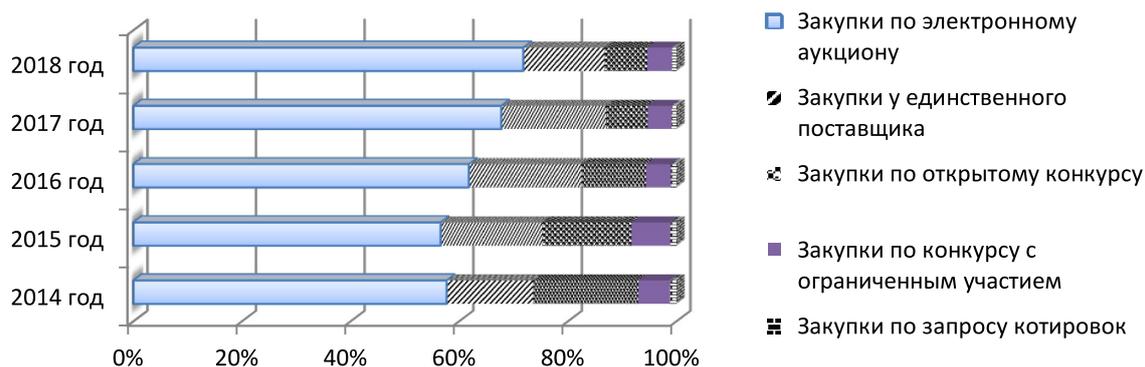


Рис. 2. Диаграмма структуры закупок по способам осуществления

Вторыми по значимости являются закупки у единственного поставщика, которые в среднем составляли около 20%, однако в 2018 году их доля была снижена до 14,2%. Такой способ закупок относится к неконкурентной форме подбора поставщика, поскольку определяется без формальной процедуры выбора. Другими словами, заказчики в данном случае предлагают контрактные отношения конкретным поставщикам, либо рассматривают предложения, поступившие от конкретных поставщиков или подрядчиков.

Способ закупки у единственного поставщика характеризуется рядом преимуществ для участников закупок:

- конкретный поставщик приобретает гарантию на заключение контракта;
- заказчик в свою очередь, приобретает гарантию выполнения обязательств конкретным поставщиком;
- существенным образом снижаются риски выполнения контрактных обязательств;
- снижаются трудовые и временные затраты на организацию и проведение закупок.

Поставщики проявляют интерес к участию в закупках, считая такие

процедуры в распределении бюджетных средств перспективными. Вместе с тем, такой способ осуществления закупок имеет специфические недостатки, а именно: в результате отсутствия конкуренции среди участников-претендентов на поставщика, ведет к снижению контрактных цен; такой вид закупки приводит к увеличению различного рода проверок со стороны надзорных органов.

Сравнительный анализ закупок по способам осуществления в первом полугодии 2019 г. характеризует несколько иную структуру их распределения в общем количестве поданных извещений (табл. 2).

Данные таблицы свидетельствуют о значительном увеличении стоимостного объема извещений о закупках, которые организованы «прочими» способами выбора поставщиков. В первом полугодии 2019 г. доля стоимости таких извещений составила 76,0%, между тем, как за два последних года их удельный вес составлял в среднем 59,3%. Стоимостное выражение объема закупок, осуществленных прочими способами составил 4800 млрд руб. (рис. 3).

**Таблица 2**

Структура закупок по способам осуществления в первом полугодии 2019 г. [5]

Способы осуществления закупок	Объем закупок		Удельный вес количества извещений, %
	сумма, млрд	удельный вес, %	
Закупки по электронному конкурсу	296	4,67	2,0
Закупки по открытому конкурсу	188	2,96	0,29
Закупки у единственного поставщика	615	9,70	18,0
Закупки по электронному аукциону у МСП	213	3,36	5,0
Закупки по электронному аукциону	56	0,88	1,0
Закупки по открытому аукциону	89,5	1,41	0,01
Запрос предложений в электронной форме у МСП	0,288	–	5,0
Закупки по запросу котировок в электронной форме у МСП	81	1,28	9,0
Закупки по запросу котировок	4	–	0,34
Прочие способы	4800	75,68	60,0
Итого	6342,788	100,0	100,0

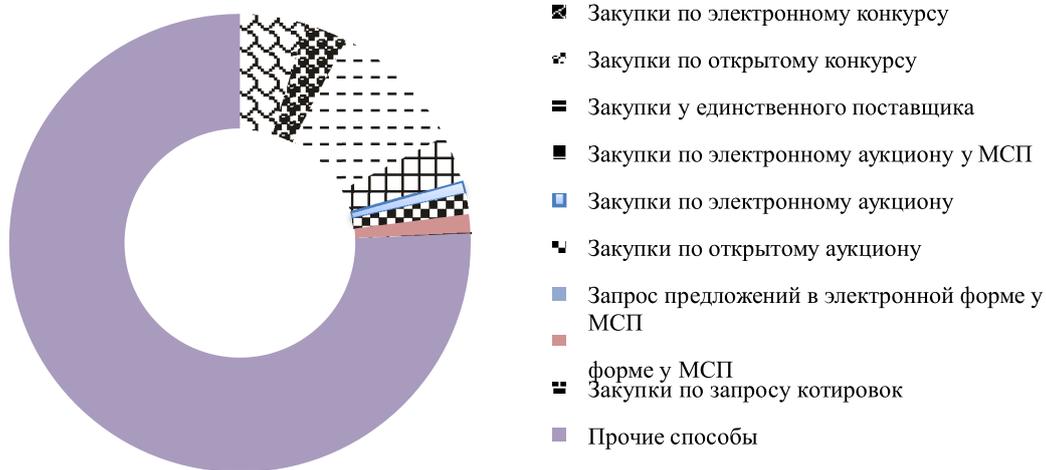


Рис. 3. Стоимостное выражение объема закупок, осуществленных разными способами в первом полугодии 2019 г.

По отношению к 2018 г. наиболее существенные изменения по снижению закупок произошли по закупкам с запросом котировок, снижение объема на 92,50%. В 2018 году так закупки составляли 61,8 млрд руб., а в I полугодии 2019 года их сумма 4,6 млрд руб. Большой процент снижения закупок, которые осуществлялись посредством электронного на 85,0% или с 372,5 млрд руб. в I полугодии 2018 г. до 56 млрд руб. в 2019 г.

Изменение в структуре закупок подтверждается структурой количественного состава извещений о закупках по способам выбора поставщика [7]. Данные таблицы свидетельствуют о том, доля размещенных извещений по закупкам

прочими способами составила 60%, то есть является преобладающим. Таким образом, несмотря на перечень конкурентных способов закупок предусмотренных Законом № 223-ФЗ большинство заказчиков применяют «прочие» способы закупки. В результате по остальным способам наблюдается уменьшение извещений. К примеру, по закупкам, проводимым по открытому конкурсу, снижение в динамике за пять лет произошло примерно в семь раз с 14,0 до 2% в I полугодии 2019 г.

Неоднозначно распределился объем закупок в стоимостном выражении в разрезе субъектов Российской Федерации (табл. 3).

**Таблица 3**

Объем закупок в стоимостном выражении в разрезе субъектов Российской Федерации в 2018 г. [3]

Субъекты Российской Федерации	Сумма, млрд рублей
Город Москва	2322,470
Московская область	443,620
г. Санкт-Петербург	421,560
Краснодарский край	222,330
Республика Татарстан	176,820
Свердловская область	173,830
Республика Башкортостан	168,800
Республика Ингушетия	12,84
Республика Калмыкия	5,97
Еврейская автономная область	5,14

Наибольшая доля закупок осуществляется в г. Москва (2322,470 млрд руб.), Московской области (443,620 млрд руб.), г. Санкт-Петербург (421,560 млрд руб.), что характеризуется концентрацией производства данных регионов, территориальным расположением, социально-экономическими условиями, уровнем инновационных технологий и т. п.

Обобщение данных по уровням управления свидетельствует о том, что основное их количество соответствует региональному уровню. Сравнивая два квартала 2019 года, следует отметить, что во втором квартале в единой информационной среде было зафиксировано 806 410 извещений на закупки, в стоимостном выражении их сумма равна 2,90 трлн руб., из них на субъекты РФ приходится 1261 млрд руб. (табл. 4).

Закупки, осуществляемые на уровне субъектов РФ превышают федеральный и муниципальный уровни, как по количеству зарегистрированных извещений, так и по их суммарному выраже-

нию. Количество извещений составило во втором квартале на данном уровне составило 401 тыс., что на 71 тыс. превысило данные первого квартала 2019 г. Такой прирост количество размещенных извещений повлиял на увеличение их объема в стоимостном выражении на 568 млрд руб. Данные таблицы свидетельствуют, что количество зарегистрированных извещений в ЕИС снижено по муниципальному уровню на 48 тыс., однако стоимость закупок по муниципалитетам стала выше во втором квартале 2019 г. на 271 млрд руб. в сравнении с первым кварталом.

Закупочная деятельность осуществляется по различным направлениям, различным отраслям, а также в рамках федеральных, региональных и муниципальных программ. Основная доля заказчиков проводили закупки в соответствии с направлениями Государственных программ РФ. К примеру, во втором полугодии 2019 г. в рамках программы «Развитие здравоохранения» закупки

**Таблица 4**

Размещение извещений на осуществление закупок по уровням управления в 2019 году [8]

Уровни управления	Количество извещений, тысяч			Стоимостное выражение закупок, млрд руб.		
	1 полугодие	2 полугодие	отклонение	1 полугодие	2 полугодие	отклонение
Закупки на федеральном уровне	165	186	+21	445	975	+530
Закупки на уровне субъектов РФ	330	401	+71	693	1261	+568
Закупки на муниципальном уровне	270	218	-48	375	646	+271
Итого	765	805	+40	1513	2882	+1369

осуществлялись 2423 заказчиками, что составило 11,20% от общего числа заказчиков II квартала 2019 г. К государственной программе «Обеспечение общественного порядка и противодействие преступности» относятся 2392 заказчика, доля которых 11,0% в общем количестве заказчиков реализующих государственные программы; в рамках государственной программы «Развитие образования» приняло участие 1732 заказчика, которые составили 8% от общего количества; программа «Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах» охватила 1315 заказчиков, что характеризуются небольшой долей участвующих заказчиков – 6,10% и т. д.

В целях обоснованности осуществляемых закупок, размещенных в ЕИС, они проходят процедуру общественного обсуждения. В частности, в соответствии с требованиями законодательства РФ во втором квартале 2019 г. заказчики провели по зарегистрированным извещениям 178 общественных обсуждений, в том числе: 84 извещения обсуждены по закупкам федерального уровня, 70 извещений обсуждено по закупкам по обе-

спечению нужд субъектов РФ, 24 зарегистрированных закупки подверглись общественному обсуждению на муниципальном уровне.

### Выводы

Результаты проведенного анализа свидетельствуют о том, что в развитии системы государственных закупок имеется ряд нерешенных проблем, которые на разных уровнях управления приводят к снижению эффективности заказчиков по размещению и извещений по закупкам, выполнению договоров и контрактов. Применение системного подхода к оценке результатов государственных закупок по уровням управления, в региональном аспекте, временном периоде, отдельным заказчикам позволяет выявить недостатки в планировании и организации закупок, использовании способов и форм их осуществления, вскрыть резервы совершенствования методического инструментария и практических аспектов механизма управления закупочной деятельностью страны. Кроме того возникает необходимость проработки вопросов совершенствования и унификации правил проведения закупок для отдельных видов юридических лиц.

### Библиографический список

1. Лытнева Н.А., Трунова Т.А. Концепция механизма регулирования экономики через систему государственных закупок // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 10-2. С. 18–21.
2. Лебедев В.В. Инновационные подходы к управлению закупками: системы, порядок, инструменты // Управленческое консультирование. 2015. № 12. С. 64–74.
3. Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия «Мониторинг развития системы государственных и корпоративных закупок в Российской Федерации за 2018 год». Счетная палата Российской Федерации, 02.04.2019 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ach.gov.ru/promo/goszakupki-2018/index.html> (дата обращения: 02.10.2019).
4. Сводный аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам 2018 года [Электронный ресурс]. URL: [https://www.minfin.ru/ru/document/?id\\_4=127443](https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=127443) (дата обращения: 30.09.2019).
5. Мониторинг применения Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» в 1 полугодии 2019 года [Электронный ресурс]. URL: [https://www.minfin.ru/ru/document/?id\\_4=128178](https://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=128178) (дата обращения: 02.10.2019).
6. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц. Федеральный Закон от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_116964/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/) (дата обращения: 02.10.2019).
7. Корнеев А.Н. Государственные и корпоративные закупки: современное состояние и тенденции развития // Интернет-журнал «Науковедение». 2016. № 6. Т. 8. С. 1–21.
8. Аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам II квартала 2019 года [Электронный ресурс]. URL: <https://www.minfin.ru/ru/performance/contracts/purchases/#> (дата обращения: 03.10.2019).

УДК 338.51

*А. Б. Урусова*

ФГБОУ ВО «Северо-Кавказская государственная академия», Черкесск,

e-mail: abu-77@list.ru

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ РЕГИОНА

**Ключевые слова:** Карачаево-Черкесская республика, ценообразование на продовольственном рынке, цена сельскохозяйственной продукции, цена продукции растениеводства, цена продукции животноводства, инфляция на рынке продовольствия, региональный рынок, региональный рынок продовольствия, спрос, приложение.

Важным вопросом для проведения системной и взвешенной политики обеспечения устойчивости на рынке продовольствия является формирование прогнозируемой цены. Невозможно принять адекватные решения в этой сфере без понимания того, какие именно факторы определяют уровень цен на продовольственном рынке региона. В процессе исследования используются данные Федеральной службы государственной статистики, в том числе и региональных структур, а в качестве основного метода используется корреляционно-регрессионный анализ. В статье построена модель, которая позволяет объяснить влияние основных факторов на ценообразование на региональном рынке продовольствия. Указано, что основное влияние имеют не расходы производителей сельскохозяйственной продукции, а общий эквilibrium, который сформировался на продовольственном рынке всей страны. Именно изменением цен на рынке страны в целом можно объяснить колебание цен на продовольственную продукцию в отдельном регионе. Попытки изменить уровень цен административными методами в отдельно взятом регионе не будут эффективными, что важно учитывать при реализации дальнейших решений управления формированием и развитием региональных рынков сельскохозяйственной продукции.

*A. B. Urusova*

Federal State in the North-Caucasus Academy, Cherkessk, e-mail: abu-77@list.ru

## PRICING IN THE REGIONAL FOOD MARKET

**Keywords:** Karachay-Cherkess Republic, pricing in the food market, price of agricultural products, price of crop production, price of livestock products, inflation in the food market, regional market, regional food market, demand, application.

An important issue for pursuing a systematic and balanced policy of ensuring sustainability in the food market is the formation of predicted prices. It is impossible to make adequate decisions in this area without understanding exactly what factors determine the price level in the food market of the region. In the research process, data from the Federal State Statistics Service, including regional structures, are used, and correlation and regression analysis is used as the main method. A model is constructed in the article that allows explaining the influence of the main factors on pricing in the regional food market. It is indicated that the main influence is not the expenses of agricultural producers, but the general equilibrium, which has formed on the food market of the whole country. It is the change in prices on the country's market as a whole that can explain the fluctuation in food prices in a particular region. Attempts to change the price level by administrative methods in a particular region will not be effective, which is important to consider when implementing further decisions to manage the formation and development of regional agricultural markets.

### Введение

Вопрос обеспечения устойчивых цен на продовольственном рынке является важным не только с точки зрения необходимости достигать поставленных показателей валового регионального продукта, но также это необходимо для поддержания прогнозируемой социально-демографической ситуации. Ведь если большая часть ежедневных потребительских товаров и услуг удовлетворяет менее существенные потребности граждан, то продовольственные

товары обеспечивают их жизнедеятельность. Поэтому вопрос формирования устойчивых условий функционирования продовольственного рынка в регионе является важным как для обеспечения устойчивого экономического развития, так и для обеспечения общей безопасности региона. Поэтому федеральные и региональные власти во многих странах поддерживают развитие собственного сельского хозяйства даже в тех условиях, если это не является выгодным с точки зрения распределения факторов

производства, наличия конкурентных преимуществ. Актуальность исследования повышается в условиях сложных политических и экономических процессов, которые наблюдаются на международной арене. Что же касается ценообразования, то в современных рыночных условиях это один из наиболее важных параметров функционирования продовольственного рынка. Именно ценообразование позволяет регулировать покрытие расходов сельскохозяйственных производителей и уровень потребления продукции среди граждан.

Парамонова Т.Н., Уряшева Т.И., Рамазанов И.А. обращают внимание на продовольственную инфляцию на всем российском рынке и указывают, что основной причиной процесса является дефицит товаров из-за контрсанкций [1, с. 39]. Этот же вывод подтверждают и другие авторы [2, с. 37]. Белова Т.Н. обращает внимание на влияние процессов импортозамещения на цены на рынке продовольствия [3, с. 285].

Часть авторов считает, что наблюдается постепенное восстановление уровня реальных продовольственных цен, что обусловлено адаптацией российской экономики к новым макроэкономическим условиям функционирования – колебаниям уровня нефтяных цен и курса российского рубля, воздействию санкций, изменениям в рамках интеграционного пространства СНГ [4, с. 50]. Таким образом, авторы считают, что наиболее важное влияние имеют факторы высшего порядка.

Некоторые авторы обращают внимание на влияние отдельных факторов. Зубков А.В. и Тиссен М.В. говорят о наличии барьеров для проникновения отечественных товаропроизводителей на региональный рынок [5, с. 80]. Гоцияева П.И. и Урусова А.Б. обращают внимание на важность нахождения баланса между интересами различных сторон, ведь в системе ценовых отношений между субъектами аграрного рынка одной из наиболее острых и трудноразрешимых является проблема ценового паритета [6, с. 109]. То есть авторы говорят о балансе спроса и предложения на региональном рынке.

На влияние правовой системы обращает внимание Елагина А.С., которая

указывает, что равно и полная либерализация цен на продовольствие, и установления жесткого контроля не является эффективной правовой моделью, так как первая приводит к усилению монополизации и увеличению цен на локальных рынках, а второе ограничивает возможности инновационного развития аграрного сектора и приводит к дефициту [7, с. 200].

Группа авторов обращает внимание на влияние биотоплива на региональный рынок продовольствия. Мировые цены, как и региональные, на продовольствие могут вырасти примерно на 32 процента к 2022 году. Около половины этого увеличения обусловлено мандатом на биотопливо, а остальная часть является результатом побочных эффектов спроса в виде роста населения и вызванных доходами изменений в пищевых предпочтениях со стороны зерновых к мясным и молочным продуктам [8, с. 733]. Также часть авторов в качестве основных факторов выделяют местные особенности производства продовольствия. Шоки в Найроби составляют только одну треть колебания региональных внутренних цен; оставшиеся две трети приходятся на внутренние факторы (включая циклы сбора урожая, погодные потрясения и торговую политику) [9, с. 160].

Также утверждается, что присутствие на рынках крупных транснациональных корпораций не является причиной стабилизации цен на продовольствие на внешнем рынке [10, с. 139].

Важно понимать, что одномоментное резкое увеличение цен на основные продукты является причиной возникновения политической нестабильности в странах с различным типом федерального устройства [11, с. 258]. Поэтому необходимо сформулировать, какие именно факторы являются первоочередными при формировании цены на продовольствие.

Целью исследования является определение того, какие факторы являются определяющими при формировании цен на продовольственном рынке отдельно взятого региона. Часто методы стимулирования развития рынка сельского хозяйства не позволяют добиться целей обеспечения устойчивых цен на продовольственную продукцию.

### Материалы и методы

В качестве информационно-аналитических материалов используются данные Федеральной службы государственной статистики, а также данные Управления Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу.

Основным методом аналитической обработки данных для формирования взвешенных выводов является метод корреляционно-регрессионного анализа.

В качестве средств обработки числовой информации следует выделить программный комплекс Microsoft Excel, а именно модуль «Анализ данных».

Объектом исследования является рынок продовольствия Карачаево-Черкесской республики.

