

Университет ИТМО
СПбУ ГПС МЧС России

**СТРАТЕГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ
УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ:
отраслевой и региональный аспект**

**Материалы IX Международной научно-практической конференции
15 мая 2020 года**

Под общей редакцией проф. В.Л. Василёнка



 **УНИВЕРСИТЕТ ИТМО**

Санкт-Петербург
2021

УДК 336; 338
ББК 65.05; 65.26

Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы IX Междунар. науч.-практ. конф., 15 мая 2020 г. / Под общ. ред. проф. В.Л. Василёнка. – СПб.: Университет ИТМО, Издательство ООО «НПО ПБ АС», 2021. – 570 с.

ISBN 978-5-7577-0628-3 (Университет ИТМО)

ISBN 978-5-907116-53-5 (ООО «НПО ПБ АС»)

Редакционная коллегия:

д.э.н., профессор Василёнок В.Л. (главный редактор);

д.э.н., профессор Сергеева И.Г.; к.т.н., доцент Сергиенко О.И.; д.э.н., профессор Шапиро Н.А., д.э.н., профессор Смирнова И.В., д.э.н., профессор Коваленко Б.Б., к.э.н., доц. Негреева В.В.

Настоящий сборник включает материалы IX Международной научно-практической конференции «Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект», состоявшейся 15 мая 2020 года на базе Национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики (факультет технологического менеджмента и инноваций) и Санкт-Петербургского университета государственной противопожарной службы МЧС России (кафедра экономики и права Института безопасности жизнедеятельности).

Научные статьи отражают проблемы инновационного отраслевого, регионального и национального развития, проблемы экономической безопасности функционирования предприятий, отраслей и территорий, актуальные экономические и социально-экономические аспекты предпринимательства в условиях развития цифровых технологий.

Сборник научных статей адресуется научным работникам, преподавателям, аспирантам, магистрантам, специалистам и бакалаврам, а также практическим работникам. Материалы конференции публикуются в авторской редакции.

 УНИВЕРСИТЕТ ИТМО



© Университет ИТМО, 2021
© СПбУ ГПС МЧС России, 2021
© Авторы, 2021

ПРЕДИСЛОВИЕ

Международная научно-практическая конференция «Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект» постоянно действует с 2006 года и представляет собой форму демонстрации достижений и признания результатов научных исследований. За этот период научно-исследовательский коллектив оргкомитета и организующих ее кафедр прошел путь от обсуждения общих проблем управления экономикой в отраслевом и региональном аспектах и анализа опыта вузовской работы до разработки рекомендаций органам власти в регионах и на местах по формированию механизма отбора приоритетных направлений экономической и социальной политики, решению проблем экономической безопасности функционирования предприятий, отраслей и территорий, стратегии и тактики антикризисного поведения, актуализации социального и гуманитарного аспектов содержания высшего образования.

Экономические условия настоящего времени мотивировали коллектив к расширению спектра направлений научных исследований, ориентированных на создание моделей и механизмов устойчивого развития национальной хозяйственной системы, инновационного поведения субъектов реального сектора экономики, конкурентоспособности предприятий и организаций, участвующих в реализации программ импортозамещения, разработку экстренных мер по обеспечению экономической безопасности и влияние повышения качества высшего образования на темпы и результаты цифровой экономики.

Современные направления научных исследований позволили объединить усилия двух ведущих вузов, содержательно обогатили образовательный процесс новыми программами, курсами, факультативами.

РАЗДЕЛ 1

ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ КИБЕРФИЗИЧЕСКИХ СИСТЕМ

В.Н. Бурдуковский, Г.П. Чудесова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

vburdukovskiy@niuitmo.ru
tchudesova@yandex.ru

Аннотация

Настоящая статья посвящена медицинским киберфизическим системам и их неотъемлемой части – большим данным. Понимание структуры и приложений медицинских киберфизических систем в современном здравоохранении даёт возможность клиникам и больницам выйти на новый уровень обслуживания, сократить расходы и повысить конкурентоспособность.

Ключевые слова

Здравоохранение, медицинские киберфизические системы, мониторинг пациентов, большие данные.

Введение

В настоящее время все большее распространение в здравоохранении получают медицинские системы и устройства, которые объединены в сеть, чтобы удовлетворять потребностям пациентов в соответствии с диагнозом. На сегодняшний день рассмотрение киберфизических систем открывает многочисленные возможности в биомедицинской инженерии, здравоохранении и медицине, включая имиджевую терапию/хирургию, интеллектуальные операционные/больницы, контроль потока биологических анализов и улучшение физических/нейронных протезов. Такие устройства, как системы подачи кислорода, инфузионные насосы и датчики мониторинга состояния пациента используются во многих странах. Эти устройства, собранные в новые конфигурации, соответствуют потребностям конкретных пациентов.

С модернизацией системы здравоохранения, медицинские приборы, стали заменять устройствами, которые предназначены для лечения пациентов путем интеграции устройств с использованием распределенных систем, которые одновременно контролируют / исследуют физиологическое состояние пациента. Сочетание встроенных медицинских устройств и сетевых возможностей превратило медицинскую систему в современное медицинское устройство, рассматриваемое как класс киберфизических систем, которые называют медицинскими киберфизическими системами (МКФС) [1].

Медицинские киберфизические системы

Медицинские киберфизические системы – это системы нового поколения, которые используют облачные вычисления для интеграции нескольких медицинских киберфизических систем с целью повышения качества обслуживания, быстрого реагирования на изменения состояния пациентов и расширения объема услуг в больницах.

Медицинские киберфизические системы – это системы программ и сетевых устройств, которые используются в больницах для обеспечения высококачественного и непрерывного присмотра, а также ухода за пациентами. Данные системы работают с набором встроенных устройств и управляют этими устройствами из киберплатформы с набором командного управления. Любые изменения в физическом мире находятся под влиянием киберпространства. Небольшие встраиваемые системы могут быть подключены к пациенту в

системе его мониторинга для отслеживания различных состояний организма. После этого, собранная информация обрабатывается локально в режиме реального времени.

В контексте системы удаленного мониторинга пациента МКФС – это небольшие встроенные системы, которые соединены с человеческим телом и фиксируют состояние организма, обрабатывают полученные данные в локальном режиме реального времени и посылают только релевантные данные через интернет или с помощью мобильной связи.

МКФС характеризуются неоднородным информационным потоком, интеллектуальным принятием решений и межотраслевым взаимодействием датчиков.