Методика исследования подразумевает выполнение следующих шагов:

1. Сбор информации, которая связана с ценообразованием на продовольственном рынке региона.
2. Применение инструмента «Корреляция» для выявления связей между различными показателями и выделения тех факторов, которые определяют цены на рынке продовольствия Карачаево-Черкесской республики.
3. Построение регрессионной модели с помощью инструмента «Регрессия».
4. Проверка адекватности построенной модели.
5. Формирование выводов.

### Результаты исследования

В процессе исследования были использованы следующие факторы и результативные показатели:

$y_1$  – инфляция производителей в сфере животноводства в Карачаево-Черкесской республике, % [12];

$y_2$  – инфляция производителей в сфере растениеводства в Карачаево-Черкесской республике, % [12];

$y_3$  – инфляция производителей в сфере сельского хозяйства в Карачаево-Черкесской республике, % [12];

$y_4$  – инфляция продовольственных товаров в Карачаево-Черкесской республике, % [13];

$x_1$  – рост среднемесячной номинальной начисленной заработной платы работников в Карачаево-Черкесской республике, % [14];

$x_2$  – рост номинального ВРП в Карачаево-Черкесской республике, % [15];

$x_3$  – инфляция производителей в сфере животноводства в Российской Федерации в целом, % [16];

$x_4$  – инфляция производителей в сфере растениеводства в Российской Федерации в целом, % [17];

$x_5$  – инфляция производителей в сфере сельского хозяйства в Российской Федерации в целом, % [18];

$x_6$  – инфляция продовольственных товаров в Российской Федерации в целом, % [18].

В качестве периода исследования используются данные за 2007–2018 гг. в разрезе годовой цены. Входные данные построения модели формирования цен на продовольственном рынке Карачаево-Черкесской республики представлены в табл. 1. Кроме указанных данных также учитывалась цена на дизельное топливо [19], уровень оплаты труда в сельском хозяйстве в Карачаево-Черкесской республике, изменение стоимости транспортных услуг и прочие элементы себестоимости продукции сельскохозяйственных предприятий, однако эти факторы не имели существенного влияния на конечный результат модели.

Расчет корреляции (табл. 2) позволяет выявить, что результативные показатели, а именно уровень цен на продовольственном рынке в исследуемой республике, связаны с таким фактором как уровень цен на продовольственном рынке в Российской Федерации в целом.

Повышение уровня благосостояния населения региона не имело существенного влияния на уровень цен на продовольствие. Кроме этого, изменение уровня создаваемого валового регионального продукта также не оказывает существенного влияния на цены на продовольственном рынке, что не позволяет построить адекватную модель, которая объясняла бы влияние этих факторов на конечную цену.

Как показано на рис. 1, наблюдается существенное колебание цены на продовольственные товары в Карачаево-Черкесской Республике, при этом приблизительно ту же динамику демонстрируют цены по Российской Федерации в целом. Так в течение 2007–2009 года происходит снижение инфляции, которая

несколько ускорилась в 2010 году. В следующем 2011 году инфляция существенно замедлилась, после чего наблюдается устойчивое увеличение показателя в течение 2011–2015 годов. После этого происходит замедление роста цен на продовольствие в течение 2016–2017 года, и лишь в 2018 году этот индикатор снова начал расти. Динамика обоих показателей является очень похожей. Это говорит о том, что на цену на региональном рынке значительно более важное влияние имеет ситуация на продовольственном

рынке в стране в целом, чем региональная ситуация, действия властей, прочие факторы, которые имеют ограниченный локальный характер (рисунок).

Автором построены два варианта модели, которая объясняет особенности формирования цены на региональном рынке. Первый вариант предполагал наличие Y-пересечения, но в таком случае результат оказался недостаточно адекватным по формальным признакам. Поэтому представлен второй пример модели, которая соответствует требуемым критериям (табл. 3).

**Таблица 1**

Входные данные построения модели формирования цен на продовольственном рынке Карачаево-Черкесской республики

Год	КЧР						РФ в целом			
	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$
2007	105,8	78,7	81,7	119,4	128,7	118,1	125,5	137,3	130,2	115,6
2008	122,4	94,2	101,7	114,2	124,1	130,0	106,1	97,4	102,5	116,5
2009	118,3	114,4	115,7	107,6	138,6	108,0	101,5	93,4	98,2	106,1
2010	123,7	80,5	91,0	116,1	108,3	113,1	114,9	138,3	123,6	112,9
2011	89,3	104,2	98,9	103,1	118,8	112,8	102,6	85,3	94,9	103,9
2012	113,2	126,7	123,3	106,5	124,6	119,2	105,3	122,7	110,8	107,5
2013	103,3	106,2	106,0	107,2	143,5	112,6	105,7	96,6	102,7	107,3
2014	107,3	98,0	100,1	112,8	110,6	98,8	117,5	107,6	114,1	115,4
2015	122,5	105,5	112,0	116,8	114,9	103,3	102,4	124,7	108,5	114,0
2016	111,7	88,9	96,1	102,9	105,0	105,8	104,5	97,1	101,8	104,6
2017	87,6	104,9	99,1	101,2	110,4	104,6	94,1	89,1	92,2	101,1
2018	108,5	98,7	100,8	104,4	112,3	104,4	111,5	115,9	112,9	104,7

**Таблица 2**

Определение корреляции факторов модели формирования цен на продовольственном рынке Карачаево-Черкесской республики

	$y_1$	$y_2$	$y_3$	$y_4$	$x_1$	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$
$y_1$	1,0									
$y_2$	-0,1	1,0								
$y_3$	0,2	0,9	1,0							
$y_4$	0,6	-0,5	-0,3	1,0						
$x_1$	0,0	0,4	0,3	0,1	1,0					
$x_2$	0,2	-0,1	0,0	0,3	0,4	1,0				
$x_3$	0,2	-0,6	-0,6	0,7	0,0	0,1	1,0			
$x_4$	0,5	-0,4	-0,2	0,7	-0,2	0,1	0,7	1,0		
$x_5$	0,4	-0,5	-0,4	0,7	-0,1	0,1	0,9	0,9	1,0	
$x_6$	0,6	-0,4	-0,2	0,9	0,1	0,3	0,7	0,6	0,7	1,0



Динамика инфляции продовольственных товаров на рынке потребителей в РФ в целом и в Карачаево-Черкесской республике

Таблица 3

Результат построения модели

Регрессионная статистика					
Множественный R	0,999822				
R-квадрат	0,999644				
Нормированный R-квадрат	0,908735				
Стандартная ошибка	2,157576				
Наблюдения	12				
Дисперсионный анализ					
	df	SS	MS	F	Значимость F
Регрессия	1	143821,3	143821,3	30895,21	8,73E-19
Остаток	11	51,20647	4,655134		
Итого	12	143872,6			
	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95 %
У-пересечение	0	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д	#Н/Д
Переменная X 1	1,002188	0,005702	175,7703	2,53E-20	0,989638

Критерий Фишера является очень высоким и составляет 30895,21, что указывает на адекватность построенной модели [20]. Р-Значение ниже 0,05, что доказывает качество подбора переменной, а t-статистика выше требуемого значения 6,3130.

Модель говорит о том, что:

Инфляция продовольственных товаров в Карачаево-Черкесской республике, % = 1,002188 × инфляция продовольственных товаров в Российской Федерации в целом, % . (\*)

Таким образом, при увеличении инфляции продовольственных товаров в Российской Федерации в целом на один

процент происходит рост инфляции продовольственных товаров в Карачаево-Черкесской республике на 1,002188 %.

Более важным индикатором является R-квадрат. Он говорит о том, что 99,96 % ценообразования объясняется давлением внешней среды, всего продовольственного рынка Российской Федерации и лишь 0,04 % объясняется влиянием других факторов.

Принято считать, что цена определяется объемом материальных расходов, расходов на оплату труда сотрудников, системой налогообложения сельскохозяйственных производителей, особенностью амортизационной политики, другими факторами. Однако анализ позволил выявить, что на уровне мезоэкономики

основное влияние имеют не столько показатели эффективности хозяйственной деятельности отдельных предприятий региона, сколько условия, в которых функционируют сельскохозяйственные производители. Если в целом на рынке страны сформировался определенный тренд, то он будет иметь влияние и на отдельные регионы независимо от того, какие показатели финансовой эффективности будут демонстрировать местные сельскохозяйственные производители. Даже если цены, которые сформируются на региональном уровне, не смогут покрыть затраты на производство такой сельскохозяйственной продукции, то местные производители все равно не смогут существенно повлиять на рынок.

Таким образом, в процессе реализации мероприятий по стимулированию производителей важно создавать условия, которые позволят адаптироваться к тем объективным тенденциям и явлениям, которые наблюдаются на рынке страны в целом. Ведь рыночная экономика имеет достаточно эффективных инструментов, которые позволяют перетекать как финансам, так и продовольственным товарам между различными регионами, поэтому существование отдельного регионального рынка продовольствия в отрыве от остальной страны невозможно.

Результаты исследования доказывают, что при составлении аналитических отчетов о цене на продовольственные товары в определенном регионе важно обращать внимание, в первую очередь, именно на макроэкономические тенденции, процессы, которые имеют влияние на рынок продовольствия всей страны, что позволит адекватно и легко объяснить ту цену на сельскохозяйственную продукцию, которая сформировалась на региональном рынке.

### **Обсуждение результатов**

Таким образом, получен результат, который противоречит типичному механизму формирования цен на продовольственную продукцию. Наиболее частым методом определения цен для потребителя является метод «расходы плюс», который означает формирование цен с учетом себестоимости и заложенной производителем маржи. Однако анализ показал, что отсутствует тесная связь между расходами производителя на создание

продукции и той ценой, которую получает потребитель. Фактором, который объяснял динамику цен на региональном уровне, является динамика на продовольственную продукцию на рынке всей Российской Федерации. Это связано с механизмом географического арбитража, то есть если происходит резкое повышение цен в регионе на отдельный товар, то транспортно-логистические компании и торговцы всегда способны оперативно поставить продукцию с других регионов, что соответствующим образом скажется на цене на товар.

Эти противоречит исследованиям других авторов. Например, автор, который исследует погоду, указывает, что почти 20% цен на местном рынке были подвержены влиянию погодных явлений в краткосрочной перспективе, 9% – международным изменениям цен и 4% – внутренним погодным явлениям и международным изменениям цен в течение периода [21, с. 31].

Такой результат также противоречит Зубкову А.В. и Тиссену М.В., которые говорят о наличии барьеров для проникновения отечественных товаропроизводителей на региональный рынок [5, с. 80].

Кроме этого, такой результат также противоречит работе [9, с. 160], где авторы указывают, что шоки из Найроби составляют только одну треть объясненного колебания внутренних цен; оставшиеся две трети приходится на внутренние факторы (включая циклы сбора урожая, погодные потрясения и торговую политику).

Таким образом, более важное значение для ценообразования на региональном рынке продовольствия имеют мероприятия, которые нацелены на регулирование цен на всем российском рынке продовольствия. Локальные и региональные меры могут принести эффект, который будет существенно отличаться от запланированного в том случае, если не учитывается влияние продовольственных рынков других регионов страны.

Если возникают причины повышения цен в регионе, то это приведет к дополнительным поставкам продовольствия из других регионов, что в условиях свободного рынка приведет к восстановлению цен до средних по стране. Если цены на региональном рынке являются низкими, то это также быстро приведет к оттоку

товаров в другие регионы, где товар может быть продан по более высокой цене.

### Заключение

Таким образом, при принятии взвешенных управленческих решений по обеспечению стабильности цен на продовольствие важно учитывать не столько

региональные особенности процесса производства сельскохозяйственной продукции, сколько весь контекст рынка продовольствия страны. Ведь барьеры перетекания товаров и финансов являются минимальными, а значит временные краткосрочные дисбалансы будут быстро погашены рукой рынка.

### Библиографический список

1. Парамонова Т.Н., Урясьева Т.И., Рамазанов И.А., Продовольственная инфляция в России и пути ее преодоления // Практический маркетинг. 2016. №6 (232). С. 34–40.
2. Парамонова Т.Н., Урясьева Т.И., Результаты мониторинга потребительских розничных цен на основные группы продовольственных товаров в 2015 году // Практический маркетинг. 2016. №4 (230). С. 33–38.
3. Белова Т.Н., Процессы импортозамещения в агропродовольственной сфере // Экономика региона. 2019. Т. 15. № 1. С. 285–297.
4. Сушко В. Анализ конъюнктуры продовольственного рынка России // Аграрная экономика. 2018. Т. 2. № 273. С. 49–65.
5. Зубков А.В., Тиссен М.В., Современные ценовые тенденции рынка мяса и мясопродуктов г. Москвы // Аграрный вестник Верхневолжья. 2017. №3 (20). С. 77–80.
6. Гочияева П.И., Урусова А.Б., Основные принципы государственного регулирования и поддержки сельского хозяйства // Фундаментальные исследования. 2016. №5-1. С. 106–110.
7. Елагина А.С. Правовое регулирование цен на продовольствие // Крымский научный вестник. 2016. №6 (12). С. 190–204.
8. Chakravorty, U., Hubert, M.H., Moreaux, M., Nøstbakken, L., Long-run impact of biofuels on food prices // The Scandinavian Journal of Economics. 2017. № 119 (3). P. 733–767.
9. Baffes, J., Kshirsagar, V., Mitchell, D., What drives local food prices? Evidence from the Tanzanian maize market // The World Bank Economic Review. 2017. № 33 (1). P. 160–184.
10. Смирнова О.О. Эволюция агробизнеса в развивающихся странах и ее влияние на цены мирового и национального продовольственного рынка // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2016. №6. С. 133–143.
11. Смирнова О.О. Оценка социальных последствий волатильности цен на продовольствие: обобщение международной практики // Теории и проблемы политических исследований. 2016. №3. С. 251–261.
12. Индексы цен производителей сельскохозяйственной продукции по КЧР [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/индексы%20цен%20производителей%20сх%20продукции%20по%20КЧР\(1\).pdf](https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/индексы%20цен%20производителей%20сх%20продукции%20по%20КЧР(1).pdf) (дата просмотра: 03.10.2019).
13. Индексы потребительских цен на продовольственные товары по Карачаево-Черкесской Республике 2007–2019 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/ИПЦ%20на%20прод.товары%20по%20КЧР\(2\).pdf](https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/ИПЦ%20на%20прод.товары%20по%20КЧР(2).pdf) (дата просмотра: 03.10.2019).
14. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников предприятий и организаций по видам экономической деятельности с 2017 года по Карачаево-Черкесской Республике [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/Среднемесячная%20номинальная%20начисленная%20заработная%20плата%20по%20ОКВЭД%20с%202017%20года%20по%20КЧР.pdf> (дата просмотра: 03.10.2019).
15. Валовой региональный продукт Карачаево-Черкесской Республики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stavstat.gks.ru/storage/mediabank/ВАЛОВОЙ%20РЕГИОНАЛЬНЫЙ%20ПРОДУКТ.pdf> (дата просмотра: 03.10.2019).
16. Индексы цен продукции животноводства по Российской Федерации в 1998–2018 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/s-x/tab8.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/s-x/tab8.xls) (дата просмотра: 03.10.2019).
17. Индексы цен продукции растениеводства по Российской Федерации в 1998–2018 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/s-x/tab7.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/s-x/tab7.xls) (дата просмотра: 03.10.2019).
18. Индексы цен сельскохозяйственной продукции по Российской Федерации в 1998–2018 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/s-x/tab6.xls](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/s-x/tab6.xls) (дата просмотра: 03.10.2019).
19. Динамика розничных цен на дизельное топливо в рублях для России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://yandex.ru/news/quotes/213/20010.html> (дата просмотра: 03.10.2019)
20. Репова М.Л. Эконометрика: практикум / М.Л. Репова. – Архангельск: ИПЦ САФУ, 2015. – 48 с.
21. Kshirsagar V., Brown M.E., Weather and international price shocks on food prices in the developing world // Global Environmental Change. – Volume 35 – 2015. – P. 31-40

УДК 338.48

*В. А. Фоменко*

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Сочи, e-mail: vitafofomenco@mail.ru

**ИССЛЕДОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОТДЕЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА РОССИИ КАК ОСНОВЫ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЁЖИ**

**Ключевые слова:** туризм, образовательный молодёжный туризм, спортивный туризм, волонтерский туризм, событийный туризм, культурно-познавательный туризм, трудовой потенциал, молодёжь.

Статья посвящена исследованию социально-экономических показателей таких видов молодёжного туризма как образовательный молодёжный туризм, спортивный туризм, волонтерский туризм, событийный туризм, культурно-познавательный туризм. Доказано их влияние на формирование эффективного трудового потенциала молодёжи для развития экономики страны. Проведен анализ по таким параметрам как динамика молодых людей в России, количество мероприятий по видам молодёжного туризма, а также участников, рассчитана доля задействованной молодёжи во всех международных и всероссийских направлениях/мероприятиях в общем населении страны. Изучена и рассмотрена Методология Национального туристического рейтинга, разработанная Центром информационных коммуникаций «Рейтинг». На основе всероссийской Методологии Национального туристического рейтинга автором сформирована методика по оценке развития молодёжных видов туризма и применена к регионам, которые показывают высокий уровень развития туристской отрасли в общем с помощью подробного однофакторного дисперсионного анализа. Отражено и проанализировано соотношение Национального туристического рейтинга-2018 и рейтинга развития молодёжных видов туризма регионов. Приведены аргументы в пользу прямой связи между развитием молодёжных видов туризма и формированием эффективного трудового потенциала молодых людей как будущих специалистов и управленцев для экономики регионов и страны в целом.

*V. A. Fomenko*

Sochi State University, Sochi, e-mail: vitafofomenco@mail.ru

**RESEARCH OF SOCIO-ECONOMIC INDICATORS OF SEPARATE DIRECTIONS OF THE TOURISM INDUSTRY OF RUSSIA AS THE BASIS FOR FORMING THE EFFECTIVE LABOR POTENTIAL OF YOUTH PEOPLE**

**Keywords:** tourism, educational youth tourism, sports tourism, volunteer tourism, event tourism, cultural and educational tourism, labor potential, youth.

The article is devoted to the study of socio-economic indicators of such types of youth tourism as educational youth tourism, sports tourism, volunteer tourism, event tourism, cultural and educational tourism. Their influence on the formation of the effective labor potential of youth for the development of the country's economy is proved. An analysis was carried out on such parameters as the dynamics of young people in Russia, the number of events by type of youth tourism, as well as participants, the share of youth involved in all international and all-Russian directions / events in the total population of the country was calculated. Studied and reviewed the Methodology of the National Tourism Rating developed by the Rating Information Center. Based on the All-Russian Methodology of the National Tourism Rating, the author has developed a methodology for assessing the development of youth types of tourism and applied to regions that show a high level of development of the tourist industry in general using a detailed one-way analysis of variance. The correlation of the National Tourism Rating-2018 and the rating of the development of youth types of tourism in the regions is reflected and analyzed. Arguments are presented in favor of a direct connection between the development of youth types of tourism and the formation of an effective labor potential of young people as future specialists and managers for the economy of the regions and the country as a whole.

**Введение**

Социально-экономическая значимость трудового потенциала молодёжи играет важнейшую роль в развитии трудовых ресурсов регионов и Российской Федерации в целом. Для того, чтобы в современной российской экономике преоб-

ладало количество образованных, нравственных, предприимчивых людей молодого трудоспособного возраста, которые способны самостоятельно принимать ответственные решения в ситуации выбора, могут работать к команде, отличаются мобильностью, конструктивностью,

способные творчески адаптироваться к окружающей среде, необходимо развивать направление молодёжного туризма, особое внимание среди которых необходимо выделить образовательному молодёжному туризму, спортивному туризму, волонёрскому туризму, событийному туризму, культурно-познавательному туризму в совокупности. Каждому региону необходимо совершенствовать систему молодёжного туризма, которая поможет молодым людям достичь определенных успехов в своих начинаниях, стать конкурентоспособными специалистами, добровольцами, общественными деятелями.

### **Цель исследования**

Провести исследование социально-экономических показателей молодёжных направлений индустрии туризма, влияющих на формирование эффективного трудового потенциала будущих специалистов и управленцев. Предложить меры по развитию молодёжного туризма в регионах.