Структура медицинских устройств состоит из проводных / беспроводных интерфейсов, позволяющих сетевым устройствам записывать данные пациентов. Эти устройства требуют сетевых систем или устройств замкнутого контура, где пациенты могут быть подключены одновременно к различным медицинским устройствам. С помощью такого устройства можно, например, регулировать дыхание, доставлять лекарства или сообщать о физиологическом состоянии пациента. Эти данные, полученные от различных медицинских устройств и датчиков, должны быть проанализированы и объединены соответствующим образом через социальные службы. В операционной многие устройства могут обеспечивать функции жизнеобеспечения на основе предоставленной информации различными устройствами мониторинга. Сегодня большинство медицинских устройств основаны на цифровых технологиях для сбора и агрегирования информации об устройстве для дальнейшей передачи, если это требуется, поставщикам медицинских услуг для какого-либо действия. Таким образом, привлечение механизмов контроля и вычислений к серьезной медицинской информации, передаваемой через сеть, формирует существенную предпосылку к высоконадежным медицинским киберфизическим системам для их поддержки и оптимизации. Несколько устройств киберфизических систем должны взаимодействовать друг с другом, чтобы оптимизировать уход за пациентом на высоком качественном уровне.

Обычно физиологические данные пациента собраны в клинической информационной системе (КИС) с помощью сенсорных устройств. Вначале проводится клиническое обследование, затем система поддержки принятия решений анализирует физиологическое состояние пациента. Полученные данные передаются лицам, осуществляемым уход, также они необходимы для проведения диагностики и различного рода деятельности, связанной с лечением пациента. Результаты анализа данных и инструкция врача подаются к контрольным устройствам для лечения пациента. В большинстве случаев МКФС предоставляют высококачественные медицинские услуги. Кроме того, переход от традиционного лечения к дистанционному с помощью совместного внедрения медицинских киберфизических систем и масштабных информационных сетей приведет к значительному снижению медицинских расходов.

Возможности предоставляемые МКФС и их виды

В настоящее время существует несколько тенденций, которые возникли с использованием медицинских киберфизических систем, в том числе из них можно выделить следующие [2]:

1. Улучшение сетевых возможностей: в настоящее время медицинские сетевые возможности устройств в основном используются для мониторинга пациентов через локальное подключение различных медицинских устройств и удаленного мониторинга, а также для взаимодействия с электронными медицинскими картами и их хранения.

2. Новое ПО встраиваемых систем: в соответствии с новыми тенденциями во встраиваемых системах их функциональные возможности оснащены новыми программными продуктами, с помощью которых разрабатываются системы для медицинского оборудования.

4. Необходимость автоматического контроля состояния пациента: использование автоматизированного контроллера может обеспечить непрерывное наблюдение за состоянием пациента и может справиться с различными штатными ситуациями.

5. Новые изобретения в индустрии здравоохранения: применение биосенсоров в медицинских устройствах ускорило внедрение облачных вычислений.

6. Развитие компьютерных технологий и беспроводной связи: использование информационных технологий и мобильных широкополосных сетей позволяет получить доступ к разного рода интернет-услугам.

Таким образом, здравоохранение, в котором используются мобильные устройства и беспроводные технологии, становится все более популярным и востребованным.

Большие данные в МКФС: характеристика, виды и уровни

Современные медицинские системы – это интеграция различных классов устройств, которые могут выполнять различные функции в режиме реального времени. С появлением дешевых портативных устройств удаленный мониторинг пациента становится все более распространенным, и количество пациентов, использующих его, становится все больше. Хранение и обработка данных мониторинга требует определенной инфраструктуры, и это стало огромной вычислительной сложностью. Поэтому в здравоохранении существует огромная потребность в улучшении функциональных возможностей действующей системы мониторинга. Проблемы, связанные с предоставлением значимой информации на основе этих данных, пользуются большим спросом в системе здравоохранения. Для выполнения этой задачи в индустрии здравоохранения проводится модернизация существующей инфраструктуры, которая работает более эффективно, уменьшает ошибки вычислений и полностью эластична по отношению к различным требованиям. Такая система повторно запрашивает различные подсистемы, обеспечивающие выполнение функций фильтрации, прослушивания, обработки, ускорения и обогащения [4].

В системе удаленного мониторинга организм пациента подключается к различным датчикам для измерения различных физико-географических данных, таких как ЭКГ, уровень кислорода и др. Эти данные затем отправляются на удаленный сервер приложений. Это помогает медицинскому работнику проанализировать данные и среагировать на изменения в состоянии пациента.

Система мониторинга пациента генерирует слабо структурированные данные с различных датчиков, подключенных к пациенту в течение определенного периода времени. А это большие сложные системы, требующие эффективных алгоритмов для обработки этих необработанных данных, и требующие огромной вычислительной мощности. Большие данные [3] относятся к данным, полученным с различных датчиков, которые собирают медицинские, дорожные и социальные данные. Некоторые из характеристик больших данных в медицине – это объем, скорость и многообразие.

1. Объем. Объем данных, получаемых от различного медицинского оборудования, больше по сравнению с другими данными.

2. Скорость. Объем потока данных по медицинским сетям гораздо меньше по сравнению с годовым объемом хранения данных всей больничной системы.

3. Многообразие. Медицинские данные пестрят многообразием. Источниками данных могут быть данные с датчиков мониторинга, геномные данные, изображения, видео, электронные медкарты, заключения, выписки и т. д.

Структура медицинских киберфизических систем, состоит из трех уровней данных, а именно, уровня сбора данных, уровня управления данными и уровня обслуживания приложений:

1. Сбор данных: Этот уровень состоит из узлов данных и адаптеров. Он обеспечивает унифицированный интерфейс доступа к системе для гетерогенных данных из больниц, интернета или пользовательского контента. С помощью адаптера можно осуществлять предварительную обработку необработанных данных в различных структурах и форматах для обеспечения доступности и безопасности передачи данных на уровень управления данными.

2. Управление данными: Этот уровень состоит из модуля дискретного файлового хранилища и модуля распределенных параллельных вычислений. С помощью технологий, связанных с большими данными, дискретное файловое хранилище повышает производительность системы здравоохранения, обеспечивая эффективное хранение данных. В

соответствии со своевременностью данных и приоритетом задачи анализа модули используют соответствующие методы обработки и анализа данных.

3. Сервисный уровень приложения: Этот слой предоставляет пользователям основные результаты визуального анализа данных. Он также предоставляет открытый унифицированный (программный) интерфейс приложения для разработчиков.

Одной из ключевых составляющих сбора данных является узел данных. Ориентированный на пользователя медицинских киберфизических систем он ежедневно собирает не только данные по медицине, но и данные, связанные со здравоохранением. По источникам узлы данных можно разделить на следующие пять групп.

1. Данные исследований. Институты по изучению и разработке лекарственных средств - учебные заведения и другие научно-исследовательские институты накопили большой объем исследовательских данных, таких как данные клинических испытаний и высокопроизводительные данные скрининга. Эти цифровые данные, включая данные об индивидуальных или клинических генах или белках, могут помочь определить побочный эффект лекарства или открыть новое лекарство.

2. Данные о медицинских расходах. Медицинская деятельность генерирует данные о расходах на здравоохранение, такие как медицинские счета и возмещение медицинских расходов, которые не являются традиционными данными в здравоохранении, но могут быть использованы для анализа и оценки медицинских расходов. Эти данные, как правило, хранятся в различных базах данных медицинских учреждений, которые географически рассредоточены и используют унифицированные форматы данных.

3. Клинические данные. Это типичные медицинские данные, которые обычно собираются поставщиками медицинских услуг для клинической диагностики. Эти данные могут быть унифицированы, управляться и быть открытыми для исследователей с необходимыми предпосылками для обеспечения конфиденциальности пациента.

4. Данные об индивидуальной активности. Такие данные генерируются не только в секторе здравоохранения, но и в сфере личного здоровья. Например, индивидуальные данные о потреблении в розничной торговле могут отражать жизненные привычки, которые могут использоваться для оценки индивидуального риска для здоровья и составления индивидуального плана медицинского страхования. Кроме того, на основе физиологических данных, собранных носимыми приборами, можно легко контролировать и отслеживать состояние здоровья пользователя [5].

5. Данные об индивидуальных эмоциях. Эти данные могут быть собраны с помощью информации, опубликованной в социальной сети, и использованы для измерения психического здоровья. Особенно для восстановления пациента, врач может скорректировать план лечения в соответствии с эмоциями пациента.

Сбор данных невозможен без адаптера. Адаптер – это промежуточное программное обеспечение, обеспечивающее узел данных доступом к системе, который является не только физическим каналом передачи данных, но и препроцессором исходных данных и шифровальным устройством.

Заключение

На сегодняшний день МКФС плотно вошли в сферу здравоохранения и помогают контролировать состояние здоровья, моделировать новые методы лечения и диагностики различных заболеваний и множество других возможностей.

Таким образом, использование МКФС обеспечивает эффективность, надёжность, конфиденциальность и скорость обслуживания пациентов. Кроме того отмечено, что неотъемлемой частью медицинских киберфизических систем являются большие данные и, что они служат для сбора, анализа, обработки и транспортировки полученных от МКФС данных в соответствующие инстанции.

Литература

1. Arney D., Pajic M., Goldman JM., et al. Toward patient safety in closed-loop medical device systems. In Proceedings of the 1 st ACM / IEEE International Conference on Cyber-Physical Systems. ACM. 2010. – p. 139–148.
2. Goswami, S., Roy, P., Dey, N. and Chakraborty, S. Wireless body area networks combined with mobile cloud computing in healthcare: a survey. / Class. Clust. Biomed. Sign. Proc. 7:388, 2016.
3. Sam Madden, From Databases to Big Data, IEEE Internet Computing, Vol 16, No 3, 2012. - p. 4-6.
4. Wang X., Yang L.T., Xia X., Jin J., et al. A cloud-edge computing framework for cyber-physical-social services / IEEE Commun. Mag. 55 (11), 2017. – p. 80–85.
5. Liu L., Xie G., Li R. Synchronization stability analysis of medical cyber-physical cloud system considering multi-closed-loops / Journal of Circuits, Systems and Computers. Vol 28, No 12, 2019. – p. 45-48.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СТРАХОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

А.В. Вериго

Белорусский государственный университет, Минск, Республика Беларусь

anverigo@yandex.ru

Аннотация

В статье рассмотрены инструменты и механизм стратегического управления деятельностью страховых организаций. Изложены теоретические аспекты эффективного управления деятельностью страховых организаций. Обозначены проблемы и направления повышения эффективности стратегического управления деятельностью страховых организаций на примере опыта белорусских страховых компаний.

Ключевые слова

Эффективность деятельности, управление, стратегия развития, страхование.

Исследованию различных аспектов эффективного управления деятельностью страховых организаций посвящена обширная отечественная и зарубежная литература. Высоко оценивая вклад ученых в решение различных вопросов объекта исследования отметим, что вопросы реализации эффективного стратегического управления деятельностью страховых компаний в зависимости от стадий жизненного цикла ее развития, объемов бизнеса в контексте стратегических целей управления изучены не в полной мере.

В современной отечественной и зарубежной литературе представлены различные подходы авторов к оценке эффективности управления деятельностью предприятий. Представим отдельные из них: 1) Лимитовский М. А. для выбора оптимального финансового решения предлагает использовать критерии оценки деятельности предприятий (показатели доходности инвестиций, активов, собственного капитала) [1, с. 302–303]; 2) Гусева Е.П. определяя направления анализа комплексной оценки состояния системы управления выделяет относительные и абсолютные показатели оценки эффективности управления, а показатели «прибыль» и «фактический чистый доход» определяет как критерии оценки эффективности аппарата управления [2, с. 332]; 3) Бланк И.А. приравнивает «степень умения менеджеров» и «уровень прибыли» [3, с. 10], идентифицируя, тем самым, последний показатель как критерий эффективности управления; 4) Банк В.Р. выделяет группу «показатели оценки эффективности управления», которая включает показатели отношения различных видов прибыли к объему реализации [4, с. 286], по содержанию данной точки зрения придерживаются также Баканов М.И. и Шермет А.Д. [5, с. 288].

Обобщая проведенное исследование указанных и других источников, можно сделать вывод, что ученые, рассматривая критерии эффективности управления деятельностью предприятия, прежде всего, выделяют абсолютные (прибыль) и относительные (рентабельность) показатели оценки эффективности деятельности. Показатели прибыли и рентабельности, безусловно, являются важными и практически значимыми показателями, однако в контексте стратегического управления деятельностью предприятий (решения стратегических задач развития всех видов деятельности организации) они не позволяют провести всестороннюю оценку его эффективности.

Рассмотрим проблемы реализации эффективного стратегического управления деятельностью организаций применительно к белорусскому страховому рынку. Однако

вначале необходимо определиться с понятием эффективное управление. Как правило, под данным понятием понимают результативность деятельности определенной управляющей системы (субъекта управления), выраженной в конкретных показателях, отражающих количественные и качественные характеристики деятельности предприятия. К сказанному можно дополнить, что эффективное управление предполагает достижение намеченной цели (тактической, стратегической) развития с наименьшими затратами.