### **Материал и методы исследования**

Методологической основой для исследования, предложенного в статье, послужили научные публикации российских и зарубежных ученых и открытые статистические данные сети Интернет в области развития образовательного молодёжного туризма, волонёрского, спортивного, событийного, культурно-познавательного туризма и влияния данных направлений на трудовой потенциал молодёжи. В процессе написания данной статьи были использованы следующие научно-исследовательские методы: экономико-статистический, системный подход, сравнение, однофакторный анализ и синтез. Использовались официальные статистические данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации, Федерального агентства по туризму Министерство культуры Российской Федерации (Ростуризм), Федерального агентства по делам молодёжи (Росмолодежь), Центра информационных коммуникаций «Рейтинг», Федерации спортивного туризма России, Аналитического центра при Правительстве РФ.

### **Результаты исследования и их обсуждение**

Туризм является важнейшим источником дохода для бюджета любого государства, способствует развитию различных отраслей мирового хозяйства, таких как производство товаров народного потребления, торговля, строительство, транспорт, страхование и др. Количество отраслей, вовлечённых в индустрию туризма, год от года увеличивается.

Туристская сфера, обладая мультипликативным эффектом, обеспечивает экономику рабочими местами. Кроме этого отдельные направления туризма как услуги выделяются как основа для формирования трудового потенциала молодых людей, будущих специалистов и управленцев. Направление молодёжного туризма определяется как все виды туризма, которые реализуются молодыми людьми, возраст которых составляет от 15 до 35 лет. Возрастающий интерес к молодёжному туризму становится все более важным, и он также считается наиболее динамичным рынком мировой индустрии туризма, объявленным Всемирной туристской организацией, что почти 30% из 701 миллиона международных путешественников за первое полугодие 2019 года являются молодым и людьми. Доля молодёжи в общем населении страны составляет 29,4 млн человек (20% от населения), динамика численности молодёжи (14–30 лет) в структуре населения Российской Федерации представлена на рис. 1.

В частности, в развитых странах признание молодёжного туризма постоянно растёт. Кроме того, молодые туристы рассматриваются как индивидуальные туристы, которые в основном заинтересованы в участии в туристических мероприятиях для таких целей, как образовательный молодёжный туризм, спортивный, событийный и культурно-познавательный туризм классифицирует рынок молодёжных туристов на 7 категорий, а именно: иностранные молодые туристы, российские молодые туристы, альтернативные туристы, краткосрочные туристы, долгосрочные туристы, институционализированные туристы, неинституционализированные туристы.

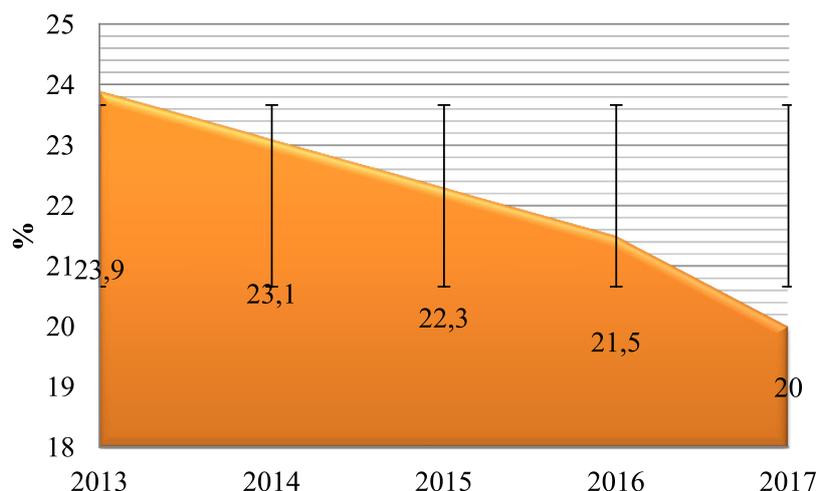


Рис. 1. Динамика численности молодёжи (14–30 лет) в структуре населения Российской Федерации [1]

Рынок молодежного туризма считается одним из важнейших рынков туризма, поскольку молодежные путешественники находятся на первом этапе своей туристической карьеры, что может потенциально повлиять на их будущую профессию, жизнь, экономическую деятельность. Хотя рынок молодежного туризма имеет значительный потенциал для увеличения спроса на поездки и туризм, внимания туристскому сегменту необходимо уделять больше. Это исследование помогает объяснить влияние молодежных направлений туризма на формирование трудового потенциала молодых путешественников как основы эффективных трудовых ресурсов страны.

Среди развивающихся видов туристского продукта, оказывающих особое воздействие на формирующийся трудовой потенциал молодёжи, следует выделить образовательный молодежный туризм, волонтерский туризм, спортивный туризм, событийный туризм и культурно-познавательный туризм. Рассмотрим подробнее каждое направление в отдельности.

1. Образовательный молодежный туризм характеризуется туристскими поездками граждан в возрасте от 14 до 35 лет на период от 24 часов до 6 месяцев, экскурсии с целью образования, удовлетворения любознательности и других познавательных интересов в форме курсов, форумов, стажировок, фестивалей, лагерей; без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания [7].

2. Волонтерский туризм – направление туризма, которое предусматривает поездки в развивающиеся регионы с целью помочь местным жителям. Такая помощь может выражаться в разных формах, в частности, постройке школ, обучении детей иностранному языку, занятости в фермерском хозяйстве либо организации медицинских пунктов [1].

3. Спортивный туризм характеризуется подготовкой и проведением спортивных путешествий с целью преодоления протяженного пространства дикой природы на лыжах, с помощью средств сплава или пешком в горах группой из 6–10 человек; также посещение спортивных мероприятий [3].

4. Событийный туризм характеризуется поездками, которые приурочены к каким-либо событиям в сфере культуры, спорта, бизнеса и т. д. [6, 12]

5. Культурно-познавательный туризм характеризуется путешествиями, целью которых является приобщение к культуре, истории и художественному наследию места посещения. Такой вид туризма может быть сопряжен с любым другим видом туризма [10].

Таким образом, каждый из изученных видов туризма вовлекает молодых людей, что способствует развитию необходимых навыков для формирования у них эффективного трудового потенциала.

Согласно официальным статистическим данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [13], Федерального агентства

по туризму Министерство культуры Российской Федерации (Ростуризм) [14], Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) [2] в России динамика участников принимающих видов молодёжного туризма такова (табл. 2).

Учитывая мотивационные факторы молодых туристов, необходимо отметить, что факторы роста логично влияют на их трудовой потенциал, а не наоборот. Основными стимулами молодёжного туризма являются образование и обучение, встречи с другими молодыми людьми, получение и расширение навыков и умений для будущей карьеры, расширение кругозора, а именно получение инфор-

мации о других культурах и традициях, увеличение уровня саморазвития и самообразования, путешествие, которое рассматривается как важная часть развития личности молодёжи [9, 11].

Далее, проведем исследование вышеупомянутых молодёжных видов туризма в соответствии с Методологией Национального туристического рейтинга, который включает в себя анализ развития внутреннего и въездного туризма, туристической привлекательности российских регионов, их туристическому потенциалу и популярности среди отечественных и иностранных туристов.

**Таблица 2**

Анализ статистики молодёжных видов туризма в России (2017–2019 гг.)

Вид туризма	Всего направлений/мероприятий	Крупные направления/мероприятия	Количество участников (чел.)	Доля задействованной молодёжи во всех международных и все-российских направлениях/мероприятиях в общем населении страны (%)
Образовательный молодёжный туризм	2998	Всероссийский молодёжный образовательный форум «Территория смыслов»	≥ 6000	30,7
		Всероссийский молодёжный образовательный форум «Таврида 5.0»	≥ 30000	
		Всероссийский молодёжный форум «Амур»	≥ 1000	
		Международный молодёжный форум ТИМ «Бирюса»	≥ 3000	
Волонтерский туризм	21000	Социальное волонтерство	≥ 57000	7,7
		Экологическое волонтерство	≥ 1200000	
		Донорство	≥ 200000	
		Событийное волонтерство	≥ 525000	
		Медиа-волонтерство	≥ 30000	
		Волонтерство общественной безопасности	≥ 250000	
Спортивный туризм	15000	Зимние Всемирные военные игры 2017	≥ 35000	29,1
		Кубок конфедераций FIFA 2017	≥ 800000	
		Чемпионат мира по футболу FIFA 2018	≥ 6800000	
		XXIX Всемирная зимняя универсиада 2019	≥ 10000	
Событийный туризм	20000	XIX Всемирный фестиваль молодёжи и студентов 2017	≥ 25000	19,5
		WorldSkills Kazan 2019	≥ 5000	
Культурно-познавательный туризм	23000	Золотое кольцо России	≥ 18000000	43,3
		Серебряное кольцо России	≥ 10000000	
		Моя Россия	≥ 5000000	
		Императорский маршрут	≥ 100000	

Источник: составлено автором.

Критериями для оценки развития туристической отрасли российских регионов, их туристической привлекательности и туристического потенциала, популярности среди отечественных и иностранных туристов являются:

1. Уровень развития гостиничного бизнеса и инфраструктуры:

- число коллективных средств размещения (гостиниц) в регионе;
- число мест в коллективных средствах размещения региона.

2. Значимость туристической отрасли в экономике региона:

- число турфирм, работающих в регионе;
- доля занятых в сфере туризма и гостеприимства от общего населения региона.

3. Доходность отрасли туризма и гостеприимства региона:

- доходы коллективных средств размещения;
- объем платных туристических услуг населению;
- оборот общественного питания.

4. Развитие санаторно-курортной отрасли региона:

- объем платных услуг санаторно-курортных организаций.

5. Популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней:

- число граждан РФ, размещенных в коллективных средствах размещения;
- число ночевок в коллективных средствах размещения.

6. Популярность региона у иностранцев:

- численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения.

7. Туристская уникальность:

- количество достопримечательностей, внесенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия, в том числе объекты ЮНЕСКО.

8. Криминогенная обстановка:

- количество совершенных преступлений на 1000 жителей региона.

9. Интерес к региону в интернете как к месту отдыха:

- количество запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе.

10. Продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве:

- количество публикаций и сообщений в СМИ [4].

В соответствии с принципами работы ЦИК «Рейтинг» в исследовании учитываются мнения и оценки представителей экспертного сообщества – специалистов медиагруппы «Отдых в России», в которую входят журнал о внутреннем и въездном туризме и сайт «Отдых в России», информационные порталы «Российский туризм», «Инвестиции в туризм», журнал и интернет-портал для англоязычной аудитории «Tourism & Leisure in Russia» [4]. По каждому из критериев на основе анализа открытых источников и ведомственной статистики готовятся от одной до трех таблиц и проводится соответствующее ранжирование. Первое место в каждой таблице дает 8,5 балла. За каждое последующее место снимается по 0,1 балла [4, 5]. В табл. 3 приведены итоги Национального туристического рейтинга-2018 первых десяти лучших субъекта Российской Федерации по оценке развития туристской отрасли в целом.

**Таблица 3**

Итоги Национального туристического рейтинга-2018 [3, 4]

№ п/п	Наименование субъекта Российской Федерации	Общее количество баллов
1.	Город федерального значения Москва	105
2.	Краснодарский край	104,4
3.	Московская область	104
4.	Город федерального значения Санкт-Петербург	103,7
5.	Республика Крым	97,4
6.	Алтайский край	92,5
7.	Свердловская область	92,2
8.	Приморский край	92,1
9.	Нижегородская область	92
10.	Республика Башкортостан	88,2

Источник: ЦИК «Рейтинг».

В соответствии с приведенными данными сформируем методику рейтинга регионов по молодежным видам туризма и проведем анализ среди 10 лучших субъектов России согласно Национальному туристическому рейтингу-2018.

Автором были сформулированы и выделены следующие критерии для оценки развития российского региона среди молодежных видов туризма:

1. Уровень развития туристской инфраструктуры:

- число коллективных средств размещения для молодежи в регионе;
- число мест в коллективных средствах размещения региона.

2. Значимость молодежного туризма в экономике региона:

- число направлений и/или мероприятий по направлениям молодежного туризма, функционирующих в регионе;
- доля занятых в сфере туризма, гостеприимства и молодежной политики от общего населения региона.

3. Результативность инвестиций в трудовой потенциал молодежи посредством проведения мероприятий:

- уровень занятости молодых людей в регионе;
- количество молодых людей, участвующих в молодежных видах туризма.

4. Популярность региона у молодых туристов, приезжающих по направлению образовательный, волонтерский, событийный, культурно-познавательный туризм:

- число граждан РФ из других регионов, размещенных в коллективных средствах размещения;
- число ночевки в коллективных средствах размещения.

5. Популярность региона у иностранных молодых людей:

- численность молодых иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения.

6. Туристская уникальность:

- количество достопримечательностей, внесенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия, в том числе объекты ЮНЕСКО.

7. Криминогенная обстановка:

- количество совершенных преступлений молодыми людьми на 1000 жителей региона.

8. Интерес к региону в интернете как к месту отдыха:

- количество запросов в поисковых системах об образовательных программах, истории, волонтерстве в регионе.

9. Продвижение молодежного туристского потенциала региона в информационном пространстве:

- количество публикаций и сообщений в СМИ.

10. Активность работы молодежи в регионе:

- количество студентов СПО и ВО, аспирантов;
- количество молодых людей, участвующих в социальных проектах и зарабатывающие их;
- количество молодых людей, участвующих в научных проектах и зарабатывающие их;
- участие в конференциях региона;
- участие в конкурсах российского и международного уровней.

По вышеперечисленным критериям проведем анализ с помощью однофакторного дисперсионного анализа.

Общую среднюю можно получить как среднее арифметическое групповых средних:

$$\bar{x} = \frac{\sum \bar{x}_j}{p}. \quad (1)$$

На разброс групповых средних процента отказа относительно общей средней влияют как изменения уровня рассматриваемого фактора, так и случайные факторы.

Для того чтобы учесть влияние данного фактора, общая выборочная дисперсия разбивается на две части, первая из которых называется факторной  $S_{\text{ф}}^2$ , а вторая – остаточной  $S_{\text{ост}}^2$ .

С целью учета этих составляющих вначале рассчитывается общая сумма квадратов отклонений вариант от общей средней:

$$S_{\text{obsch}} = \sum \sum (x_{ij} - \bar{x}) \quad (2)$$

и факторная сумма квадратов отклонений групповых средних от общей средней, которая и характеризует влияние данного фактора:

$$S_f = q \sum (\bar{x}_{ij} - \bar{x}).$$

Последнее выражение получено путем замены каждой варианты в выражении  $S_{\text{общ}}$  групповой средней для данного фактора.

Остаточная сумма квадратов отклонений получается как разность:

$$S_{\text{ост}} = S_{\text{общ}} - S_{\text{ф}}$$

Для определения общей выборочной дисперсии необходимо  $S_{\text{общ}}$  разделить на число измерений  $pq$ :

$$D_{\text{obsch}} = \frac{S_{\text{obsch}}}{pq},$$

а для получения несмещенной общей выборочной дисперсии это выражение нужно умножить на  $pq/(pq - 1)$ :

$$s_{\text{obsch}}^2 = \frac{R_{\text{obsch}}}{pq - 1}.$$

Соответственно, для несмещенной факторной выборочной дисперсии:

$$s_f^2 = \frac{S_f}{p - 1},$$

где  $p - 1$  – число степеней свободы несмещенной факторной выборочной дисперсии.

С целью оценки влияния фактора на изменения рассматриваемого параметра рассчитывается величина:

$$f_{\text{набл}} = \frac{s_f^2}{s_{\text{ост}}^2}.$$

Так как отношение двух выборочных дисперсий  $s_{\text{ф}}^2$  и  $s_{\text{ост}}^2$  распределено по закону Фишера-Снедекора, то полученное значение  $f_{\text{набл}}$  сравнивают со значением функции распределения

$$F = \frac{s_f^2}{s_{\text{ост}}^2}$$

в критической точке  $f_{\text{кр}}$ , соответствующей выбранному уровню значимости  $\alpha$ .

Если  $f_{\text{набл}} > f_{\text{кр}}$ , то фактор оказывает существенное воздействие и его следует учитывать, в противном случае он оказывает незначительное влияние, которым можно пренебречь.

Для расчета  $S_{\text{набл}}$  и  $S_{\text{ф}}$  могут быть использованы также формулы:

$$S_{\text{obsch}} = \sum x_{ij}^2 - \bar{x}^2; \tag{4}$$

$$S_f = q \sum \bar{x}_j^2 - \bar{x}^2. \tag{5}$$

Находим групповые средние:

$$\bar{x}_i = \frac{\sum x_j}{10}.$$

**Таблица 4**

Групповые средние по критериям оценки развития молодежных видов туризма по регионам России

№ п/п	П <sub>1</sub>	П <sub>2</sub>	П <sub>3</sub>	П <sub>4</sub>	П <sub>5</sub>	П <sub>6</sub>	П <sub>7</sub>	П <sub>8</sub>	П <sub>9</sub>	П <sub>10</sub>
1	23	45	21	48	36	53	44	43	57	50
2	55	48	11	37	10	33	24	21	48	30
3	45	36	40	55	30	63	54	32	61	57
4	53	68	45	73	58	54	55	39	64	47
5	51	65	40	68	24	32	22	18	68	39
6	65	54	51	60	34	30	53	25	54	16
7	13	25	4	7	11	26	21	15	8	12
8	76	74	71	75	67	35	31	24	67	32
9	74	70	69	78	73	46	34	40	70	39
10	68	34	57	64	24	60	63	59	66	51
∑	523	519	409	565	367	432	401	316	563	373
$x_{\text{ср}}$	52,3	51,9	40,9	56,5	36,7	43,2	40,1	31,6	56,3	37,3

Источник: составлено автором.

Обозначим  $p$  – количество уровней фактора ( $p = 10$ ). Число измерений на каждом уровне одинаково и равно  $q = 10$ .

В последней строке помещены групповые средние для каждого уровня фактора.

Общая средняя вычисляется по формуле:

$$\bar{x} = \frac{0}{10} = 0.$$

Для расчета  $S_{\text{общ}}$  по формуле (4) составляем табл. 5 квадратов вариант:

$$S_{\text{общ}} = 31259 + 29547 \dots + 34719 + 15925 - 10 \cdot 10 \cdot 0^2 = 0.$$

Находим  $S_{\phi}$  по формуле (5):

$$S_{\phi} = 10 \cdot (52,3^2 + 51,9^2 \dots + 56,3^2 + 37,3 - 10 \cdot 0^2) = 0.$$

Получаем  $S_{\text{ост}}$ :

$$S_{\text{ост}} = S_{\text{общ}} - S_{\phi} = 0 - 0 = 0.$$

Определяем факторную дисперсию:

$$s_f^2 = \frac{S_f}{p-1} = \frac{0}{10-1} = 0,$$

и остаточную дисперсию:

$$s_{\text{ост}}^2 = \frac{S_{\text{ост}}}{p(q-1)} = \frac{0}{10 \cdot (10-1)} = 0.$$

Если средние значения случайной величины, вычисленные по отдельным выборкам одинаковы, то оценки факторной и остаточной дисперсий являются несмещенными оценками генеральной дисперсии и различаются несущественно.

Тогда сопоставление оценок этих дисперсий по критерию Фишера должно показать, что нулевую гипотезу о равенстве факторной и остаточной дисперсий отвергнуть нет оснований.

Оценка факторной дисперсии меньше оценки остаточной дисперсии, поэтому можно сразу утверждать справедливость нулевой гипотезы о равенстве математических ожиданий по слоям выборки.

Иначе говоря, в данном примере фактор  $\Phi$  не оказывает существенного влияния на случайную величину.

Проверим нулевую гипотезу  $H_0$ : равенство средних значений  $x$ .

$$\text{Находим } f_{\text{набл}} = 0/0 = 0.$$

Для уровня значимости  $\alpha = 0,05$ , чисел степеней свободы 9 и 90 находим  $f_{\text{кр}}$  из таблицы распределения Фишера-Снедекора.

$$f_{\text{кр}}(0,05; 9; 90) = 1,96.$$

В связи с тем, что  $f_{\text{набл}} < f_{\text{кр}}$ , нулевую гипотезу о существенном влиянии фактора на результаты экспериментов отклоняем (нулевую гипотезу о равенстве групповых средних принимаем). Другими словами, групповые средние в целом различаются не значимо.

Таким образом, отразим на рис. 2 соотношение Национального туристического рейтинга-2018 и рейтинга развития молодёжных видов туризма регионов по ведущим субъектам Российской Федерации, составленного по авторским критериям для оценки развития молодёжных видов туризма.