С учетом представленного подхода к эффективности управления можно выделить следующие проблемы реализации эффективного стратегического управления на белорусском страховом рынке:

1) действующее информационное обеспечение, характеризующее показатели деятельности страховых компаний в Республике Беларусь, недостаточно полно соответствует таким принципам формирования экономических показателей, как «экономической обоснованности», «структурной связи»;

2) отсутствие методического обеспечения, позволяющего провести оценку уровня эффективности управления деятельностью страховой организации и выявить резервы ее повышения с учетом этапов развития организации, объемов бизнеса, целей стратегического управления компанией;

3) отсутствие комплексного представления процесса управления деятельностью страховых организаций, включая специализированный механизм в виде соответствующего инструментария и алгоритма принятия управленческих решений по реализации эффективного стратегического управления деятельностью страховых компаний с учетом ее ресурсного потенциала, уровня развития видов страхования, конъюнктуры страхового рынка.

В части первой проблемы, речь идет о необходимости корректировки форм бухгалтерской и управленческой отчетности страховых компаний путем дифференцированного отражения частных и обобщающих показателей по операциям прямого страхования (сострахования), активного и пассивного перестрахования, операций связанных со страхованием.

В основе решения второй и третьей проблем – совершенствование механизма управления деятельностью страховщика, основными элементами которого являются: цели, принципы, методы, функции управления.

Остановимся более подробно на первом (цели) элементе механизма управления компанией. Ковалев В.В. отмечал, что в целом можно говорить о совокупности целей (максимизация прибыли, конкурентное лидерство, занятие ниши на рынке и др.). Определение главной цели стратегического управления деятельностью страховщика должно учитывать специфику его деятельности в части взаимозависимости и взаимосвязи формирования значений показателей по текущей, финансовой и инвестиционной деятельности, а также структурные перераспределения элементов страховой деятельности обусловленные развитием страхования и расширением уровня охвата страхового поля.

Обозначим главные цели эффективного стратегического управления страховой компанией во взаимосвязи со стадиями ее развития, объемом бизнеса и связанных с этим изменений в структуре финансовых ресурсов организации. Результатом данного подхода является рост капитализации компании. Для реализации подхода необходимо:

1) на этапе внедрения на рынок обеспечить конкурентные преимущества видов страхования посредством реализации следующих задач: оптимизации расходов организации и направлений размещения страховых резервов;

2) на этапе роста – максимизировать объем продаж страховых продуктов за счет снижения тарифов, способствующего росту количества заключенных договоров страхования и объема формируемых страховых резервов, покрытия убытков от страховой деятельности инвестиционной и финансовой прибылью, а также максимизировать темпы роста выручки за счет снижения: убыточности страховых сумм, коэффициента убыточности, коэффициента затрат. В контексте комплексного подхода это приведет к снижению стоимости капитала;

3) на этапе зрелости происходит максимизация рыночной стоимости компании за счет максимизации рентабельности и сумм прибыли по текущей, инвестиционной и финансовой деятельности. На данной стадии повышается качество формируемых видов прибыли, оптимизируется их структура, обеспечивающая развитие видов страхования, рост благосостояния собственников.

С учетом обозначенных целей управления и конкретизирующих их задач можно определить, что будет являться критериями эффективности управления на каждом из этапов развития конкретной страховой компании. На первой стадии (внедрения) такими критериями являются расширение страхового поля, наращивание объемов страховых резервов; на второй стадии (роста) – перераспределение в структуре видов прибыли в пользу прибыли от инвестиционной деятельности, превышение темпов роста выручки над темпами роста расходов, превышение темпов роста выручки на темпом роста убыточности страховых сумм; на третьей стадии (зрелости) – устойчивые темпы роста прибыли по всем видам деятельности, превышение темпов роста прибыли от инвестиционной деятельности на темпами роста объема формируемых страховых резервов, стабильный рост капитализации организации.

Таким образом, на стадии внедрения на рынок основное значение имеет развитие видов страхования, далее приоритетными являются вопросы эффективного управления структурой капитала компании с целью достижения синергетического эффекта развития инвестиционной и страховой деятельности и ориентация страховщика на инвестиционную деятельность как на основной устойчивый источник генерирования прибыли, что повышает доступность услуг, увеличивает страховое поле, снижает вероятность наступления страховых событий, способствуя формированию прибыли в тарифах. Одновременно рост объема сформированных страховых резервов обеспечивает национальную экономику недорогими источниками внутренних инвестиционных ресурсов.

Объективная необходимость дифференцированного подхода к определению целей управления позволит проводить комплексную оценку эффективности стратегического управления деятельностью страховщика, обосновать направления, методы управления деятельностью организации с позиции сложившегося уровня развития бизнеса (капитализации), структуры ресурсов организаций.

В заключении отметим, что практическая реализация данного подхода в деятельности страховых компаний приведет к синергетическому эффекту, а именно: увеличению прибыли (или снижению убытков) от страховой деятельности за счет уменьшения доли условно-постоянных расходов на один договор страхования и уменьшения убыточности страховых сумм из-за снижения вероятности наступления страховых случаев (практической реализации закона больших чисел).

Литература

1. Лимитовский М.А., Лобанова Е.Н., Паламарчук В.П. Современный финансовый менеджмент / Е. Н. Лобанова [и др.]. – М.: ВШФМ РАНХиГС при Президенте РФ, 2011. – 392 с.
2. Гусева, Е.П. Менеджмент: учеб.-метод. комплекс. – М.: Евраз. открытый ун-т [и др.], 2008. – 416 с.
3. Бланк И.А. Управление прибыль. – Изд. 3-е, перераб. – Киев: Ника-Центр, 2007. – 768 с.
4. Финансовый анализ: учеб. пособие / Банк В.Р., Банк С.В., Тараскина А.В. – М.: Проспект, 2006. – 344 с.
5. Теория экономического анализа: учебник / Баканов М.И., Шеремет А.Д. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 416 с.

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО ДЕКЛАРИРОВАНИЯ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Ю.Д. Воинова

Научный руководитель – к.э.н, доцент, А.П. Петров-Рудаковский

Белорусский государственный университет транспорта, Гомель, Республика Беларусь

julia_voinova@inbox.ru

Аннотация

В данной статье рассматривается значение и сущность системы электронного декларирования в Республике Беларусь, проводится сравнительный анализ подачи декларации в письменном и в электронном виде, а также анализ нормативно-правовой базы и практики применения системы электронного декларирования, на основании которого выявлены проблемные моменты и определены приоритетные направления совершенствования системы электронного декларирования в Республике Беларусь.