**Таблица 5**

Квадраты вариант по критериям оценки развития молодёжных видов туризма по регионам России

№ п/п	$\Pi_1^2$	$\Pi_2^2$	$\Pi_3^2$	$\Pi_4^2$	$\Pi_5^2$	$\Pi_6^2$	$\Pi_7^2$	$\Pi_8^2$	$\Pi_9^2$	$\Pi_{10}^2$
1	529	2025	441	2304	1296	2809	1936	1849	3249	2500
2	3025	2304	121	1369	100	1089	576	441	2304	900
3	2025	1296	1600	3025	900	3969	2916	1024	3721	3249
4	2809	4624	2025	5329	3364	2916	3025	1521	4096	2209
5	2601	4225	1600	4624	576	1024	484	324	4624	1521
6	4225	2916	2601	3600	1156	900	2809	625	2916	256
7	169	625	16	49	121	676	441	225	64	144
8	5776	5476	5041	5625	4489	1225	961	576	4489	1024
9	5476	4900	4761	6084	5329	2116	1156	1600	4900	1521
10	4624	1156	3249	4096	576	3600	3969	3481	4356	2601
$\Sigma$	31 259	29 547	21 455	36 105	17 907	20 324	18 273	11 666	34 719	15 925

Источник: составлено автором.



Рис. 2. Соотношение Национального туристического рейтинга-2018 и рейтинга развития молодёжных видов туризма регионов, баллов

На первое место вышел город федерального значения Санкт-Петербург, на второе – Нижегородская область, на третье – город федерального значения Москва. В данных субъектах Российской Федерации достаточно высокий показатель по критериям: значимость молодёжного туризма в экономике региона; результативность инвестиций в трудовой потенциал молодёжи посредством проведения мероприятий; туристская уникальность; активность работы молодёжи в регионе. Краснодарский край понизился в рейтинге на два пункта до 4 места, на 5 месте теперь Алтайский край, на 6 месте – Свердловская область. Последние два субъекта Российской Федерации значительно поднялись в рейтинге по причине высоких показателей по критериям: результативность инвестиций в трудовой потенциал молодёжи посредством проведения мероприятий; активность работы молодёжи в регионе.

Республика Крым опустилась в рейтинге по оценке развития молодёжных видов туризма по причине низких показателей по критериям: популярность

региона у иностранных молодых людей; продвижение молодежного туристского потенциала региона в информационном пространстве; активность работы молодёжи в регионе.

Таким образом, проведенное исследование позволяет субъектам Российской Федерации определиться с тем, что необходимо направлять силы и большую часть ресурсов на развитие образовательных видов туризма, среди которых основными являются образовательный молодёжный туризм, спортивный туризм, волонтерский туризм, событийный туризм, культурно-познавательный туризм, так как они в совокупности влияют на формирование и совершенствование трудового потенциала молодых людей как будущих специалистов для различных отраслей экономики регионов и страны в целом. Становясь туристом, молодые люди, от каждого вида молодёжного туризма получают возможность приобрести определённый набор навыков и умений, необходимых для будущей профессии или ведения бизнеса.

**Выводы (заключение)**

В рамках проведенного социально-экономического исследования влияния молодёжных видов туризма на трудовой потенциал молодых людей было определено, что наиболее значимыми являются образовательный молодёжный туризм, спортивный туризм, волонтерский туризм, событийный туризм, культурно-познавательный туризм. Все перечисленные виды молодёжного туризма проявляются не в чистом виде, а несут особенности друг друга. Также установлено значение молодёжи для развития экономики страны, проанализирована динамика количества молодёжи в России. Автором собраны и сведены данные о показателях молодёжных видов туризма в России, а именно количество направлений или мероприятий, из них выделены крупные с 2017 по 2019 гг., количество участников и рассчитана доля задействованной молодёжи во всех международных и всероссийских направлениях и мероприятиях в общем

населении страны в процентном отношении. Далее, была изучена Методология Национального туристического рейтинга, на основе которой была сформирована методика оценки развития молодёжных видов туризма и применена к топовым субъектам Российской Федерации по развитию туристской отрасли в целом. Ввиду того, что по некоторым критериям данные регионы получили более высокую или более низкую оценку, поэтому итоги проведенного анализа показали другой результат. Статистический анализ по скорректированным критериям оценки видов молодёжного туризма проводился с помощью однофакторного дисперсионного анализа с подробным описанием всех этапов и расчетов. В результате чего было выявлено, что молодёжные виды туризма играют важную роль в становлении и формировании трудового потенциала молодёжи и его эффективной отдачи в процессе выполнения должностных обязанностей будущих специалистов и управленцев нашего государства.

*Библиографический список*

1. Доклад аналитического центра при Правительстве РФ «Мониторинг реализации мер поддержки добровольчества (волонтерства) в субъектах Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/21345.pdf>. (дата обращения: 30.09.2019).
2. Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи (Росмолодежь) [Электронный ресурс]. URL: <https://fadm.gov.ru/> (дата обращения: 30.09.2019).
3. Официальный ресурс федерации спортивного туризма России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tssr.ru/youth/> (дата обращения: 30.09.2019).
4. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 30.09.2019).
5. Центр информационных коммуникаций «Рейтинг» [Электронный ресурс]. URL: <http://russia-rating.ru/> (дата обращения: 30.09.2019).
6. Майстренко В., Шайхутдинова Д. Событийный туризм как перспективный вид развития сферы туристских услуг в России и странах зарубежья // Молодежь. Туризм. Образование. Материалы III научно-практической очно-заочной конференции для школьников, учителей и студентов. Научный редактор А.В. Гумеров. 2017. С. 94–97.
7. Яхницкий В.В., Богомолова А.А. Анализ событийного туризма в Российской Федерации // Научное сообщество студентов: Междисциплинарные исследования: сб. ст. по мат. XVI междунар. студ. науч.-практ. конф. №5(16). URL: [https://sibac.info/archive/meghdis/5\(16\).pdf](https://sibac.info/archive/meghdis/5(16).pdf) (дата обращения: 30.09.2019).
8. Алланиязов И.В., Авилова Н.Л. Образовательный туризм как средство социализации молодежи // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России: материалы студенческой научно-практической конференции / под ред. С.В. Дусенко, Н.В. Косаревой. 2018. С. 30–33.
9. Иванов В.Д. Образовательный туризм как перспективное направление молодёжного туризма // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. Т. 4. №1. 2019. С. 98–102.
10. Горбылева З.М., Шамардина И.А. Трудовой потенциал как главный ресурс развития сферы туризма // Вести института предпринимательской деятельности. 2019. №1 (20). С. 89–97.
11. Кульмухаметова Ф.М. Основные показатели оценки ресурсного потенциала сферы туризма в России // Актуальные проблемы развития туризма: материалы международной научно-практической конференции / под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой. 2018. С. 100–106.
12. Тыкынаев А.В., Сибилева Е.В. Эффективность управления трудовым потенциалом // Вестник алтайской академии экономики и права. 2019. №5-3. С. 166–169.
13. Стерликова А.А., Булгаков П.А. Мотивация студентов к занятиям спортивным туризмом // Актуальные вопросы науки и образования в XXI веке: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции / под общ. ред. А.И. Вострецова. 2018. С. 343–346.

УДК 338.1

***М. В. Чалова***

ООО «ГЕЛИОС-С», Кострома, e-mail: geliosm@yandex.ru

***З. В. Брагина***

ГОУ ВПО «Костромской государственный университет», Кострома,  
e-mail: bragzv@yandex.ru

***Е. В. Игнатьева***

ООО «ГЕЛИОС-С», Кострома, e-mail: geliosm@yandex.ru

***Н. Б. Харчина***

ГОУ ВПО «Костромской государственный университет», Кострома,  
e-mail: nkharchina@mail.ru

## **МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС: ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

**Ключевые слова:** цифровизация, интерсубъектность, интерсубъективность, принципы рационального поведения, контракт.

Статья посвящена проблеме цифровизации предприятий малого и среднего бизнеса и новых возможностей их преодоления. В отличие от традиционных трактовок, авторы рассматривают решение проблемы цифровизации как результат деятельности специалистов-представителей предприятия заказчика и представителей ИТ-фирмы при подготовке контракта на любой фрагмент цифровизации информационных потоков предприятия. Это управленческое решение рассматривается как важнейший акт, предопределяющий наиболее полное использование потенциала цифровизации экономических и организационно-управленческих процессов предприятий малого и среднего бизнеса.

Методологическим посылом исследования поведения специалистов послужила теория деятельности Г.П. Щдровицкого в части следующих постулатов: 1. Деятельность специалистов по подготовке контракта на любой фрагмент цифровизации информационных потоков предприятия не может быть обеспечена готовыми инструментами и способами труда, ее следует отнести к категории творческого труда или исследовательской деятельности. 2. Главным регулятором этого вида деятельности он признавал принципы деятельности. Авторами разработана технология проведения исследования, позволившая выявить принципы рационального поведения участников цифровизации управленческих процессов со стороны заказчика и со стороны исполнителя при подготовке контракта цифровизации бизнес-процессов предприятия малого бизнеса.

Используя теорию совместной деятельности (интерсубъектности) и мнения экспертов уточнена востребованность принципов рационального поведения при согласовании параметров контракта. Разработана модель востребованности принципов рационального поведения в практической деятельности специалистов ИТ-фирмы и заказчика. Для понимания интерсубъектных отношений рассмотрена природа и содержание совместной деятельности заказчика и исполнителя. На основании анализа природы и содержания совместной деятельности предложены смыслы ключевых аспектов компетентности специалистов, свойственные цифровой организационной культуре, необходимой для успешного развития в цифровой среде и показана необходимость участия ИТ-фирмы в формировании цифровой корпоративной культуры предприятия-заказчика.

***М. V. Chalova***

Limited Liability Company «GELIOS-S», Kostroma, e-mail: geliosm@yandex.ru

***Z. V. Bragina***

Kostroma State University, Kostroma, e-mail: bragzv@yandex.ru

***E. V. Ignateva***

Limited Liability Company «GELIOS-S», Kostroma, e-mail: geliosm@yandex.ru

***N. B. Kharchina***

Kostroma State University, Kostroma, e-mail: nkharchina@mail.ru

## **SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES: DIGITALISATION ISSUES AND NEW OPPORTUNITIES**

**Keywords:** digitalisation, inter-subjectness, inter-subjectivity, rational behaviour principles, contract.

Small and medium-sized businesses digitalisation issues and new opportunities of overcoming them are covered in the article. Unlike traditional interpretations, authors here consider digitalisation problem solution to be a result of activity of specialists representing both enterprises of the customer and the IT firm when preparing a contract for any fragment of enterprise information flows digitalisation. This managerial decision is considered to be major act predetermining the fullest use of capacity of digitalisation of economic-organisational and administrative processes of small and medium-sized businesses.

What served as a methodological message of the research of behaviour of specialists, is Georgy Shchedrovitsky's activity theory regarding the following postulates: 1. Specialists' activity in preparation of a contract for any fragment of enterprise information flows digitalisation cannot be provided with ready instruments and ways of work; one should attribute it to category of creative activity or research activity. 2. What Georgy Shchedrovitsky recognised as the main regulator of this type of activity, are the principles of activity.

The technology of carrying out the research, which allowed to reveal the principles of rational behaviour of participants of administrative processes' digitalisation from the part of the customer and the performer when preparing the contract of small-scale business processes digitalisation is developed by the authors.

The demand of rational behaviour principles at approval of contract parameters has been specified with the help of joint activity (inter-subjectivity) theory and the expert opinion. The model of importance of the rational behavior principles in practical activities of specialists of the IT firm and the customer has been developed. For understanding of the inter-subject relations, character and content of joint activity of the customer and the performer has been considered. On the basis of the analysis of character and content of joint activity, meanings of key aspects of competency of specialists inherent to digital organisation culture necessary for successful development in a digital medium have been offered, and need of participation of the IT firm for forming of digital corporate culture of the customer enterprise has been shown.

### Введение

Цифровизация промышленных предприятий отражается в так называемом «промышленном интернете вещей» (Industrial Internet of Things – IIoT). «Реализация данной метатехнологии предполагает оснащение измерительными устройствами, подключенными к сети обмена данными, всего используемого производственного оборудования предприятия; компьютеризацию всех рабочих мест на предприятии (не только управленческого, но также производственного, сервисного и др. персонала); формирование системы передачи, автоматизированной обработки и визуализации собираемых данных, объединение парка оборудования и рабочих мест в единую информационную сеть; интеграцию в систему управления предприятием интеллектуальных подсистем автоматической интерпретации получаемой информации, принятия и реализации решений [12].

По данным J'son & Partners Consulting, применение Industrial Internet of Things – IIoT в мировой промышленности приводит к следующим положительным эффектам [4]: сокращение сроков подготовки производства, продолжительности производственного цикла, количества и длительности простоев оборудования, повышения уровня его загрузки; рост качества производимой продукции; снижение эксплуатационных расходов и повышение энергоэффективности.

С экономических позиций, цифровизация бизнеса ценна не сама по себе, а лишь в той мере, в которой она позволяет повысить его экономическую эффективность. Однако, сам процесс цифровизации для большинства промышленных предприятий является экономически недоступным. По данным Агентства Европейского Союза по сетям и информационной безопасности (ENISA), инциденты с устройствами интернета вещей входят в тройку угроз с наибольшим финансовым ущербом для компаний. Опрос руководителей российских промышленных предприятий, проведенного в начале 2018 года, показал, что основными факторами, препятствующими успешному внедрению промышленного интернета вещей в России, являются следующие: высокая стоимость проектов – 76%; неготовность персонала – 69%; непонимание менеджментом и собственниками экономических эффектов – 66%; неразвитость предлагаемых технических решений – 59%; неготовность инфраструктуры – 31% [12]. Осмысливая приведенные результаты опроса мы приходим к выводу, что реальная отдача от потенциальных возможностей цифровизации зависит от уровня компетентности практикующих специалистов, от их понимания своей профессиональной роли. Профессиональную роль специалиста мы понимаем как практическое использование им комплекса компетенций, реализующих

принципы рационального поведения. Для понимания (выявления) технологии решения стратегических задач бизнеса за счет цифровизации управления им, мы исследовали поведение специалистов IT-фирмы и практикующих специалистов предприятий малого и среднего бизнеса. Объектом исследования был выбран процесс подготовки и заключения контракта на цифровизацию управления предприятием или обособленной его функцией.

Анализ поведения специалистов, участвующих в разработке контракта цифровизации бизнес-процессов предприятия-заказчика объясняют условия, определяющие состояние исследуемого бизнес-процесса, но не дает «глубокого прозрения» относительно источника, формирующего инновационность контракта. Специалисты разных организаций могут лучше или хуже сотрудничать друг с другом, что определяет их вклад в практическую результативность обсуждаемого контракта. Осознанные взаимоотношения специалистов мобилизуют их компетентность по конкретным бизнес-процессам, задействуя партнерство в использовании профессиональных знаний специалистов, что актуализирует их надпрофессиональные компетенции. Тем не менее, эта практика не в полной мере активизирует один из важнейших ресурсов деятельности специалиста: принципы рационального поведения в профессиональной деятельности. Рациональным мы считаем поведение специалиста, при котором он руководствуется принципами, в наибольшей мере отвечающими (обеспечивающими, способствующими) инновационным изменениям в экономической деятельности предприятия-заказчика не только в текущем периоде, но и в перспективе. В этой статье мы даем **обоснование принципов рационального поведения специалистов и компетенций их реализующих, как структурообразующих узлов цифровизации бизнес-процессов экономической организации.**

#### Состояние проблемы

В доступных публикациях готовность предприятия к цифровизации принято оценивать уровнем цифровой зрелости. Так в результате исследования

российского рынка, посвященного цифровой трансформации, показана общая картина стратегических преобразований в бизнесе и структуре компаний за последнее время. Определен ряд важных факторов, являющихся препятствиями и драйверами в процессе изменений на данный момент. Оценка была проведена по 10-бальной шкале и предполагала срез по должностям. «Топ-менеджмент оценивает использование цифровых технологий в работе компании выше рядовых сотрудников и чаще ставит своей компании оценку «8», в то время как специалисты более низких должностей склонны к «пятерке». Это может говорить о том, что топ-менеджмент, возможно, переоценивает ситуацию, в то время как рядовые сотрудники информированы не о всех проектах в компании» [16]. Для этого исследования были отобраны 15 отраслей рынка, которые находятся на разных этапах инновационного развития и конкретно цифровой трансформации. Численное преимущество респондентов осталось за центральным федеральным округом, по городам Москва (42 %) и Санкт-Петербург (17%). Малый и средний бизнес пока не привлек внимания организаторов исследования. И не может привлечь по нескольким причинам. Во-первых, создание единого информационного пространства малого предприятия и комплекса программных продуктов, обеспечивающих подготовку стратегических, тактических и оперативных управленческих решений, дорогое удовольствие. Малые предприятия не могут себе позволить внедрение цифровых технологий в связи с финансовыми трудностями. Во-вторых, по той же причине предприятия этого класса не имеют в своем штате специалистов способных и готовых выполнить такую работу. Специалисты, владеющие надпрофессиональными IT-компетенциями, имеют высокую заработную плату, что существенно выше возможностей малого бизнеса. В-третьих, чтобы понять свои возможности в практическом использовании цифровых технологий для оптимизации управления своей хозяйственной деятельностью малые предприятия обращаются к IT-фирмам. Другого выхода нет. Такое обращение в IT-фирму погружает малое

предприятие в конфликтную ситуацию. Не владея глубокими знаниями о современных возможностях современных цифровых технологий и современных инструментов управления предприятиями заказчик – малое предприятие – попадает в полную зависимость от исполнителя. Обладая ограниченными финансовыми ресурсами, заказчик формулирует исполнителю как правило одну, с его точки зрения, проблему, решение которой якобы положительно повлияет на финансовые результаты бизнеса. Цель заказчика: малыми средствами добиться максимального эффекта. Исполнитель, будучи заинтересован в собственных доходах, может предложить самую дешевую версию решения проблемы. И такой контракт будет заключен и исполнен. Но обе стороны, участвующие в этой сделке не получают желаемого результата и как и экономика в целом, а цифровизация, как государственная программа обновления экономики скомпрометирует себя. Малое предприятие, решив фрагментарную проблему не получит ожидаемого эффекта, а IT-фирма, выполняя контракты такого рода, утрачивает свой авторитет (то есть конкурентоспособность), поскольку не выполняет своей социально-экономической миссии. По своему роду деятельности IT-компании являются лидерами цифровой трансформации априори. Как показано в отчете [16] IT-компаниям тоже нужна цифровая трансформация: это связано преимущественно с изменением бизнес-моделей в цифровых продуктах. Enterprise-решения «переезжают» на облачные просторы, меняя модели на Solution-as-a-Service, количество решений «софт плюс оборудование» сокращается, а новые требования к обработке больших данных порождают новые вариации услуг и бизнес-моделей. Все это влечет за собой необходимость трансформации внутренних процессов, инфраструктуры и компетенций специалистов, что заставляет их осваивать цифровую культуру и методики проектного управления в своих (IT) компаниях, тем самым помогает им быстро и продуктивно внедрять изменения внутри. Фирмы IT-бизнеса, которые занимаются программным обеспечением систем управления предприятиями, выполняют

роль врача и учителя для предприятий. Они, будучи IT-специалистами, знают какой должна быть современная система управления предприятием. И, в соответствии с Законом Гипократа, должны уметь оценить состояние обратившегося к ним заказчика, правильно поставить диагноз состояния цифровизации системы управления предприятием. Объяснить: каков же уровень цифровой зрелости свойственен предприятию-заказчику и как должна выглядеть стратегия ее развития. **Мы утверждаем, что деятельность специалистов по подготовке контракта на любой фрагмент цифровизации информационных потоков предприятия является важнейшим актом, предопределяющим наиболее полное использование потенциала цифровизации экономических и организационно-управленческих процессов предприятий малого и среднего бизнеса.**

#### Методология

Методологической основой разработки контракта цифровизации организационных и управленческих процессов служат несколько научных направлений. Теоретической основой анализа роли цифровизации, ее воздействия на бизнес, на структурные сдвиги в экономике, послужившие предпосылкой нашего исследования и получившие некоторые элементы развития, явились работы российских ученых. Походы к решению основополагающих проблем, связанные со становлением информационной экономики и информатизации бизнеса, предложены в результатах исследований К. Шваба. [18], С.Д. Бодрунова [2]. Процессы цифровой трансформации экономики и промышленности, их проблемы и подходы к решению предложены в работах А.С. Алетдиновой, А.В. Бабкина [17]. Оценка состояния и перспектив развития цифровой экономики в регионах и отраслях промышленности привлекла внимание многих ученых: Г.Г. Малинецкого, В.В. Иванова [5], С.И. Паринова, [19], В.Г. Минашкина, П.Э Прохорова [8]. Оценку трендов цифровизации в промышленности предложила Е.А. Истомина [6]. Современные тенденции и направления развития цифровых платформ в мировой экономике исследованы Т.С. Купревичем [7].

Теоретические и методические подходы к оценке эффективности цифровой экономики исследованы Н.А. Стефановой, Т.Э. Рахмановой [14].

**Теория совместной деятельности: интересубъектности.** В энциклопедическом словаре «Психология общения» интересубъектное (интерсубъективное, межсубъектное) взаимодействие определяется как уровень и форма общения, обусловленного субъективно значимыми для его участников мотивами, в процессе которого происходят взаимная активация (возбуждение) и актуализация (изменение, развитие) их субъектностей, взаимное откровение и пересечение внутренних субъективных пространств, символическое проникновение субъектов друг в друга, задевающее интра-субъектные, глубинные уровни психики [13]. Предметом нашего исследования, по сути, и является интересубъектность и интересубъективность специалистов, участвующих в подготовке междисциплинарных, межпрофессиональных решений (подготовка контракта) в условиях неопределенности внешней и внутренней среды. В.А. Петровский в **своей теории отраженной субъектности** дает представление о взаимном проникновении участников взаимодействия друг в друга, своеобразном воплощении и продолжении индивидуальной субъектности в Другом [11]. Важной особенностью для понимания интересубъектных отношений является выделение его природы из содержания совместной деятельности в организации. М.С. Каган [13] рассматривает интересубъектное взаимодействие как материально-практическое взаимодействие участников единого, коллективного деятельностного процесса, в котором участники выступают в качестве инициативно-самодействующих субъектов. Использование категории интересубъектного взаимодействия представляется весьма продуктивным для объяснения соотношения деятельности в форме общения, поскольку такой вид деятельности соответствует подготовке контракта. Не случайно ведущие специалисты по менеджменту (Т. Питерс, Р. Уотермен, Д.С. Синк, У. Оучи и др.) признают интересубъектное взаимодействие как важный принцип в организации управления предприятием, ко-

торое оказывает положительное влияние на его эффективность.

Таким образом, интересубъектное взаимодействие можно объяснить как признание за другим субъектом способности и готовности толковать (понимать) ситуацию так, как понимаешь ее сам. Субстанцией отношений при интересубъектном взаимодействии являются их компетенции.

Теоретические послы теории интересубъектного взаимодействия специалистов, позволили нам исследовать представления специалистов заказчика и подрядчика, которые в течение 10 лет участвовали в подготовке контрактов. Нам предстояло выяснить какими принципами рационального поведения руководствовались специалисты на каждом из двух этапов разработки контракта:

1) при определении целевых установок контракта, когда реализуется **интерсубъектность** организаций, специалисты которых знают цели и возможности выполнения контракта;

2) при разработке параметров технического задания контракта, когда уточняются базовые параметры программных продуктов, разработка которых включается в контракт. Второй этап мы назвали **«интерсубъективность»**, поскольку на этом этапе в экспертизе принимают участие профильные специалисты и конкретные параметры техзадания тесно связано с их специфическим восприятием проблемы.

**Теория организационной деятельности Щедровицкого.** Исследуя феномен «деятельность» он признавал, что «Методология оргуправления есть многопозиционная имитация мыслительных работ, ориентированных на формирование реализуемых проектов совместной деятельности больших групп людей» [20; с. 466]. Рассмотрим основные постулаты его теории. Исследуя феномен «организации деятельности» Г.П. Щедровицкий выделял два вида деятельности: регулируемую деятельность, которая сопровождается и обеспечивается инструментами, способами и подходами деятельности (мы ее относим к формализованной деятельности) и творческую-неформализованную деятельность. Он писал: «Организация есть такая форма структурирования человеческого труда,

при которой право и способность ставить цель и понимать смыслы деятельности отнимается у подавляющего большинства участников труда и узурпируется, присваивается руководителями и управляющими [20; с. 441]. Деятельность специалистов по подготовке контракта на любой фрагмент цифровизации информационных потоков предприятия не может быть обеспечена готовыми инструментами и способами труда, ее следует отнести к категории творческого труда или исследовательской деятельности. Он выделял главную проблему организации этого типа деятельности «У нас, в нашем действии, основная проблема всегда в том, как самоорганизоваться, как начать действовать, с тем, чтобы прийти к поставленной цели, к нужному результату. Итак, первая проблема – это проблема организации собственных действий» [20; с. 451]. Главным регулятором этого вида деятельности он признавал принципы деятельности. Неформализованной, творческой деятельности свойственна неопределенность, неустойчивость среды как внутренней, так и внешней. Творческая деятельность связана с необходимостью разрешения вновь и вновь возникающих ситуаций, «... ситуаций, в которых человек действует много, их все заранее не предскажешь и не опишешь». Поэтому, организация собственных действий должна быть во многом независима от конкретных особенностей ситуации. Нам нужны универсальные формы организации действий. Поэтому, чем более универсальным, чем более обобщенным является подход как средство организации собственных действий, тем он эффективнее. «В чем способы и походы выражаются в первую очередь? Они выражаются в принципах. Принципы как раз фиксируют действия – как действовать» [20; с. 452]. «Подход и способы, на которые он (принцип) членится, должны соотноситься с типом деятельности... Подход и принципы, в которых он выражается, соотносимы с типом деятельности» [20; с. 453]. Следуя за Щедровицким мы в качестве практического регулятора творческой деятельности специалистов участвующих в подготовке контракта на цифровизацию бизнес-процесса организации принимаем «принцип его

деятельности». Далее он пишет: «А иллюстрирую я только одно: принципы. В системном подходе формулируется такой принцип, обеспечивающий организацию деятельности: начинать надо с целого, более точно – с процесса, который мы организуем, и, определив его в целом, затем надо решать вопрос о морфологии, обеспечивающей части. А при не системном подходе мы идем от частей, оптимизируем каждую из этих частей и, таким образом, выходим на агрегат, потому что при таком подходе даже целого фактически не будет, оно будет агрегированным» [20; с. 454].

Основываясь на методологических посылах Г.П. Щедровицкого и рассмотренных теориях, мы исследовали проблемы, возникающие в процессе цифровизации организационных, экономических и управленческих процессов при подготовке договора-контракта между ИТ-фирмой (исполнителем) и предприятиями малого и среднего бизнеса (заказчики). Технические задания, сопровождающие каждый контракт, должны включать в себя программные продукты предусматривающие практическую реализацию современных инновационных инструментов управления предприятием.

Исследование проводилось с 2009 по 2018 год. За этот период было заключено и выполнено с высоким положительным эффектом 5000 контрактов. Всего в исследовании участвовало свыше 800 представителей более 450 российских компаний из 9 отраслей. Помимо электронных опросов, в исследовании были использованы результаты глубинных интервью, проведенные нами с респондентами лично. Для участия в опросе мы отобрали четыре категории сотрудников: топ-менеджеры, руководители подразделений, менеджеры среднего звена и рядовые сотрудники.

Технология нашего исследования предусматривала три этапа.

**Первый этап:** специально подготовленные анкеты помогает решить два вопроса. Во-первых, дает представление о состоянии цифровизации внутренних бизнес процессов и его партнеров во внешней среде. Во-вторых, дает представление о намерениях заказчиков оцифровать конкретные функции управления и их конкретные операции.

**Второй этап** предназначен для обобщения опыта специалистов ИТ-фирмы по подготовке и организации исполнения контрактов в аспекте принципов рационального поведения специалистов организаций – участников контракта. Практикующему специалисту, курирующему подготовку контракта и организующему его выполнение, предстояло анализировать свою деятельность с точки зрения принципов рационального поведения. Исходное множество принципов определено нами на основе логического анализа взаимосвязанности гносеологической структуры познания и методов научного исследования, классифицированных по степени их взаимной дополнительности, широте применимости в ходе научного исследования.

Разработка исходного множества принципов основана на известном положении: нельзя построить научную теорию, объясняющую эмпирические процессы без общих философских принципов. Важно не только сформулировать особенные принципы, свойственные цифровизации экономических и организационно-управленческих процессов, но и адаптировать философские принципы к их использованию. Другими совами, необходимо сформулировать общенаучные, особенные и специальные принципы применительно к процессам *цифровизации предприятий малого и среднего бизнеса*. Моделирование цифровизации на основе результатов исследовательского процесса должно опираться на методологические и методические принципы. Кроме того, необходимо понимание принципов, обеспечивающих возможность практического использования модели.

**Третий этап** предусматривает уточнение востребованности принципов рационального поведения при согласовании параметров контракта. Использование принципов рационального поведения в практической деятельности специалистов ИТ-фирмы заказчика и исполнителя определена в результате экспертного анализа этого процесса.

### Результат

1. В теле морфологической таблицы приведено исходное множество принципов рационального поведения специалистов, участвующих в цифровизации

управленческих процессов. Они представлены в табл. 1. По строкам морфологической таблицы указана гносеологическая структура познания в разрезе методологических, методических принципов и их практической реализации. По столбцам таблицы обозначены этапы процесса исследования состояния производства в разрезе: общенаучных принципов, особенных принципов и специальных – необходимых для подготовки текста согласованного контракта цифровизации процессов управления предприятием малого бизнеса, его внедрения в практику и технического сопровождения. Исходное множество принципов определено путем логического анализа, проведенного авторами статьи.

2. Представления специалистов-практиков о принципах, которыми они руководствуются при обсуждении каждого аспекта предстоящей работы над разработкой и выполнением условий контракта, приведены на рисунке. Расхождение их оценок рассчитывалось по каждому обсуждаемому принципу и не составляло более 5%.

Приведенная на рисунке востребованность принципов рационального поведения в практической деятельности специалистов ИТ-фирмы заказчика и исполнителя определена в результате экспертного анализа проблемы. В экспертизе участвовали 10 экспертов со стороны предприятия-заказчика и 11 экспертов со стороны ИТ-фирмы. Обработка результатов экспертизы показала высокий коэффициент конкордации.

Таким образом, принципы рационального поведения, которыми руководствовались участники в практике разработки контракта со стороны промышленного предприятия и ИТ-фирмы приведены на рисунке.

3. Для понимания intersubъектных отношений рассмотрим **природу и содержание совместной деятельности** заказчика и исполнителя при подготовке контракта цифровизации бизнес-процесса фирмы на примере процедуры подготовки контракта. Мы выделяем два уровня общения: на первом уровне согласовываются стратегические цели организаций (преддиагностика); на втором уровне – согласовываются параметры программных продуктов (диагностика).

**Таблица 1**

Принципы рационального поведения участников цифровизации управленческих процессов со стороны заказчика и со стороны исполнителя  
(на примере подготовки контракта цифровизации бизнес-процессов ИТ-фирмы и предприятия малого бизнеса)

		Степень общности и широта применимости принципов исследования		
	Принципы	Общенаучные	Особенные (теория хозяйственных систем)	Специальные (формирования диагностической модели цифровизации управления организации производства)
Гносеологическая структура познания	Методологические	Абстракция Идеализация	Системность Концепция «поиск идеала» (эталон) Повышение уровня общности понятий	Комплексность Нормативность Интеграция Взаимосвязанность узлов модели
	Методические	Формулировка определений Инвариантность (неизменность, независимость)	Системообразующая роль управленческой функции Конструктивность определений (показателей, функций, центров затрат, полномочий, ответственности)	Сравнимость Точность Развитие
	Практической реализации	Полезность	Интерсубъективность Интерсубъектность	Наглядность



*Принципы рационального поведения участников цифровизации управленческих процессов со стороны заказчика и со стороны исполнителя*

Рассмотрим, каковы формы общения на каждом уровне и каковы субъектно-значимые мотивы заказчика и исполнителя. В решении практической задачи форма общения специалистов задана самой иерархической структурой управления развитием бизнеса: стратегические решения и тактические решения. Применительно к проблеме подготовки контракта – это преддиагностика обсуждаемой проблемы и диагностика ее деталей. Субъектно-значимые мотивы, т.е. деловые интересы поведения участвующих специалистов на каждом уровне деятельности формирует состояние обсуждаемой проблемы в области полномочий и ответственности каждого специалиста. В процессе их общения как инициативно-самодействующих субъектов, обремененных своими полномочиями и ответственностью, происходит их возбуждение при столкновении разных точек зрения, что и приводит к изменению и развитию их субъектностей, как бы к слиянию (совпадению) их внутренних профессионально-субъективных пространств.

**Преддиагностика: содержание деятельности специалистов, участвующих в подготовке контракта на цифровизацию бизнес-процессов в части согласования стратегических целей бизнеса заказчика.**

Мотивы поведения, т.е. деловые интересы **заказчика** на первом этапе состоят в формулировке проблем управления предприятием, которые с его точки зрения нуждаются в цифровизации. Преддиагностика, выступая в роли источника информации для принятия управленческих решений, должна не только описывать состояние системы управления предприятием, но и содействовать оценке достигнутых результатов, т.е. должна иметь нормативно-оценочный характер. Как видно из рисунка, на первом этапе для подготовки своей версии контракта заказчик руководствуется (пользуется) принципами: интеграция, комплексность, нормативность, взаимосвязанность «узлов» организации производства. Каждый принцип актуализирует букет мотивов (интересов) профессионального поведения.

Первый принцип, вытекающий из свойства эмерджентности (эмерджентность – это наличие у какой-либо

системы особых свойств, не присущих её элементам, а также сумме элементов, не связанных особыми системообразующими связями) системы управления предприятием – это принцип **интеграции**. Базовым условием цифровизации является создание единого информационного пространства (ЕИП), которое по определению не допускает фиксирование значения одного и того же показателя в двух разных точках, т.е. разными ответственными исполнителями, что, как правило, сопровождается искажением информации. Благодаря ЕИП обеспечивается потребность в информации всех служб системы управления при подготовке любых решений: оперативных, тактических стратегических. Этим и обеспечивается устранение дублирования и искажения информации, повышение достоверности и своевременности управленческих решений. Вместе с тем ЕИП интегрирует функциональную обособленность управленческих служб в единую систему, ответственную за эффективность конечных результатов.

Реализация второго принципа – **«комплексность диагностики»**, обеспечивается многоаспектностью изучения системы управления предприятием: его структура и структура выпускаемой продукции, действующие организационно-распорядительные документы и их оборот, точки контроля и их функции, а также связанность и обособленность и т.п. В результате изучения процессов и элементов действующей системы управления дается оценка его состояния. Оценка должна быть многовариантной, т.е. в сравнении со стандартами качества системы или современными программными продуктами, в которых уже включены актуальные инновации в организации производства. Например, организация выполнения индивидуальных заказов в условиях массового производства. Оценка выполняется по многим критериям: по сравнению с передовым опытом, по сравнению с достижениями фирм, использующих системы ERP, с учетом перспектив развития бизнеса, с современными организационными инновациями.

Третий принцип, вытекающий из свойства эмерджентности организации производства, – это **взаимодополняемость** (как мера взаимосвязанности)

экономических и организационно-технологических процессов. Основным недостатком существующих теоретических оснований анализа управления конкретными бизнес-процессами является изолированность, обособленность функций управления. В то время как изменения в одной функции управления можно правильно интерпретировать только при соотнесении с состоянием другой функции управления. Так, цифровизация процесса планирования заказов на предприятии вносит существенные изменения в системы планирования, учета и контроля производственных процессов. Обособленное совершенствование одной функции управления имеет ограниченную ценность и эффективность. Для управления принципиальное значение имеет конечный результат, т. е. оценка тенденций всей системы. В связи с этим, содержание контракта должно предусматривать анализ организационно-управленческих и финансово-экономических процессов и их взаимосвязи, взаимозависимости, взаимообусловленности. Этот принцип предполагает взаимоувязку функций управления, центров производства, закупок и продаж, финансовых и информационных потоков, проектных центров и т. д.

**Преддиагностика: содержание деятельности специалистов, участвующих в подготовке контракта на цифровизацию бизнес-процессов** в части согласования параметров программных продуктов фирмой-исполнителем.

Интересы **исполнителя** на этом этапе состоят в поиске (в осознании) эталона программного продукта, который может служить прототипом решения проблемы, и понимание конфигурации программных продуктов, способных решить проблему заказчика. Для подготовки своей версии на сформулированную проблему исполнитель использует следующие принципы: абстрагирование, идеализация, системность, обобщение, определение понятий, поиск «эталона-идеала».

Важнейшим принципом теоретического осмысления действительности является **абстрагирование**, который предполагает мысленное отвлечение от несущественных сторон, свойств, связей изучаемого объекта с одновременным выделением актуальных для исследова-

теля свойств и отношений. Этот прием имеет особое значение в исследованиях экономических и управленческих проблем. К. Маркс отмечал, что «..при анализе экономических форм нельзя пользоваться ни микроскопом, ни химическими реактивами. То и другое должно заменить абстракция» [9; с. 6]. При моделировании диагностики цифровизации управления предприятием используются как абстракция отождествления, так и изолирующая абстракция. Абстракция отождествления сводится к установлению общих существенных признаков у различных явлений и их отождествлению по одному выявленному. Например, для решения задачи последовательности запуска в производство деталей, комплектующих изделие, не принципиально о какой именно детали идет речь, важно знать ее технологические характеристики: геометрическую формы и технологический режим обработки. Изолирующая абстракция позволяет исключить из ситуации некоторые элементы и рассматривать их как самостоятельные объекты.

**Идеализация** – это разновидность принципа абстрагирования, при которой некоторые существенные свойства объекта или среды доводятся до некоторого предельного, в действительности недостижимого многим предприятиям, значения. Например, высокотехнологичные системы управления многономенклатурным производством обеспечивают бесперебойный производственный процесс при нулевых запасах заготовок. Право использования научной идеализации обеспечивается наличием некоторого не зависящего от субъекта соответствия между идеальным и реальным. Есть основания считать, что всем научным идеализациям свойственно объективное содержание, определяемое реально существующим внешним миром.

Идеализированные объекты строятся мысленно, путем перехода от реально существующего, а иногда и практически неосуществимого, к мысленно существующему, при этом формулируются некоторые рационально обоснованные условия, при наличии которых их осуществление могло бы и произойти. Диагностика управления предприятием компетентным IT-специалистом состоит

в построении в сознании заказчика идеализированного состояния процессов управления, которые будут фактически работать в условиях цифровизации. Основная роль идеализированных объектов состоит в том, что они упрощают, схематизируют реальный объект, делая его как бы прозрачным для мысленного взора, позволяя тем самым увидеть в целом и глубже понять основные существенные закономерности, которым подчиняется рассматриваемый объект.

Неаддитивный характер свойств элементов системы управления приводит к необходимости использования **системного подхода**<sup>1</sup>. Принцип системности предполагает рассмотрение диагностики как системы. Система как совокупность элементов необходимых и достаточных для достижения поставленной цели, обладает свойством эмерджентности. Это свойство присуще всей системе в целом, но не является свойством ее элементов. Это свойство возникает в системе в результате взаимодействия ее элементов. Определение системы содержит в себе два признака: взаимосвязь элементов и наличие общесистемного свойства. Эти признаки могут служить основанием для понимания элементов формирования диагностической модели цифровизации управления бизнес-процессами.

Применительно к диагностике цифровизации управления бизнес-процессами очень важным принципом является **обобщение** – это такой способ мышления, в результате которого проявляются общие свойства и признаки исследуемых процессов или объектов, как правило, позволяющих их унифицировать. Это своего рода переход от частного понятия к общему. Обобщение обеспечивает более глубокое проникновение в сущность явления. Например, переход от изучения служб (технико-технологической, плановой, снабженческой, производственной, сбытовой) к понятию «центр распределения ресурсов» (при выделении элементов системы управления) позволил выявить основной признак, по которому хозяй-

ственная система делится на бизнес-процессы. В процессе обобщения (как бы увеличения «объема», «пространства» понятия) происходит качественный скачок в познании конкретного (конечного) числа явлений, к их возможному бесконечному числу, т.е. к сущности, выражающей определенное свойство-связь между явлениями данной группы. Чтобы однозначно заказчику и исполнителю понимать «объем-пространство» совместной деятельности, надо согласовать основные понятия, на которых строится модель диагностики бизнес-процессов для её цифровизации.