Ключевые слова

Система электронного декларирования, электронное таможенное декларирование, цифровизация.

Глобальная автоматизация и информатизация в настоящее время являются неотъемлемой частью современных экономик. За последние десятилетия все процессы производства стали либо частично, либо полностью автоматизированными. Интеграция национальной экономики в мировую экономику на данном этапе в большей степени зависит от уровня развития информационных технологий, в том числе в таможенной сфере.

Эффективная работа таможенных органов Республики Беларусь в свете последних тенденций ускорения и увеличения товарооборота на внешнем рынке, борьбы с недостоверным декларированием товаров, снижением таможенной стоимости, коррупцией ставит четкую задачу внедрения процедуры электронного декларирования товаров и ее постоянное совершенствование в процесс таможенного оформления и выпуска товаров. Электронное декларирование товаров призвано обеспечить экономическую безопасность, минимизировать человеческий фактор, значительно сэкономить время участников внешнеэкономической деятельности на таможенное оформление и, тем самым, повысить эффективность внешнеэкономической деятельности.

В настоящее время электронное декларирование осуществляется посредством использования Национальной автоматизированной системы электронного декларирования (далее – НАСЭД). Данная система осуществляет информационную поддержку и автоматизацию таможенных операций, совершаемых должностными лицами таможенных органов и заинтересованными лицами, с использованием письменных и электронных документов, помимо этого обеспечивает информационное взаимодействие таможенных органов Республики Беларусь с заинтересованными лицами и таможенными службами иных государств [1].

Таким образом, электронное декларирование – это комплекс программных и аппаратных средств, который позволяет осуществлять таможенное оформление товаров и транспортных средств в электронном виде. Данная система направлена на упрощение взаимодействия между участниками ВЭД и таможенными органами и ускорение процесса таможенного оформления с использованием качественно нового подхода к вопросам

таможенного оформления на основе безбумажных технологий. Данная технология имеет ряд преимуществ над бумажной, однако, в ней так же существуют некоторые проблемы, которые предстоит решить в ближайшем будущем. Автоматизация процесса позволяет подать электронную декларацию в короткие сроки и самостоятельно следить за процессом ее рассмотрения. Все этапы оформления таможенного декларирования доступны для ознакомления декларанту, процедура выполняется по стандартной и прозрачной схеме. Использование современного оборудования и последних версий программного обеспечения практически исключает возможность допущения ошибок при заполнении таможенных деклараций. Осуществление таможенных операций, связанных с декларированием товаров, проводится удалённо, что сокращает межличностное взаимодействие субъектов ВЭД и должностных лиц таможенных органов. При подаче запроса через интернет применяется криптозащита, что позволяет обеспечить гарантию сохранности всей отправляемой информации в конфиденциальном виде. Экономия природных ресурсов (неиспользование бумажных носителей) так же является важным фактором. Однако, возможен ли полный переход к безбумажной системе декларирования? По автора статьи, это нельзя осуществить на данный момент, так как не исключены риски сбоев в работе электронных систем ввиду недостаточной мощности серверов, обеспечивающих работу электронного таможенного декларирования товара; сбоев в процессе обработки документов и сведений, которые передаются участниками ВЭД в таможенные органы в электронной форме; недостаточность технической оснащённости для работы с системами электронного декларирования. Также в случае возможной утери отдельных электронных сведений/документов необходимо наличие их бумажной копии.

В результате исследования различных аспектов применения системы электронного декларирования в таможенных органах Республики Беларусь была произведена оценка работы системы. На основании рассмотрения теоретических и правовых основ системы электронного таможенного декларирования и анализа механизма реализации электронного декларирования эффективность применения систем электронного декларирования в целом и для субъектов хозяйствования, в частности, очевидна. При этом выявлен ряд проблемных моментов и определены возможные практические пути решения. Для лучшего понимания, выявленная проблематика была классифицирована по природе возникновения на нормативно-правовую, техническую, кадровую и информационную.

К проблеме нормативно-правового характера можно отнести несоответствие норм действующего Закона Республики Беларусь от 10.01.2014 г. №129-з «О таможенном регулировании в Республике Беларусь» нормам ТК ЕАЭС. В качестве варианта её решения предложена новая редакция Закона «О таможенном регулировании», которая является логическим продолжением ТК ЕАЭС, в соответствии с которым таможенные органы и бизнес-сфера уже работают почти два года. В законопроекте в обязательном порядке учтены такие основополагающие моменты, как электронное декларирование и «единое окно» [1].

Одной из проблем технического характера является недостаточная мощность серверов, обеспечивающих работу электронного таможенного декларирования товара, а также наличие сбоев в процессе обработки документов и сведений, которые передаются участниками ВЭД в таможенные органы в электронной форме. Однако, инфраструктурное переоборудование ПТО, а также обновление и усовершенствование программного обеспечения поспособствуют нейтрализации данного вопроса. Касаемо технической сложности отдельных применяемых программных средств электронного таможенного декларирования, то данный момент ведётся разработка новой системы, которая объединит в себе функциональность таких систем, как АПС ТТС, НАСТД, АС СЭЗ, АИС ДОКА, АС «Контроля доставки», АИСУР, а также мелких, используемых, в том числе, для получения дополнительной информации ИПС «Запрос», «Пассажирипоток», «Сводка» и иные [2]. Последующее внедрение такой системы в ближайшем будущем значительно облегчит работу должностным лицам таможенных органов, позволив перенаправить освободившиеся трудовые ресурсы на совершение иных таможенных операций.

Уровень квалификации персонала, который совершает электронное таможенное

декларирование товара с помощью штатных программ в некоторых случаях недостаточен, что влечёт увеличение временных затрат на совершение таможенного оформления, сбои. Сформулированную кадровую проблему можно решить посредством активного внедрения основ работы с программными средствами, используемыми в таможенных органах, для студентов специальности «Таможенное дело» в ВУЗах, а также при развитии курсов повышения квалификации для сотрудников таможенных органов с последующей сдачей итоговой аттестации на допуск работы с программами.