Важное значение в разработке и исполнении контракта имеет такой принцип как **определение понятий** (толкование понятия). Они являются рабочим материалом формирования диагностической модели. Для того, чтобы построить модель диагностики объекта или процесса, предварительно его элементы надо определить. Конечная цель каждого определения – это его познание. Понимание, формулировка каждого определения – это самая неформализованная часть диагностики, которая, по сути, близка к искусству больше, чем к науке. Вернемся к уже приведенному примеру: технико-технологический отдел системы управления – это один из центров распределения ресурсов или самостоятельный объект проектирования. В зависимости от того как мы его определим, будет определен объем и содержание не только диагностической модели, но и самого проекта, а следовательно, и стоимость, и его эффективность.

В процессе цифровизации управления предприятием важным принципом является «поиск эталона-идеала». Он предвещает начало диагностики. В практике консалтинговой деятельности ИТ-фирм, как правило, в качестве такого идеала выступают методологии корпоративных информационных систем MRP, MRPII, ERP. Данные методологии фактически являются стандартами управления бизнесом, реализованными во всех прогрессивных программных продуктах масштаба предприятия [3].

Как видно из описания содержания деятельности специалистов «заказчика» и специалистов «исполнителя» их деловые интересы (мотивы поведения)

<sup>1</sup> Системность часто идентифицируют с комплексностью. Это близкие, но не одинаковые понятия, поскольку они выделены по разным основаниям: с точки зрения охвата изучаемого объекта и с точки зрения подхода к его анализу. По охвату анализ может быть комплексным и единичным. По подходу анализ может быть системным и элементарным.

находятся в состоянии дополнительности. Например, глубокие знания состояния производства специалистами-практиками возбуждает интерес у специалистов ИТ-фирмы при осмыслении его на языке информационных технологий. Возникает взаимная активация, что актуализирует поиск способа изменения или развития решения представителями обеих сторон обсуждаемой ситуации. Происходит символическое проникновение субъектов друг в друга, завершающееся пониманием друг друга. Скорость достижения консенсуса в представлениях участников коллективной деятельности зависит от осознанности ими содержания совместной профессиональной деятельности в частности формы общения, т.е. она обусловлена значимыми для его участников деловыми целями (мотивами).

**Диагностика: содержание совместной деятельности специалистов, участвующих в подготовке контракта на цифровизацию бизнес-процессов** в части согласования параметров программных продуктов заказчиком и исполнителем.

На этапе диагностики бизнес-процессов и согласования принципиальных параметров контракта **заказчик** заинтересован в сохранении длительных отношений с исполнителем с одной стороны, а с другой – для укрепления своего бренда на рынке заказчик нуждается в удовлетворенности исполнителя параметрами контракта. Заказчику важно достичь (обеспечить, способствовать) позитивного влияния, обсуждаемого контракта на расширение ниши рынка своей продукции. Заказчик нуждается в ИТ-партнере не только как в специалисте по цифровизации, но и как её пропагандисте. Каждая инновация в бизнесе сопровождается изменением содержания труда специалистов, что провоцирует своего рода оппозицию, барьеры освоения новых условий выполнения привычной деятельности, необходимость переобучения персонала. Для заказчика принципиально важным фактором разработки качественного контракта становится подготовка персонала фирмы-заказчика к активному принятию новой (оцифрованной) технологии организации производства. Только заинтересованное отношение к совершенство-

ванию практического осуществления бизнес-процессов его исполнителями позволяет выявить его незадействованные резервы. Эти мотивы побуждают ИТ-фирму наряду с собственно проектной работой, обеспечить заказчика и сопутствующими сервисами, такими как обучение и переобучение персонала.

**Исполнитель** нуждается в удовлетворенности заказчика выполненным контрактом. Позитивное влияние внедренного ИКТ продукта на экономические результаты работы заказчика укрепляют авторитет ИТ-фирмы на рынке. Но еще больший вклад в укрепление бренда ИТ-фирмы имеет настроение персонала фирмы охотно и активно принявшего новую оцифрованную технологию организации производства. Эти мотивы побуждают ИТ-фирму наряду с собственно проектной работой, обеспечить заказчика и сопутствующими сервисами, такими как обучение и переобучение персонала.

Ответственность исполнителя концентрируется на согласовании параметров контракта и условий его выполнения. Исполнитель заинтересован в обсуждении со специалистами заказчика архитектуры проекта. В этой ситуации поведение его определено принципами: инвариантность, сравнимость, точность, развитие.

Специалисты заказчика и исполнителя преследуют одну и ту же цель: повысить эффективность бизнес-процессов. Разрабатывая согласованную архитектуру контракта, его параметры и календарный график выполнения контракта, руководствуется принципами, приведенными на рисунке: инвариантности, сравнения, точности, развития, полезности, наглядности.

Одним из наиболее общих методических принципов диагностики признан принцип **инвариантности**. Инвариантность – это свойство объекта или процесса сохраняться при определенных изменениях внутренних и внешних условий. Понимание инвариантных аспектов объекта или процесса позволяет осознать пространство, в котором можно искать эталон, на которое можно распространить диагностическую модель, а потом и выполненный проект, а также из которого можно заимствовать проекты локальных приложений.

**Сравнение** – это совместное рассмотрение бизнес-процессов с целью выявления сильных и слабых сторон существующей системы управления. Сравнение позволяет извлечь дополнительную информацию для выявления фактически существующих взаимосвязей и взаимозависимостей, а также нахождение возможностей их унификации; понимание состава и структуры информационного пространства, востребованного каждым подпроцессом; выделение рутинных и творческих операций, необходимых для его организации и др.

**Точность.** Принцип точности применительно к формированию контракта на цифровизацию бизнес-процессов можно понимать как принцип минимизации потерь информации в процессе её обработки и интерпретации. Вместе с тем, содержание контракта должно быть точным не только с формальной (количественной и структурной), но и содержательной точки зрения. От объективности и точности информации зависит напрямую достоверность принятых решений.

**Развитие** реализуется в том, что каждый продукт, предусмотренный контрактом, предусматривал бы возможность эффективной версии его развития.

**Полезность** рассматривается заказчиком и исполнителем как реальная возможность повышения эффективности оцифрованных бизнес-процессов.

**Наглядность** состоит в том, что все параметры контракта должны быть алгоритмически и графически идентифицированы с фактически существующим или предлагаемым состоянием бизнес-процесса

### Заключение

Выполненное исследование, анализ его результатов привели нас к двум диалектически связанным выводам. Первый – разработка эффективного контракта на цифровизацию бизнес-процессов предприятия-заказчика, его выполнение, внедрение у заказчика новых IT-технологий и успешная их эксплуатация требует особых условий, особой компетентности участников команды специалистов со стороны заказчика и исполнителя. В табл. 2 приведено наше понимание смыслов ключевых аспектов компетентности участников команды подготовки контракта.

Приведенные в таблице смыслы аспектов компетентности по сути являются ресурсами (условиями) эффективного intersubъективного взаимодействия. Судя по нашим наблюдениям, такого рода ресурсы способствуют взаимному откровению специалистов, пересечению их внутренних субъективных пространств и символическому проникновению субъектов друг в друга. Так, цели, обусловленные полномочиями и ответственностью должности,

**Таблица 2**

Смыслы аспектов компетентности команды участников подготовки контракта на цифровизацию управления предприятием со стороны заказчика и исполнителя

№ п/п	Факторы intersubъектного взаимодействия	Смысл аспектов компетентности команды участников подготовки контракта
1.	Субъективно значимые мотивы (цели, обусловленные полномочиями и ответственностью должности)	Системная теоретическая информация о конкретном виде деятельности и алгоритме ее выполнения. Приобретенные в процессе выполнения деятельности способности, позволяющие осуществлять необходимый алгоритм действий
2.	Взаимная активация (возбуждение)	Набор свойств личности, необходимые и позволяющие использовать эффективно имеющиеся знания, умения и навыки «способен делать эффективно» Побудительные мотивы для осуществления деятельности
3.	Актуализация (изменение, развитие)	Практика применения знаний, умений, навыков и личностно-деловых качеств для успешного выполнения работ и достижения целей. Дает уверенность и стабильности, позволяет выполнить работу в сложных условиях. Высокий профессиональный потенциал, способность к развитию и видение направлений развития

побуждают специалиста реализовать себя в деятельности (знаю что, почему и как делать). Алгоритм действий, приобретенный в процессе деятельности, поддерживает его самоорганизацию (умею и могу делать). Присущие человеку свойства как инициативно-самодействующему субъекту способствуют достижению эффективных результатов, а внутренние побудительные мотивы активизируют деятельность (хочу и буду делать). Личностно-деловые качества и практика их применения воспитывает уверенность в себе. Умение решать неформализованные задачи и находить нестандартные решения вносят в деятельность команды инновационные потоки. Практическое значение этого вывода реализуется в программах обучения и повышения квалификации ИТ-специалистов. Желательно включать в программы обучения и повышения квалификации основы теории совместной деятельности. ИТ-специалисту важно знать современные инструменты ИТ-бизнеса, но реальный эффект от этих знаний фирма и общество получит тогда, когда эти знания воплощенные в ИТ-продукте будут приносить доход. А последнее в большой мере зависит от готовности пользователя освоить и использовать этот продукт.

Второй вывод. Субстанцией отношений при интересубъектном взаимодействии являются компетенции его участников. Достичь согласованности мнений специалистов, владеющих разными компетенциями, исповедующим разную систему ценностей, необходимо уже на первом этапе – подготовке контракта на цифровизацию бизнес-процессов предприятия. Заказчику предстоит согласиться с необходимостью существенной корректировки организации труда своих сотрудников, нередко необходимо

изменение структуры деловых отношений сотрудников предприятия. Опыт показывает, что изменения правил, традиций и принципов, норм, по которым живут сотрудники, происходит медленно и болезненно. Тем не менее, цифровизация, по определению, изменяет процесс обмена информацией между людьми и организациями, изменятся сама технология движения информации. Поведение сотрудников внутри предприятия-заказчика, которое было сформировано в процессе его функционирования и разделяемое всеми членами коллектива, а также некая система ценностей, норм, правил, традиций и принципов, по которым живут сотрудники, должны быть откорректированы. Корректировки коснется даже философия предприятия, которая предопределяет систему ценностей, общее видение развития, ее стратегические цели. Сотрудники ИТ-фирмы должны уметь помочь понять руководителям и сотрудникам предприятия, что цифровое преобразование субстанции деятельности (информации) есть фундаментальное преобразование. Как и любая крупная трансформация, цифровая трансформация требует привития цифровой корпоративной культуры, которая поддерживает изменения, адаптируя генеральную стратегию предприятия. Любая корпоративная культура рассматривается большинством ученых как важнейший внутренний резерв организации, способный обеспечить ей устойчивость и дать импульс к развитию и переходу на качественно иные уровни организации бизнеса. Следовательно, сильная цифровая корпоративная культура ИТ-фирмы должна быть направлена на обеспечение быстрой адаптации пользователей к цифровым технологиям.

*Библиографический список*

1. Бодалев А.А. Психология общения. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс] / Под ред. А.А. Бодалева. М.: Когито-Центр, 2011. 600 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785893533354.html> (дата обращения: 17.08.2019).
2. Бодрунов С.Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка / С.Д. Бодрунов. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2016. 327 с.
3. Гайфуллин Б.Н. Автоматизированные системы управления предприятиями стандарта ERP/MRP II / Б.Н. Гайфуллин, И.А. Обухов. М.: Интерфейс-Пресс, 2000. 102 с.
4. Industrial Internet of Things – IIoT. Промышленный интернет вещей. TAdviser. Государство. Бизнес. ИТ. Режим доступа: Industrial Internet of Things – IIoT. [Электронный ресурс]. Режим

доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:Industrial\\_Internet\\_of\\_Things\\_-\\_ИoT\\_\(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9\\_%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82\\_%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%B9\)\\_%D0%B2\\_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8#.D0.98.D1.81.D1.81.D0.BB.D0.B5.D0.B4.D0.BE.D0.B2.D0.B0.D0.BD.D0.B8.D0.B5\\_J.E2.80.99son\\_26\\_Partners\\_Consulting](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:Industrial_Internet_of_Things_-_ИoT_(%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B8%D0%BD%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%B5%D1%82_%D0%B2%D0%B5%D1%89%D0%B5%D0%B9)_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8#.D0.98.D1.81.D1.81.D0.BB.D0.B5.D0.B4.D0.BE.D0.B2.D0.B0.D0.BD.D0.B8.D0.B5_J.E2.80.99son_26_Partners_Consulting) (дата обращения: 17.08.2019).

5. Иванов В.В. Цифровая экономика: мифы, реальность, перспектива / В.В. Иванов, Г.Г. Малинецкий. М.: Российская акад. наук, 2017. 63 с.

6. Истомина Е.А. Оценка трендов цифровизации в промышленности / Е.А. Истомина // Вестник Челябинского государственного университета. 2018. № 12 (422). Экономические науки. Вып. 63. С. 108–116.

7. Купревич Т.С. Цифровые платформы в мировой экономике: современные тенденции и направления развития 2018 / Т.С. Купревич // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2018. № 37-1. С. 311–318. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35252109> (дата обращения: 17.08.2019).

8. Минашкин В.Г. Статистический анализ использования цифровых технологий в организациях: региональный аспект / В.Г. Минашкин, П.Э. Прохоров // Статистика и экономика. 2018. Т. 15. № 5. 2018. С. 51–62. Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_36657263\\_12526528.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_36657263_12526528.pdf) (дата обращения: 17.08.2019).

9. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии // Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 23. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. 908 с.

10. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16). КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_319432/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319432/) (дата обращения: 17.08.2019).

11. Петровский В.А. Личность в психологии: парадигма субъектности / В.А. Петровский. Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. 512 с.

12. Плотников В.А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике / В.А. Плотников. // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 4 (112). С. 16–24. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35304372> (дата обращения: 23.06.2019).

13. Психология общения. Энциклопедический словарь / под ред. А. Бодалева. М.: Когито-центр, 2011. 2280 с.

14. Стефанова Н.А. Оценка эффективности цифровой экономики / Н.А. Стефанова, Т.Э. Рахманова // Карел. науч. журн. 2017. Т. 6. № 4 (21). С. 301–304. Режим доступа: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_32452550\\_34170968.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_32452550_34170968.pdf) (дата обращения: 17.08.2019).

15. Указ Президента РФ от 01.12.2016 № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». КонсультантПлюс [Справочная правовая система]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_207967/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207967/) (дата обращения: 17.08.2019).

16. Цифровая трансформация в России: аналитический отчет на основе результатов опроса российских компаний 2018. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.interface.ru/iarticle/files/39873\\_50679725.pdf](http://www.interface.ru/iarticle/files/39873_50679725.pdf) (дата обращения: 17.08.2019).

17. Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы: монография / А.С. Алетдинова, А.В. Бабкин [и др.] / под ред. д-ра экон. наук, проф. А.В. Бабкина. СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2017. 807 с.

18. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К. Шваб. М.: Эксмо, 2016. 205 с.

19. Паринов С.И. К теории сетевой экономики / С.И. Паринов. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. 168 с.

20. Щедровицкий Г.П. Оргуправленческое мышление: Идеология, методология, технология (курс лекций). Т. 4. ОРУ 1 / под ред. Г.А. Давыдова, А.А. Пископпель, В.Р. Рокитянский, Н.Л. Щедровицкая, Л.П. Щедровицкий. М.: Издательство: Путь, 2003. 480 с.

УДК 338.2

**Э. Ю. Черкесова**

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ в г. Шахты,  
e-mail: cherkesova.elvira@yandex.ru

**Д. Д. Миронова**

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ в г. Шахты,  
e-mail: mironova06-86@inbox.ru

## **ОЦЕНКА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАУЧНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Ключевые слова:** цифровая экономика, цифровая грамотность, конкурентоспособность, информационная грамотность, цифровая трансформация.

Статья посвящена рассмотрению ключевого фактора создания и успешного функционирования экосистемы цифровой экономики в Российской Федерации – уровня цифровой грамотности научно-педагогических работников российских вузов. В исследовании авторами охарактеризован и проанализирован индекс цифровой грамотности научно-педагогических работников, включающий оценку индикаторов информационной, компьютерной, коммуникативной грамотности, медиаграмотности и отношения к технологиям. Каждый из перечисленных индикаторов оценивался в трёх аспектах: когнитивном (знания), техническом (навыки) и этическом (установки). Авторами предложены институциональные условия, способствующие повышению уровня цифровой грамотности научно-педагогических работников в условиях цифровой трансформации экономики Российской Федерации.

**E. Yu. Cherkesova**

Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of Don State Technical University  
in the city of Shakhty, e-mail: cherkesova.elvira@yandex.ru

**D. D. Mironova**

Institute of Service and Entrepreneurship (branch) of Don State Technical University  
in the city of Shakhty, e-mail: mironova06-86@inbox.ru

## **EVALUATION AND WAYS TO INCREASE THE DIGITAL LITERACY LEVEL OF SCIENTIFIC AND PEDAGOGICAL WORKERS IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**Keywords:** digital economy, digital literacy, competitiveness, information literacy, digital transformation.

The article is devoted to the consideration of a key factor in the creation and successful functioning of the digital economy ecosystem in the Russian Federation – the level of digital literacy of scientific and pedagogical workers of Russian universities. In the study, the authors characterized and analyzed the index of digital literacy of scientific and pedagogical workers, including the assessment of indicators of information, computer, communication literacy, media literacy and attitude to technology. Each of these indicators was evaluated in three aspects: cognitive (knowledge), technical (skills) and ethical (attitudes). The authors proposed institutional conditions that contribute to increasing the level of digital literacy of scientific and pedagogical workers in the conditions of digital transformation of the economy of the Russian Federation.

### **Введение**

Поскольку в экономике нового уклада ключевыми факторами экономической деятельности становятся электронные технологии и услуги, а также представленные в цифровом виде объемные, многоотраслевые данные, конкурентным преимуществом обладают те государ-

ства, экономика которых основывается на наиболее продвинутых электронных технологиях и услугах, включая технологии анализа «больших данных» и прогностические технологии.

В этой связи главной целью программы развития цифровой экономики Российской Федерации, направленной

на создание условий для развития общества знаний, рост благосостояния и качества жизни граждан путем повышения доступности и качества товаров и услуг, произведенных в цифровой экономике с использованием современных цифровых технологий, улучшения доступности и качества государственных услуг для граждан, а также безопасности как внутри страны, так и за ее пределами, становится создание экосистемы цифровой экономики в Российской Федерации.

Создание и успешное функционирование такой экосистемы возможно только при условии осознанного формирования и развития высокого уровня цифровой грамотности – системы знаний, навыков и установок, насущно необходимых для жизни в цифровом обществе, способствующих достижению главной цели цифровизации – повышению качества жизни людей.

#### **Цель исследования**

Целью исследования является получение объективных данных о готовности российских педагогов высшей школы к использованию возможностей, предоставляемых сегодня цифровыми технологиями, в своей профессиональной деятельности; о способности педагога транслировать обучающемуся необходимые знания, навыки, основанные на его цифровой грамотности и профессиональных ИКТ-компетенциях в соответствии с требованиями, предъявляемыми формирующейся цифровой экономикой. В свою очередь, ИКТ-компетенции педагога – это знания, навыки и установки, позволяющие ему свободно применять ИКТ для организации учебного процесса на всех его этапах – от подготовки к занятиям до создания цифровой среды, помогающей выстраивать индивидуальные образовательные траектории учащихся, мотивировать их к обучению, анализировать и прогнозировать их успеваемость.

#### **Материал и методы исследования**

Сбор данных осуществлялся Аналитическим центром НАФИ методом онлайн-опроса преподавателей вузов по структурированной анкете, включающей закрытые и открытые вопросы [1]. Для получения объективной картины

опрошенным педагогам предлагалось не только ответить на вопросы теста, но и оценить долю педагогов в их учебных заведениях, которые не работают с цифровыми технологиями и не используют их в педагогической деятельности.

В исследовании приняли участие 634 преподавателя высшей школы. Результаты исследования были взвешены с целью соблюдения пропорции распределения численности педагогов по федеральным округам России. Максимальная статистическая ошибка результатов исследования составляет  $\pm 3,9\%$  для выборки преподавателей вузов.

Наиболее многочисленная возрастная группа опрошенных – преподаватели вузов в возрасте от 36 до 45 лет (31%), затем следуют преподаватели в возрасте от 56 лет и старше (26%), 23% – от 46 до 55 лет и 20% преподавателей – младше 35 лет. Среди участников исследования больше женщин (67%). Почти две трети преподавателей вузов читают гуманитарные и общественные дисциплины (61%), 39% преподают точные науки. Половина преподавателей (49%) ведут занятия уже более 20 лет, 32% – от 11 до 20 лет, 19% имеют стаж менее 10 лет.

По оценкам трети преподавателей высшей школы (32%), 40–100% их коллег неуверенно пользуются цифровыми технологиями или вовсе их не используют. 19% преподавателей используют цифровые технологии менее 5 лет. Подавляющее большинство педагогов (больше 90%) активно используют интернет и не испытывают трудностей в работе на компьютере и других цифровых устройствах. При этом больше двух третей преподавателей интересуются новыми приложениями, программами и ресурсами (69%) и 59% активно пользуются социальными сетями.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Согласно определению ООН, «цифровая грамотность – это способность безопасно и надлежащим образом управлять, понимать, интегрировать, обмениваться, оценивать, создавать информацию и получать доступ к ней с помощью цифровых устройств и сетевых технологий для участия в экономической и социальной жизни».

Согласно проекту DigEuLit, реализованному в Европе в 2005–2006 гг. цифровая грамотность определялась на основе четырех показателей: компьютерной, информационной, визуальной и медиаграмотности [1]. В 2011 году был опубликован подход экспертов ЮНЕСКО, описывающий цифровую грамотность с помощью набора навыков, необходимых для работы с цифровыми медиа и для обработки и поиска информации.

Российское научно-исследовательское сообщество определяет цифровую грамотность как «информационную грамотность» или понимание человеком основных идей информатики, представление о роли информационных технологий в жизни общества, умение работать с информационными потоками.

В исследовании Аналитического центра НАФИ для оценки цифровой грамотности педагогов применяется подход, базирующийся на оценке индикаторов информационной, компьютерной, коммуникативной грамотности, медиаграмотности и отношения к технологиям [1]. Каждый из перечисленных индикаторов оценивается в трёх аспектах: когнитивном (знания), техническом (навыки) и этическом (установки) (табл. 1):

– когнитивный аспект характеризует то, как человек оценивает, создаёт, критически подходит к работе с информацией, компьютером, медиа, как он коммуницирует с другими пользователями и как относится к технологиям;

– технический аспект отражает умение найти нужную информацию, медиаматериал, а также понимание того, как работают цифровые устройства и новые технологии [2];

– этический аспект оценивает установки людей на следование общепринятым нормам при использовании инструментов цифровой среды [3], понимание необходимости проверять достоверность информации и её источников, соблюдение норм общения в сети.

Индекс цифровой грамотности научно-педагогических работников – интегральный индикатор уровня их готовности к цифровой экономике, разработанный на основе подхода, базирующегося на оценке индикаторов информационной, компьютерной, коммуникативной грамотности, а также медиаграмотности и отношения к технологическим инновациям.

**Таблица 1**

Индикаторы цифровой грамотности научно-педагогических работников

	Знания	Навыки	Установки
Информационная грамотность	Понимание роли и степени влияния информации на жизнь человека	Умение искать и находить информацию на разных ресурсах	Понимание пользы и вреда информации
Компьютерная грамотность	Понимание технических составляющих компьютера и принципов их взаимодействия	Легкость в использовании цифровых устройств вне зависимости от платформы/интерфейса	Понимание «предназначения» компьютера и целей его использования
Медиа грамотность	Понимание многообразия источников информации, форм и каналов ее распространения	Умение искать новости в разных источниках, проверять их полноту и достоверность	Критичное отношение к информационным сообщениям, новостям
Коммуникативная грамотность	Понимание отличия цифровых коммуникаций от живого общения	Умение использовать современные средства коммуникации (социальные сети, мессенджеры)	Осознание наличия этики и норм общения в цифровой среде
Отношение к технологическим инновациям	Понимание технологических трендов	Готовность работать с новыми и современными технологиями (приложениями, гаджетами)	Понимание пользы технологических инноваций, как для развития общества, так и себя лично

В ходе интервью каждому преподавателю предлагалось ответить на 15 дихотомических вопросов, представленных в виде полярных пар утверждений, описывающих

- 1) знания;
- 2) навыки;
- 3) установки

в отношении пяти основных измерений (dimensions) цифровой среды:

- 1) информации (контента);
- 2) компьютерных технологий<sup>4</sup>
- 3) медиа;
- 4) коммуникаций<sup>№</sup>
- 5) инноваций [4].

По каждому из пяти измерений цифровой грамотности преподавателям предлагалось шесть суждений (три верных и три неверных), итого  $6 \cdot 5 = 30$  суждений (15 пар).

По каждому из 5 измерений вычисляется доля респондентов, выбравших правильные утверждения. Значение индекса рассчитывается как среднее арифметическое между долями верно ответивших респондентов в 5 сферах измерения цифровой грамотности.

$$\text{Index} = \frac{(\text{Inf, \%} + \text{Comp, \%} + \text{Media, \%} + \text{Comm, \%} + \text{Innov, \%})}{5}$$

Индекс принимает значения от 0 (если ни один человек ни в одном из измерений не смог выбрать верные утверждения) до 100 пунктов (если все участники

исследования выбрали верные утверждения во всех пяти измерениях).

В ходе анализа выяснилось, что преподаватели высших учебных заведений демонстрируют высокие показатели знаний, навыков и установок в области цифровых технологий. Очевидно, работа в системе современного образования оказывается невозможной без знаний, навыков и установок во всех пяти компонентах цифровой грамотности. Индекс цифровой грамотности преподавателей высших учебных заведений составляет 88 п. п. из 100 возможных.

В разрезе компонентов индекса цифровой грамотности преподавателей вузов хуже всего представлен показатель отношения к технологическим инновациям: значение компонента у преподавателей вузов – 78 п. п. (рис. 1).

Комплексное измерение уровня цифровой грамотности показало, что преподаватели вузов обладают высоким уровнем цифровой грамотности, который существенно превышает среднероссийский уровень (рис. 2). Если сравнивать уровень цифровой грамотности научно-педагогических работников и обучающихся, можно отметить, что уровень цифровой грамотности педагогов превышает уровень цифровой грамотности молодых людей 18–24 лет, несмотря на то, что и представители данной целевой подгруппы продемонстрировали достаточно высокий уровень цифровой грамотности – 77 п.п. из 100 возможных.

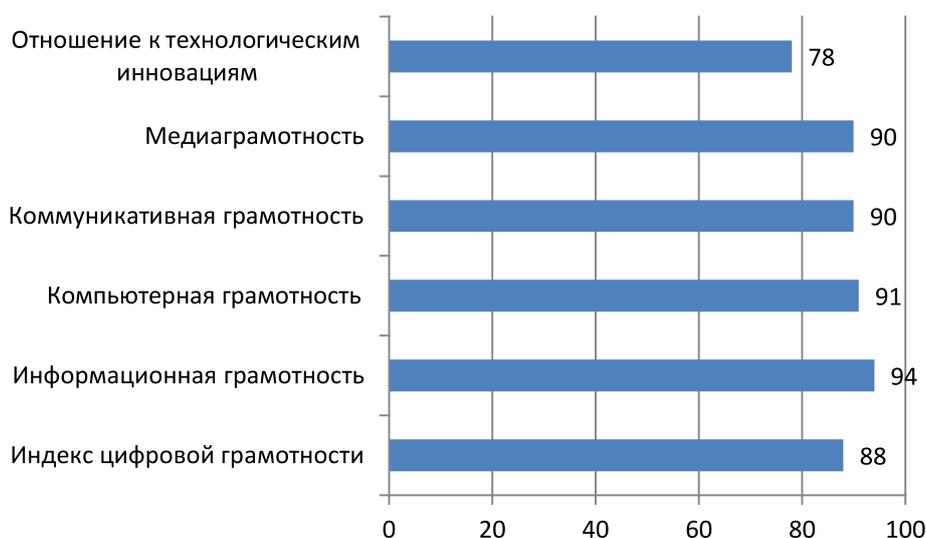


Рис. 1. Индекс цифровой грамотности преподавателей вузов, в процентных пунктах (из 100 возможных)

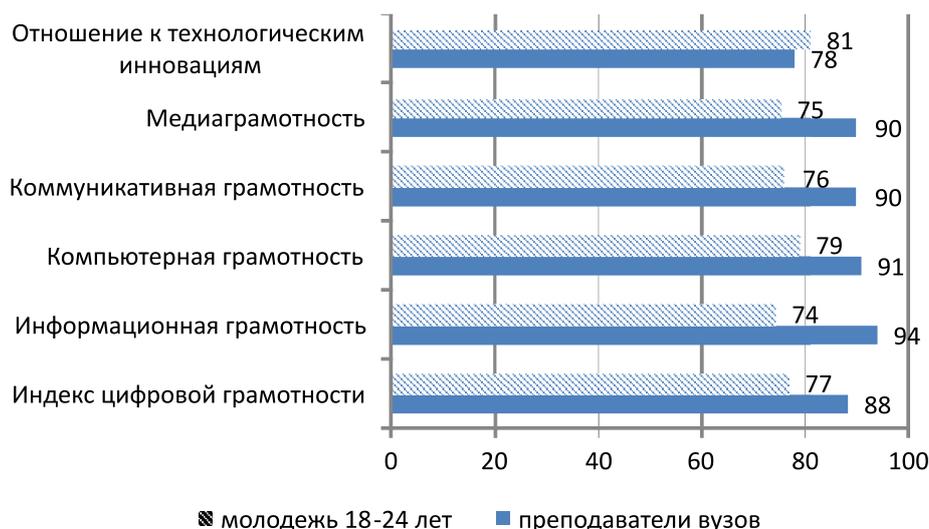


Рис. 2. Сравнение компонентов индекса цифровой грамотности преподавателей вузов и молодёжи в возрасте 18–24 лет, в процентных пунктах (из 100 возможных)

Преподаватели вузов продемонстрировали более высокие показатели практически по всем составляющим индекса цифровой грамотности, но не смогли опередить своих учеников по отношению к инновациям – значение данного подиндекса у молодых людей составляет 81 п. п. против 78 п. п. у преподавателей вузов.

Для оценки каждой из 5 компонент индекса цифровой грамотности применялись 3 вопроса, направленных на выявление знаний, навыков и установок НПР в той или иной сфере работы с цифровыми технологиями и информацией.

В концепции информационной грамотности основное внимание уделяется умению чётко формулировать информацию, необходимую для того, чтобы решить проблему или принять эффективное решение, организовать и расположить её в подходящих и удобных форматах, чтобы удовлетворить интересы предполагаемых пользователей, быстро и легко общаться, использовать информацию по назначению, для которого она была собрана, а затем индексировать и архивировать её для возможного последующего использования.

Информационная грамотность позволяет людям во всех сферах жизни эффективно искать, оценивать, использовать и создавать информацию для достижения своих личных, социальных, профессиональных и образовательных целей. Информационно грамотный человек способен адекватно интерпретировать полученные сведения, принимать

обоснованные суждения, а также самостоятельно создавать различные формы сообщений и транслировать их.

Большинство преподавателей вузов (97%) при принятии важных решений пользуются информацией из нескольких источников. Практически все преподаватели (98%) с легкостью могут найти любую информацию в интернете. 76% опрошенных считают, что информация в интернете может быть как полезной, так и вредной, и стремятся к ограничению вредной информации для распространения.

По мере развития цифровых технологий группы населения, которые имеют к ним доступ, получают всё более широкие возможности. При этом возможности социальных групп, которые имеют меньший доступ к цифровым технологиям или не имеют его вовсе, уменьшаются, снижается их конкурентоспособность.

83% научно-педагогических работников могут оценить, насколько современные компьютер и программное обеспечение они используют. Работа на компьютере – привычный процесс для 99% преподавателей вузов. Абсолютно все преподаватели вузов (100%) отмечают, что компьютер помогает им в решении повседневных задач.

Коммуникативная грамотность – это залог развития и поддержания социальных связей и социального капитала каждого человека. Коммуникация в интернете позволяет компенсировать распад традиционных связей.

87% преподавателей вузов способны назвать наиболее распространенные сегодня мессенджеры и социальные сети. Свободно могут использовать для общения современные средства коммуникации 89% преподавателей вузов. Большинство преподавателей вузов (94%) убеждены, что в интернете должны соблюдаться общепринятые нормы уважительного общения.

Медиаграмотность позволяет человеку ориентироваться в медиaprостранстве, искать новости, допуская, что СМИ могут неполно или недостоверно их освещать. Навык работы с медиа так же, как и остальные навыки, формирующие цифровую грамотность, ведёт к улучшению качества жизни.

Медиаграмотность подразумевает также умение работать с медиаконтентом. В современном обществе люди выступают в двух ролях – как потребители и как производители медиаконтента. Соответственно, человеку необходимо развивать навыки не только потребления, но и создания контента.

Большинство преподавателей вузов (86%) считают, что любой пользователь может разместить в интернете любую новость или сообщение, которые смогут увидеть тысячи людей. В основном все преподаватели вузов (95%) знают, как всегда быть в курсе последних событий и новостей – где прочитать, посмотреть, услышать последние новости. 91% преподавателей вузов обладают критической установкой, считая, что ни одно СМИ не является полностью независимым и объективным и поэтому может случайно или намеренно исказить информацию.

Отношение человека к инновационным технологиям стоит в одном ряду с информационной, компьютерной, коммуникативной и медиаграмотностью. Если человек следит за технологиями, он больше заинтересован в развитии собственной цифровой грамотности [5].

Примерно две трети преподавателей вузов (72%) стараются быть в курсе технологических новинок, следят за трендами в сфере технологий. Преподаватели вузов (84%) в основном отмечают, что использование современных технологий (гаджетов и приложений) не вызывает у них затруднений. Большинство

преподавателей вузов (78%) придерживаются мнения, что современные гаджеты и приложения помогают людям в повседневной жизни, делают жизнь проще.

Таким образом, результаты оценки уровня цифровой грамотности НПР показывают, что две трети преподавателей вузов имеют достаточно знаний, навыков и следуют верным установкам. Тем не менее, существует необходимость развития у педагогов:

- знаний в области современной компьютерной техники и программного обеспечения, а также принципов их работы;
- навыков использования современных технологий (гаджетов и приложений);
- установок в области верификации информации из интернета и СМИ и в отношении пользы современных гаджетов для повседневной жизни человека.

Данный шаг является необходимой предпосылкой для последующего развития ИКТ-компетенций, применяемых в профессиональной деятельности научно-педагогическими работниками.

#### **Выводы (заключение)**

Для повышения уровня цифровой грамотности российским педагогам необходимо самостоятельно развивать знания и навыки использования современной компьютерной техники и программного обеспечения, инновационных устройств (гаджетов и приложений), менять и развивать установки в отношении восприятия пользы современных технологичных устройств, а также в области верификации информации из открытых интернет-ресурсов и СМИ.

Увеличению интереса педагогов к трендам и новинкам в сфере технологий может способствовать создание комфортной цифровой среды в учебных заведениях, а также ознакомление преподавателей с возможностями цифровых технологий, которые позволят упростить их профессиональную деятельность.

В сфере образования необходимо принять стандарты и программы повышения цифровой грамотности и ИКТ-компетенций педагогов, одним из важнейших направлений которых может стать развитие компетенций критического мышления, а также расширение знаний и навыков использования современных цифровых технологий –

компьютерной техники и программного обеспечения – в образовательном процессе.

В системе образования при поддержке государства и бизнеса необходимо разрабатывать программы повышения компьютерной грамотности преподавателей, обеспечивать методическую поддержку их деятельности, в том числе с использованием технологий дистанционного обучения. Важным пунктом является создание доступной цифровой среды для преподавателей из всех регионов России.

Государство может способствовать внедрению программ и политики внутренней информационной безопасности для вузов, в том числе при работе с персональными данными педагогов и учащихся. Без сомнения, будет наблюдаться дальнейшее расширение применения компьютерных технологий в вузах в исследовательской деятельности, в работе с источниками, в анализе и обработке данных, непосредственно в образовательном процессе.

*Библиографический список*

1. Аймалетдинов Т.А., Баймуратова Л.Р., Зайцева О.А., Имаева Г.Р., Спиридонова Л.В. Цифровая грамотность российских педагогов. Готовность к использованию цифровых технологий в учебном процессе. М.: Издательство НАФИ, 2019. 84 с.
2. Миронова Д.Д., Бурдова А.А. Развитие возможностей использования искусственного интеллекта и интеллектуальных технологий в условиях цифровой экономики и общей роботизации международного пространства // Научная весна-2018. Экономические науки: Сборник научных трудов. Научное электронное издание. Шахты, 2018. С. 12–18.
3. Черкесова Э.Ю., Миронова Д.Д. Институциональные инструменты реализации рационального импортозамещения в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2018. № 3 (92). С. 587–591.
4. Cherkesova E.Yu., Mironova D.D., Slatvitskaya I.I., Popova T.D. Sustainable import substitution in Russia: institutional conditions and efficiency imperatives // European Research Studies Journal. 2018. T. 21. № Special Issue 1. С. 287–295.
5. OECD Digital Economy Outlook 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/42577/3222224/Digital%20economy%20outlook%202015> (дата обращения: 09.10.2019).

УДК 338.24

***И. А. Шевчук***

Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Севастополь, e-mail: sevastopol@rea.ru

***Ю. В. Котелевская***

Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Севастополь, e-mail: ykotelevskaia@mail.ru

***Д. В. Нехайчук***

Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Севастополь, e-mail: dimchikn@mail.ru

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ САНАЦИЕЙ И РАННЕЙ ДИАГНОСТИКЕ БАНКРОТСТВА КАК ЭЛЕМЕНТАМ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Ключевые слова:** управление санацией, диагностика банкротства, управленческие решения, неплатежеспособность, моделирование.

Научная статья посвящена исследованию вопросов управлению санацией и ранней диагностики банкротства как элементов антикризисного управления. Становление рыночных отношений в России стало тем катализатором, который ускорил возникновение финансовой несостоятельности на большинстве отечественных предприятиях. Авторами рассмотрены различные модели диагностики возможного банкротства, предназначенные как для отечественных предприятий, так и классические примеры иностранного моделирования, в том числе с учетом отраслевых особенностей. Отсутствие стабильности в получении доходов и осуществлении расходов на финансирование деятельности, влияние фактора риска, присущего предпринимательской деятельности в условиях рынка, объективно обуславливают вероятность возникновения критических ситуаций в деятельности предприятий. Доказано, что методы управления санационными мероприятиями необходимо применять не только к предприятиям-должникам, но и к другим субъектам хозяйствования, имеющим вероятность или предрасположенность к неплатежеспособности в среднесрочной перспективе. Выявлено, что результаты оценки состояния предприятий и внедрения управленческих механизмов зависит от профессиональных качеств, опыта и знаний специалистов, проводивших анализ. С целью принятия обоснованных управленческих решений предложено распределение предприятий различных отраслей по классам в зависимости от значения критериальных показателей вероятности неустойчивого финансового состояния.