Отдельной категорией было выделено направление совершенствования таможенных операций, связанных с таможенным оформлением товаров для личного пользования. Здесь присутствуют элементы нормативно-правового, технического и информационного характера. Так, обеспечение возможности для физических лиц подачи электронной пассажирской таможенной декларации открывает ряд перспективных направлений работы. В качестве решения предложена разработка национальной нормативно-правовой базы, регламентирующей отдельные вопросы подачи электронной пассажирской таможенной декларации; создание мобильного приложения, работающего на различных платформах, разработка интерактивной рубрики на сайте ГТК; разработка руководства пользователя по применению данных технологий и Инструкции по заполнению граф декларации. Важно учесть необходимость перевода на английский язык для удобства пользования иностранным гражданам. При этом, следует взять во внимание вопрос осведомлённости физических лиц. В связи с чем, информация, предоставляемая физическим лицам, пересекающим таможенную границу ЕАЭС, должна иметь вид переработанного текста/визуального образа, удобного для понимания лицом, которое не является специалистом в области таможенного дела. Этому способствуют справочные рекламные ролики, представляющие краткую информацию и ссылку на более ёмкие сведения; создание «чат-ботов» в социальных сетях с целью информирования граждан по интересующим их вопросам в любое время суток; расположение в видимых местах (общественный транспорт, учебные заведения, а так же при подъезде/подходе РПТО и др.) инфографики, дающей наглядное представление и акцентирующей внимание на особенностях подачи декларации, QR-кодов, позволяющих быстро перейти в нужный раздел (заполнения электронной декларации/нахождение справочной информации и т.д.)

Важным аспектом совершенствования системы электронного декларирования является межведомственное и межгосударственное электронное взаимодействие. Распоряжениями Коллегии ЕЭК «оцифрованы» и введены в действие еще три процесса межгосударственного (трансграничного) электронного взаимодействия в таможенной сфере, а также процесс в сфере таможенно-тарифного и нетарифного регулирования [3].

На основании вышеизложенного, таможенной службе Республике Беларусь предстоит еще двигаться в направлении упрощения таможенных формальностей и совершенствовать процесс организации таможенного оформления с использованием электронных таможенных документов. Электронное декларирование в современных условиях является неотъемлемой частью процесса цифровизации экономики Республики Беларусь. Данный комплекс программных и аппаратных средств позволяет осуществлять таможенное оформление товаров и транспортных средств в электронном виде, и направлен на упрощение взаимодействия между участниками ВЭД и таможенными органами, ускорение процесса таможенного оформления с использованием качественно нового подхода к вопросам таможенного оформления на основе безбумажных технологий. Методики оценки эффективности применения системы электронного декларирования позволяют определить целесообразность применения данной технологии, выявить проблемные моменты, имеющиеся недостатки и определить перспективные направления дальнейшего развития такой системы [4]. Нормативно-правовые акты, регулирующие отдельные аспекты организации таможенного оформления с использованием электронных таможенных документов на национальном и наднациональном уровнях, которыми законодательно закреплены концепции применения и развития, как систем электронного декларирования, так и электронного документооборота в

целом, что, в свою очередь, позволяет применять на практике инновационные технологии. Законодательная база постоянно нуждается в актуализации информации и приведении в соответствие наднациональных и национальных правовых актов.

Литература

1. Государственный таможенный комитет Республики Беларусь // Официальный сайт ГТК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtk.gov.by> – (Дата обращения: 15.03.2020).
2. Радивоник, Д.А. Цифровые упрощения / А.Д. Радивоник // Таможенный вестник. – 2019. – № 2. – С. 14–15.
3. Eurasian Commission // Официальный сайт ЕЭК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eurasiancommission.org> – (Дата обращения: 27.03.2020).
4. Боброва, К.С. Направления совершенствования таможенного контроля с использованием системы управления рисками / К.С. Боброва // Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 13: в 2-х т. Т. 2 / сост. С.В. Анцух; под общ. ред. В.Г. Шадурского. — Минск: Четыре четверти, 2014. – С. 54-55.

ЭЛЕКТРОННЫЕ НАВИГАЦИОННЫЕ ПЛОМБЫ КАК СРЕДСТВО ЦИФРОВИЗАЦИИ ТАМОЖЕННОЙ ПРОЦЕДУРЫ ТАМОЖЕННОГО ТРАНЗИТА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

А.С. Гасич

Научный руководитель – к.э.н, доцент, А.П. Петров-Рудаковский

Белорусский государственный университет транспорта, Гомель, Республика Беларусь

gasich99@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрен вопрос цифровизация процедуры таможенного транзита посредством внедрения электронных навигационных пломб. Большое внимание уделено проводимым проектам с применением данной технологии в Беларуси и выделены проблемы ее внедрения. Уделено внимание формированию единой транзитной системе на пространстве ЕАЭС путем оцифровывания процедуры транзита.

Ключевые слова

Электронные навигационные пломбы, цифровизация, таможенная процедура таможенного транзита, ЕАЭС.

Во время активного процесса глобализации и интеграции внешнеэкономических связей, внешнеторговая деятельность начинает активно оцифровываться. Перевозка товаров неразрывно связана с выполнением таможенных формальностей и проведением таможенного контроля. Поэтому таможенным органам необходимо создавать благоприятные условия для развития межрегионального сотрудничества и бизнеса, внедрять новейшие разработки, которые будут содействовать упрощению процедур торговли.

Одна из приоритетных задач Республики Беларусь в сфере международной торговли – повышение уровня конкурентоспособности и наращивание объемов внешней торговли. Таким образом, выгодное географическое положение вызывает необходимость в развитии транзитного потенциала страны.

Для обеспечения эффективного функционирования транзитной системы Республики Беларусь, необходимо обеспечить:

- соблюдение принципа *прозрачности*, т.е. одновременный доступ к данным о цепочке поставок для участников внешнеэкономической деятельности и таможенных органов;
- ускорение процесса передачи, обработки и хранения данных, способность быстро реагировать на любые изменения в цепочке поставок в режиме реального времени.

Электронные навигационные пломбы (далее – ЭНП) обеспечивают соблюдение данных аспектов и являются средством автоматизации и цифровизации таможенной процедуры таможенного транзита (далее - ТПТТ). Данная технология упрощает прохождение границы, снижает время, затраченное на прохождение таможенных операций, и делает транспортировку товаров безопасной, от несанкционированного доступа к грузу.

ЭНП – это навигационные устройства, которые работают через все системы спутниковой связи. Электронная пломба позволяет в режиме реального времени отслеживать местонахождение транспортного средства. Это обеспечивает прозрачность и безопасность перевозки товаров, решает проблему несанкционированного доступа к грузу, исключает так называемый ложный транзит, контрабанду и другие коррупционные риски [1].

Инициативу создания ЭНП выразили ОДО «Белнефтегаз» во взаимодействии с Государственным таможенным комитетом Беларуси (далее – ГТК). ГТК непосредственно занялся доработкой информационной системы таможенных органов.