***I. A. Shevchuk***

Sevastopol Institute (branch) of PRUE, e-mail: sevastopol@rea.ru

***Yu. V. Kotelevskaya***

Sevastopol Institute (branch) of PRUE, e-mail: ykotelevskaia@mail.ru

***D. V. Nekhaychuk***

Sevastopol Institute (branch) of PRUE, e-mail: dimchikn@mail.ru

## **METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF SANITATION AND EARLY DIAGNOSTICS OF BANKRUPTCY AS ELEMENTS OF ANTI-CRISIS MANAGEMENT**

**Keywords:** rehabilitation management, bankruptcy diagnostics, management decisions, insolvency, modeling.

The scientific article is devoted to the study of rehabilitation management and early diagnosis of bankruptcy as elements of crisis management. The formation of market relations in Russia was the catalyst that accelerated the emergence of financial insolvency in most domestic enterprises. The authors examined various models for diagnosing possible bankruptcy, designed for both domestic enterprises and classic examples of foreign modeling, including taking into account industry specifics. The lack of stability in generating income and spending on financing activities, the influence of the risk factor inherent in entrepreneurial activity in a market, objectively determine the likelihood of critical situations in the activities of enterprises. It is proved that the methods of managing rehabilitation measures must be applied not only to debtor enterprises, but also to other business entities that are likely or predisposed to insolvency in the medium term. It was revealed that the results of assessing the state of enterprises and implementing managerial mechanisms depend on the professional qualities, experience and knowledge of the specialists who conducted the analysis. In order to make informed management decisions, the distribution of enterprises of various industries by classes is proposed depending on the value of the criterion indicators of the probability of an unstable financial condition.

Рыночная система хозяйствования обусловила значительные изменения условий и принципов деятельности предприятий. Наряду с элементами ее положительной структурной перестройки продолжается обострение экономических проблем хозяйствования, среди которых можно выделить ограниченность ресурсов и отсутствие опыта управления ими, конфликтность интересов, недостаточную стабильность, субъективность приоритетов и несоответствие финансовых решений возможностям предприятий.

В условиях реформирования экономической системы хозяйствования деятельность отечественных предприятий направлена на обеспечение выполнения их финансовых обязательств. Однако, отсутствие надлежащей практики договорной дисциплины предопределяет возникновение нестабильных финансовых ситуаций и углубление явлений неплатежеспособности, что приводит к значительному увеличению числа низкорентабельных предприятий. Преодоление указанных причин обуславливает необходимость применения неотъемлемых элементов рыночной экономики, среди которых ключевое место принадлежит финансовой санации.

Существенный вклад в разработку фундаментальных основ финансовой санации предприятий сделали экономисты Э. Альтман, Р. Таффлер, У. Бивер, А.Н. Ряховская, В.Б. Попов, Э.М. Коротков, Ю.А. Арутюнов, Т.Н. Водоносова, И.И. Мазурова, В.И. Орехов, К.А. Гореликов и другие ученые.

Учитывая важность наработок в теоретико-методологической базе финансовой санации предприятий, стоит отметить, что отдельные теоретические, методические и практические аспекты остаются недостаточно разработанными, преобладает фрагментарный анализ и выборочный подход к освещению отдельных аспектов ее инструментария.

В рыночной экономике, как отмечают зарубежные исследователи, треть вины за неплатежеспособность предприятий зависит от внешних и две трети – от внутренних факторов. Отечественные исследователи не без основательно считают, что для современной России характерна обратная пропорция. Значительная часть критических ситуаций,

возникающих в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятий, является следствием влияния факторов внешней среды [10].

Характерными признаками внешнего и внутреннего положения предприятий в условиях рыночной экономики является нестабильность и неопределенность, причина чего кроется в изменении рыночной ситуации, ориентации потребителей, цен на материальные, трудовые и финансовые ресурсы, налоговом законодательстве, других инструментах государственного регулирования бизнеса.

Отсутствие стабильности в получении доходов и осуществлении расходов на финансирование деятельности, влияние фактора риска, присущего предпринимательской деятельности в условиях рынка, объективно обуславливают вероятность возникновения критических ситуаций в деятельности предприятий. С одной стороны, их можно рассматривать как объективную закономерность рыночной экономики, с помощью которой обеспечивается реализация механизма рыночной саморегуляции деятельности предпринимательских структур рынка в соответствии с законом спроса и предложения. С другой стороны, возникновение критических ситуаций обуславливается действием негативных внутренних обстоятельств, присущих деятельности конкретного предприятия или неэффективных его управленческих решений.

Когда при возникновении негативных тенденций в деятельности предприятий на ранних стадиях не осуществляются необходимые превентивные и оперативные действия, финансовое состояние предприятий ухудшается и переходит к более напряженному – состоянию неплатежеспособности.

Характерными признаками этого состояния является периодический и длительный дефицит денежных средств предприятий для выполнения ими своих обязательств и финансирования текущей деятельности.

При формировании и развитии условий рыночного хозяйствования понятие «санация» связано с устранением противоречий экономических интересов в условиях потери предприятием платежеспособности и способности ее восстановить, что может привести к его

финансовой несостоятельности или банкротству.

В научной полемике по поводу экономического содержания санации и механизмов ее осуществления участвует широкий круг ученых.

В. Евтушевский под санацией понимает ряд мер, направленных на урегулирование проблемы долгов и финансового оздоровления предприятия-должника, осуществляющихся на основе соглашений участников этой процедуры [3].

В. Бугаев понятие «санация» раскрывает через систему мероприятий. Автор утверждает, что санация является системой мер по улучшению финансового состояния предприятия с помощью банков и государства без помощи кредиторов [3].

На постоянном осуществлении санации настаивает Е. Анрушак, указывая на то, что меры санации необходимо применять не только к предприятиям-должникам, но и к другим субъектам хозяйствования, которые пытаются внедрять на предприятиях оздоровительные мероприятия [4].

Изложенное позволяет сделать вывод, что первоочередной задачей неплатежеспособного предприятия является осуществление мероприятий, способствующих восстановлению платежеспособности, ликвидности и достижению прибыльности предприятия. Такие меры предусматривают мобилизацию и использование денежных ресурсов внутреннего и внешнего происхождения.

Таким образом, характер санации, ее роль и значение определяются процессом восстановления платежеспособности предприятия.

На основании ретроспективного анализа научных подходов к трактовке санации и ее законодательного определения считаем целесообразным рассматривать санацию через ее финансовую природу и условия осуществления, поскольку деятельность предприятий в условиях рыночной дестабилизации требует применения качественно нового подхода к сохранению платежеспособности, достижению прибыльности и укреплению их финансового состояния.

Эффективность осуществления финансовой санации предприятий обеспечивается своевременным выявлением угрозы неплатежеспособности на упо-

мянутых предприятиях, что позволяет вовремя применить инструментарий финансовой санации.

Научные взгляды отечественных ученых об угрозе неплатежеспособности предприятий сформированы в основном на так называемой «классической модели санации» [2]. Ее используют как основу для разработки механизма укрепления финансового состояния предприятий в странах с развитой рыночной экономикой.

Согласно упомянутой модели определяют уровень потери доверия кредиторов, инвесторов, злоупотребления руководством, снижение реальной стоимости капитала предприятия, что привело к угрозе его неплатежеспособности. Если предприятие обладает реальным финансовым обеспечением, собственными производственными мощностями и высоким качеством менеджмента, а также возможностями привлечения дополнительного капитала, то у него есть санационные возможности улучшить свое положение. Когда производственный потенциал предприятия разрушен, рынки сбыта продукции потеряны, структура баланса неудовлетворительна, а предприятие имеет большие долговые обязательства, то принимают решение о его ликвидации путем реализации имущества и погашения задолженности [3].

Наиболее распространенными из количественных моделей являются модели зарубежных ученых Э. Альтмана, Р. Таффлера, У. Бивера, Г. Спрингейта, Р. Лиса. В дальнейшем отечественными учеными были предприняты попытки совершенствования рассмотренных моделей для российских условий.

Новые методики диагностики возможного банкротства, предназначенные для отечественных предприятий и, следовательно, лишенные по замыслу их авторов многих недостатков иностранных моделей, были разработаны Иркутской государственной экономической академией, О.П. Зайцевой, Р.С. Сайфуллиным и Г.Г. Кадыковым.

Кратко охарактеризуем каждую из вышеперечисленных моделей.

Модель Э. Альтмана. Модель была разработана на основе анализа финансового состояния 66 предприятий и представлена в 1968 году. Первоначальный

вариант модели мог быть применим только для организаций акции, которых котируются на фондовой бирже. В дальнейшем модель была усовершенствована, и с 1983 года могла применяться и для организаций, не реализующих свои акции на бирже.

Модель Альтмана представляет собой функцию, зависящую от показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

«Оценка вероятности банкротства в модели Э. Альтмана осуществляется по следующей формуле:

$$Z = 0,717 \cdot X_1 + 0,847 \cdot X_2 + 3,107 \cdot X_3 + 0,420 \cdot X_4 + 0,998 \cdot X_5, \quad (1)$$

где  $X_1$  – оборотный капитал/сумма активов;  $X_2$  – нераспределенная прибыль /сумма активов;  $X_3$  – прибыль до налогообложения/сумма активов;  $X_4$  – собственный капитал (рыночная оценка)/сумма обязательств;  $X_5$  – выручка/сумма активов [11].

Оценка вероятности наступления банкротства в модели Альтмана в зависимости от значения показателя  $Z$  представлена в табл. 1.

**Таблица 1**

Оценка вероятности наступления банкротства в модели Э. Альтмана

Значение показателя $Z$	Вероятность наступления банкротства
< 1,81	от 80 до 100%
1,81–2,77	от 35 до 50%
2,77–2,99	от 15 до 20%
> 2,99	ситуация на предприятии стабильна

Источники: составлено автором на основании [11].

« $Z$ -счет (индекс) имеет общий серьезный недостаток – по существу, его можно использовать лишь в отношении крупных компаний, котирующих свои акции на биржах. Именно для таких компаний можно получить объективную рыночную оценку собственного капитала».

Модель Р. Таффлера. Модель была построена на основании анализа данных более 80 компаний Великобритании, половина из которых была банкротами, другая по-

ловиной – платежеспособными компаниями. Модель была представлена в 1977 году.

«Оценка вероятности наступления банкротства организации согласно модели Таффлера рассчитывается на основании следующей формулы:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4, \quad (2)$$

где  $X_1$  – прибыль от реализации/краткосрочные обязательства;  $X_2$  – оборотные активы/сумма обязательств;  $X_3$  – краткосрочные обязательства/сумма активов;  $X_4$  – выручка от реализации/сумма активов» [4].

Согласно модели при значении  $Z > 0,3$  – малая вероятность банкротства; при  $Z < 0,2$  – высокая вероятность банкротства организации.

Модель Г. Спрингейта. Данная модель была создана в 1978 года на основе модели Э. Альтмана. Для создания модели Спрингейт использовал финансовую отчетность от 40 предприятий Канады, половина из которых были успешно функционирующими, другая половина – банкротами.

«Математически модель Г. Спрингейта можно представить следующим образом:

$$Z = 1,03X_1 + 3,07X_2 + 0,66X_3 + 0,4X_4, \quad (3)$$

где  $X_1$  – оборотный капитал/сумма активов;  $X_2$  – (прибыль до налогообложения + проценты к уплате)/сумма активов;  $X_3$  – прибыль до налогообложения/краткосрочные обязательства;  $X_4$  – выручка от реализации/сумма активов» [9].

Если значение показателя  $Z > 0,862$  – организация находится в удовлетворительном финансовом состоянии, если же  $Z < 0,862$  – организация неплатежеспособна и является банкротом.

Модель Лиса В. этой модели факторы-признаки учитывают такие результаты деятельности, как ликвидность, рентабельность и финансовая независимость организации.

«Расчет вероятности наступления банкротства в модели Лиса представлен следующим образом:

$$Z = 0,063X_1 + 0,092X_2 + 0,057X_3 + 0,001X_4, \quad (4)$$

где  $X_1$  – оборотный капитал/сумма активов;  $X_2$  – прибыль от реализации/сумма активов;  $X_3$  – нераспределенная

прибыль/сумма активов;  $X_4$  – собственный капитал/заемный капитал» [10].

«Если  $Z < 0,037$  – вероятность банкротства высокая;  $Z > 0,037$  – вероятность банкротства низкая» [8].

Модель Сайфуллина-Кадыкова. При прогнозировании вероятности банкротства в отечественных условиях многие российские ученые столкнулись с проблемой необходимости их адаптации. Так, в 1996 году Р.С. Сайфулиным и Г.Г. Кадыковым была разработана новая модель прогнозирования банкротства, которая рассматривается как модель, которая может применяться в любой отрасли и для организаций различного масштаба.

«Расчет вероятности банкротства в модели Сайфуллина-Кадыкова осуществляется по следующей формуле:

$$Z = 2X_1 + 0,1X_2 + 0,08X_3 + 0,45X_4 + X_5, \quad (5)$$

где  $X_1$  – коэффициент обеспеченности собственными средствами;  $X_2$  – коэффициент текущей ликвидности;  $X_3$  – коэффициент оборачиваемости активов;  $X_4$  – коэффициент менеджмента, рассчитываемый как отношение прибыли от реализации к выручке;  $X_5$  – рентабельность собственного капитала» [12].

При значении  $Z < 1$  для предприятия существует высокий риск банкротства, если  $Z > 1$  – низкий риск.

Модель Зайцевой. Модель относится к одной из новых методик диагностики банкротства, предназначенных для отечественных организаций.

«Расчет вероятности банкротства производится по формуле:

$$Z_{\text{факт}} = 0,25X_1 + 0,1X_2 + 0,2X_3 + 0,25X_4 + 0,1X_5 + 0,1X_6, \quad (6)$$

где  $X_1$  – прибыль (убыток) до налогообложения/собственный капитал;  $X_2$  – кредиторская задолженность/дебиторская задолженность;  $X_3$  – краткосрочные обязательства/наиболее ликвидные активы;  $X_4$  – прибыль до налогообложения/выручка;  $X_5$  – заемный капитал/собственный капитал;  $X_6$  – сумма активов/выручка» [3].

Если  $Z_{\text{факт}} > Z_{\text{норматив}}$ , то высока вероятность банкротства предприятия. Если наоборот, то риск банкротства незначительный.

$Z_{\text{норматив}}$  рассчитывается по следующей формуле:

$$Z_{\text{норматив}} = 1,57 + 0,1X_{6 \text{ прошлого года}}. \quad (7)$$

Модель Иркутской государственной экономической академии. Модель ИГЭА позволяет прогнозировать банкротство предприятия за три квартала с вероятностью 81 %. Однако, в основе модели находятся данные анализа предприятий торговли, в связи с чем, данная модель может давать погрешности при использовании в других отраслях.

«Математически формула расчета вероятности банкротства в модели ИГЭА предприятия выглядит следующим образом:

$$Z = 8,38X_1 + X_2 + 0,054X_3 + 0,63X_4, \quad (8)$$

где  $X_1$  – чистый оборотный капитал/сумма активов;  $X_2$  – чистая прибыль/собственный капитал;  $X_3$  – выручка/сумма активов;  $X_4$  – чистая прибыль/себестоимость» [11].

Распределение вероятности наступления банкротства в модели ИГЭА в зависимости от значения показателя  $Z$  представлено в табл. 3.

**Таблица 3**  
Распределение вероятности банкротства в модели ИГЭА

Значение $Z$	Вероятность банкротства
Меньше 0	Максимальная (90–100%)
0–0,18	Высокая (60–80%)
0,18–0,32	Средняя (35–50%)
0,32–0,42	Низкая (15–20%)
Больше 0,42	Минимальная (до 10%)

Источник: [10].

Учеными Казанского государственного университета была разработана методика прогнозирования несостоятельности организации с учетом отраслевых особенностей. Методика предусматривает распределение организаций по классам кредитоспособности в зависимости от значения определенных финансовых показателей: Распределение по классам кредитоспособности осуществляется следующим образом:

I класс – организации с хорошим финансовым состоянием (финансовые показатели выше среднеотраслевых,

с минимальным риском не возврата долговых обязательств);

II класс – организации, имеющие удовлетворительное финансовое состояние (финансовые показатели на уровне среднеотраслевых, с нормальным риском не погашения долговых обязательств);

III класс – организации, имеющие неудовлетворительное финансовое состояние (финансовые показатели ниже среднеотраслевых, с высоким риском невозврата долговых обязательств).

В связи с тем, что для различных отраслей экономики используются различные нормативные значения финансовых показателей, авторами модели были предложены критериальные значения показателей отдельно для каждой из таких отраслей как промышленность (машиностроение), торговля (оптовая и розничная); строительство и проектные организации; наука (научное обслуживание). Распределение предприятий различных отраслей по классам в зависимости от значения критериальных показателей представлено в табл. 4.

**Таблица 4**

Распределение предприятий различных отраслей по классам в зависимости от значения критериальных показателей

<b>Промышленность (машиностроение)</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 0,8	0,8–1,5	> 1,5
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 3,0	1,5–3,0	< 1,5
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 2,0	1,0–2,0	< 1,0
<b>Предприятия торговли (оптовой)</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 1,5	1,5–2,5	> 2,5
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 3,0	1,5–3,0	< 1,5
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 1,0	0,7–1,0	< 0,7
<b>Предприятия торговли (розничной)</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 1,8	1,8–2,9	> 3,0
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 2,5	1,0–2,5	< 1,0
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 0,8	0,5–0,8	< 0,5
<b>Строительные организации</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 1,0	1,0–2,0	> 2,0
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 2,7	1,5–2,7	< 1,0
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 0,7	0,5–0,8	< 0,5
<b>Проектные организации</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 0,8	0,8–1,6	> 1,6
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 2,5	1,1–2,5	< 1,1
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 0,8	0,3–0,8	< 0,3
<b>Научная сфера деятельности (научное обслуживание)</b>				
№ п/п	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заемных и собственных средств	< 0,9	0,9–1,2	> 1,2
2	Вероятность банкротства (Z-счет Альтмана)	> 2,6	1,2–2,6	< 1,2
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	> 0,9	0,6–0,9	< 0,6

Источник: [7].

Важно учитывать, что все качественные модели оценки вероятности банкротства являются достаточно субъективными, поскольку результат оценки зависит от профессиональных качеств, опыта и знаний специалиста, проводившего анализ, поэтому они не могут быть единственным критерием при прогнозировании банкротства и основанием для принятия управленческих решений, а должны использо-

ваться в комплексе с количественными моделями.

«Таким образом, в практике не существует универсальной методики предсказания банкротства, поэтому целесообразно отслеживание динамики результирующих показателей по нескольким из них. Выбор конкретных методик должен диктоваться особенностями отрасли, в которой функционирует предприятие, размером предприятия» [1–2].

*Библиографический список*

1. Котелевская Ю.В., Трофимова В.В., Нехайчук Д.В. Система управления государственными закупками в России: особенности функционирования в современных условиях // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2 (80). С. 153–156.
2. Trofimova V.V., Nekhaichuk D.V., Nekhaichuk Yu.S. Foreign experience of ensuring the financial autonomy of local self-governments // Competitive, Sustainable and Secure Development of the Regional Economy: Response to Global Challenges Proceedings of the International Scientific Conference. Editor Elena G. Russkova, Director, Institute of Economics and Finance, Volgograd State University. 2018. P. 180–183.
3. Блажевич О.Г., Котелевская Ю.В. Особенности финансирования деятельности компаний в современных условиях хозяйствования // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2016. № 4 (37). С. 102–107.
4. Балобанова Т.Ю. О результатах анализа по методу Э. Альтмана финансовой устойчивости российских организаций (итоги за 2015–2016 годы) // Социально-экономическое развитие России и регионов в цифрах статистики. материалы IV международной научно-практической конференции: в 3 томах. ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина»; Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области. 2017. С. 120–125.
5. Баусова В.В. Исследование применимости моделей оценки вероятности банкротства российских компаний строительной отрасли // Economics and management: problems and innovations. Сборник статей II Международной научно-практической конференции. 2018. С. 53–56.
6. Соколов Я.А., Баранова В.В. Актуальные методы оценки финансовых рисков на предприятии // Вопросы образования и науки: теоретические и практические аспекты. Сборник статей международных научно-практических конференций НИЦ ПНК от 30 апреля 2018 г. 2018. С. 159–170.
7. Тер-Карпетов Р.А. Управление кредитными рисками как главная предпосылка и элемент кредитного механизма в нестабильных экономических условиях // Пробелы в российском законодательстве. 2014. № 2. С. 334–338.
8. Каледин С.В. Анализ методов оценки вероятности банкротства Таффлера и Романа Лиса (для английских компаний) // Генеральный директор: Управление промышленным предприятием. 2005. № 10. С. 49–50.
9. Киргизов К.И. Возможность оценки риска банкротства предприятий отрасли розничной торговли в российских реалиях // Общество, технология и окружающая среда: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. 2017. С. 82–93.