На первом этапе внедрения пилотного проекта по применению электронной системы отслеживания транзитных перевозок товаров с применением ЭНП проводился мониторинг маршрута следования груза в режиме реального времени. На данном этапе товары вывозились за территорию Республики Беларусь и ввозились с территории сопредельных государств.

ЭНП применялись независимо от страны регистрации перевозчика и категорий товаров, помещенных под таможенную процедуру таможенного транзита. Порядок применения ЭНП был максимально четко описан и адаптирован в уже действующие технологии пунктов пропуска, в связи с чем осуществление процедуры наложения электронной навигационной пломбы составило в среднем 10 минут. В процессе проведения эксперимента были отработаны всевозможные нештатные ситуации, в процессе которых были незамедлительно получены предупредительные сигналы и сообщения от системы отслеживания.

Результат проведения пилотного проекта показал, что созданная система отслеживания перевозок по процедуре транзита позволяет производить обмен информацией в режиме реального времени между информационными системами таможенных органов и национальных операторов, контролировать перемещение транспортных средств, на которые наложены ЭНП [2].

В декабре 2019 года начался третий этап пилотного проекта. На данный момент, в эксперименте участвуют перевозчики, которые перемещают товары, следующие от таможенного органа отправления до таможенного органа назначения. Схема такой перевозки представлена на рисунке.



Рисунок. Схема цифровизации таможенной процедуры таможенного транзита через территорию Республики Беларусь с использованием ЭНП [3]

Что касается порядка **декларирования** товаров, следующих по ТПТТ с применением ЭНП, транзитная декларация может быть подана в электронном виде и на бумажном носителе, вместе с декларацией подаются необходимы товаросопроводительные документы.

На транспортном средстве устанавливается ЭНП, посредством которой осуществляется отслеживание перемещения транспортного средства с использованием системы GPS/GPRS. Данная система способна повысить уровень обеспечения контроля и доставки товаров, позволяя своевременно выявить неправомерное вскрытие транспортного средства, нарушение целостности троса электронной пломбы, нарушение установленного маршрута перевозки, а также доступ к грузу без разрешения таможенных органов.

В перспективе, на уровне Евразийской экономической комиссии вносятся предложения и рекомендации о содействии развитию единой транзитной системы ЕАЭС:

- утверждение ряда нормативно-правовых актов, позволяющих беспрепятственно проводить мониторинг транзитных перевозок и организовывать взаимодействие со всеми участниками проекта;
- рассмотрение вопроса создания национального оператора пломбирования для каждого государства-члена транзитной системы;
- размещение офисов национальных операторов пломбирования на утвержденных транзитных маршрутах;
- обеспечение взаимодействия органов исполнительной власти стран-участниц проекта, а именно таможенными, службами ветеринарно-санитарного и карантинного надзора;
- формирование единого информационного пространства на наднациональном уровне с открытым доступом к системе контроля и мониторинга грузов для участников цепи поставок;
- обеспечение единого «сквозного» процесса транзита грузов через территорию ЕАЭС посредством внедрения «зеленых коридоров», то есть безостановочное прохождение таможенной границы [4].

Внедрение электронных пломбировочных устройств позволит:

- проводить таможенный контроль и мониторинг транзитных перевозок в режиме on-line;
- повысить прозрачность транзитных перевозок;
- снизить время досмотра грузов на границе;
- оптимизировать схемы страхования грузов, посредством повышения скорости реакции в случае различных нештатных ситуаций с грузами во время перевозки;
- повысить производительность труда таможенных органов за счет полной автоматизации процедуры транзита, т.е. организации таможенного контроля без проведения досмотра грузов, посредством удаленного контроля целостности пломбы;
- упорядочить грузопотоки за счет внедрения электронной международной путевой карты [1].

Таким образом, для развития транзитного потенциала Республики Беларусь необходимо обеспечить максимальную прозрачность цепи поставок для всех участников процесса торговли, возможность мониторинга транспортировки в режиме реального времени, а также мобильность таможенных органов при появлении необходимости внесения изменений в действующую систему или внедрения новых разработок, направленных на содействие и упрощение международной торговли товарами. ЭНП являются решением поставленных целей.

Литература

1. ГТК РБ: разработан национальный сегмент единой системы ЕАЭС по использованию электронных пломб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customsforum.ru/news/business> (Дата обращения 12.05.2020).
2. Государственный таможенный комитет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://customs.gov.by> - (Дата обращения 13.05.2020).
3. Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eurasioncommision.org> - (Дата обращения 13.05.2020).
4. На интеллектуальных рельсах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// transport-tranzit.by/na-intellektualnyh-reisah/](http://transport-tranzit.by/na-intellektualnyh-reisah/) - (Дата обращения 12.05.2020).

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НЕФТЕГАЗОВОЙ КОМПАНИИ БУДУЩЕГО: МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ К КРИЗИСНЫМ ЯВЛЕНИЯМ

Ю.Д. Гацура

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьёва

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

y.gatsura@gmail.com

Аннотация

В статье рассказывается о технологиях маркетинга и менеджмента, которые рекомендованы к применению нефтегазовыми компаниями для адаптации к новым условиям меняющегося рынка и волатильных цен на топливо. Актуальность темы, затронутой в публикации, объясняется неэффективностью вертикальной системы интеграции, исторически характерной для нефтегазового сектора, в текущих экономических условиях и необходимостью пересмотра управленческих и маркетинговых подходов к организации деятельности компаний топливно-энергетического комплекса.

Ключевые слова

Компания нефтедобывающей индустрии, маркетинговые и организационные механизмы адаптации, децентрализация управления, организационная гибкость.

На этапе своего становления нефтегазовые компании, которые сегодня известны всему миру как отраслевые лидеры, апробировали технологии впервые, опытным путём учились выстраивать организационные и технологические процессы, не имея за плечами необходимой практики. Чтобы добиться успеха в этом нелёгком деле и добыть труднодоступное топливо при недостатке реального опыта и ресурсов, предприятиям необходимо было наладить чёткое взаимодействие на различных уровнях с подчинением единому центру управления. Применение модели вертикально интегрированной нефтяной компании (ВИНК) позволило организациям по добыче природных энергоресурсов решать технические проблемы, управлять большими политическими и операционными рисками, а также грамотно и эффективно организовать взаимодействие численно ограниченного штата из различных точек пространства.

Такой подход к управлению нефтяными корпорациями оправдывал себя десятилетиями стабильного роста. К началу двухтысячных стало достаточно очевидно, что модель ВИНК перестаёт быть эффективной в условиях новой экономики интенсивного роста: увеличиваются затраты на организацию производственных и деловых процессов, замедляется принятие важных решений, а технологии внедряются не так быстро, как того требует ситуация [1].

Опираясь на прогнозы и рекомендации ведущих мировых консалтинговых компаний PricewaterhouseCoopers (PwC), McKinsey и Deloitte, а также проанализировав опыт передовых нефтегазовых корпораций по изменению бизнес-моделей управления и подходов к организации маркетинга на предприятии, мы сформулировали перечень механизмов, которые позволили бы компаниям адаптироваться к актуальному рынку скачкообразного развития, когда быстрый подъём сменяется отраслевым кризисом.

Гибкая организация. Традиционная система менеджмента рисков на промышленном производстве ориентирована, как правило, либо на долгосрочную устойчивость, либо на быстрый прогресс, однако современным компаниям нефтегазового сектора необходимо овладеть навыками сочетания стабильной работы по налаженным производственным схемам

с моментальной динамической реакцией на сбой в работе бизнес-организма. Гибкость менеджмента и маркетинговых функций становится необходимостью в условиях динамично меняющегося рынка, и, принимая во внимание жёсткую зависимость энергетического бизнеса от экономической и политической обстановки во внешней среде, чем быстрее компании овладеют этим инструментом, тем скорее они откроют для себя новые возможности для развития.

Пока другие отрасли промышленности формируют предпосылки перехода к более гибкой управленческой структуре, компании топливно-энергетического комплекса уже реализуют этот тренд на практике и пользуются выгодами, который он несёт. Норвежский Statoil рискнул одним из первых и предоставил своим инженерам не только возможность самостоятельного формирования рабочего графика, но и выбора места работы – из офиса либо дистанционно. Результатом этого решения стал ряд экспериментальных разработок, таких как прототип системы эксплуатации подводных месторождений, которая в перспективе может сократить затраты на обеспечение таких активов до тридцати процентов от текущих [2].

Важно отметить, что гибкое управление не является противовесом стабильности. Оно, напротив, способствует усилению стандартных процессов и механик за счёт возможности различной организации их реализации на разных уровнях менеджмента, увеличивает вариативность и скорость реакции компании на вызовы внутренней и внешней среды с применением наилучших решений.

Диджитализация. Жизнь современного человека напоминает научно-фантастический фильм: мы перемещаемся от гаджета к гаджету, от приложения к приложению, и всё это со временем настолько плотно вплетается в нашу повседневность, что уже и не различить, где многовековой стандарт, а где – виртуальная реальность сегодняшнего дня. Диджитализация сопровождает все сферы жизни и не может обойти стороной сферу добычи ресурсов. Председатель правления российской корпорации «Газпром нефть» Александр Дюков отмечает, что именно с технологиями связаны перспективы развития нефтегазовой индустрии [3].

По актуальным прогнозам, в результате оцифровки части операционных функций штата в ближайшем будущем постепенно автоматизируется от 60 до 90 процентов производственных процессов, при этом гарантированно повысится безопасность промышленных объектов за счёт уменьшения доли рисков человеческого фактора.

Такие технологии оказываются незаменимыми при освоении арктических запасов нефти и газа, когда в суровых северных условиях на помощь уязвимому человеку приходит надёжная техника. Автоматизированные системы применяются для контроля промышленной безопасности как на морской ледостойкой платформе «Приразломная» в Баренцевом море [4] (лицензионный недропользователь – «Газпром нефть шельф»), для обработки больших данных, которые компьютер обрабатывает в колоссально короткие сроки, для роботизации производственных процессов и многих других целей, где человеческий труд в сравнении с машинным малоэффективен.

Несомненно, в будущем будут появляться новые профессии, такие как аналитик данных, специалист по машинному обучению, а какие-то вакансии, существующие на сегодняшний день, будут модернизированы или закрыты за невостребованностью. В то же время, у людей появится возможность заниматься более творческими, не рутинными задачами, которые пока недоступны к выполнению с помощью искусственного интеллекта, разрабатывать более качественные, основанные на исследованиях компьютера подходы к социальному взаимодействию внутри организаций и общества. Такое развитие ситуации нормально, более того, естественно с точки зрения прогресса, который призван улучшить жизнь людей и призван для этого возможности цифровых технологий.

Руководство нового поколения. Данный механизм адаптации нефтегазовой отрасли базируется на факторе смены поколений менеджеров, которые руководят корпорациями. Миллениалы и «нео-цифровые аборигены», как в Японии называют представителей поколения Z привносят новое в управление компанией, и в интересах индустрии создавать для

сетевое поколение благоприятные условия труда и карьерного роста. Аналитики утверждают, что для привлечения перспективных молодых кадров нефтегазовым организациям необходимо:

- увеличить гибкость структуры занятости, а именно предоставить сотрудникам возможности дистанционного выполнения своих обязанностей по гибкому графику, получения новых профессиональных компетенций в лучших отраслевых образовательных учреждениях за счёт компании, быстрого вертикального и горизонтального карьерного роста;
- организовать качественно новую корпоративную среду (использовать вместо интранетов и сетевых серверов социальные сети), которая будет более ориентирована на создание прочных социальных связей между сотрудниками для налаживания оперативных взаимодействий по рабочим вопросам;
- предоставить сотрудникам возможность внести свой вклад в улучшение благосостояния общества через корпоративные мероприятия и программы социальной ответственности корпораций, а также работать над восприятием имиджа компаний топливно-энергетического комплекса у широкой общественности (14% миллениалов, что является наибольшим процентным соотношением в сравнении с другими отраслями промышленности, заявляют, что не готовы рассматривать нефтегазовую индустрию для трудоустройства по причине её неоднозначной репутации в общественном восприятии [1]).

Децентрализованная структура. Централизованная структура менеджмента перестала быть эффективной в условиях регулярного обвала цен и режима жёсткой экономии, поскольку требует больших денежных вложений на каждом из уровней иерархии, но при этом не обладает необходимой оперативностью в принятии решений. Кроме того, добыча новых типов активов, таких как арктическая и сланцевая нефть, требует большей автономности управления на локальных уровнях, что противоречит структуре ВИНК. Показательно то, что уже на американском отраслевом рынке нефтяные гиганты ConocoPhillips, ExxonMobil, Chevron вынуждены уступить место молодым конкурентам, поскольку их организационная структура не позволяет на данный момент организовать эффективную добычу альтернативных сортов топлива [5].

Децентрализация руководства корпорациями на сегодняшний день становится механизмом выживания на высококонкурентном рынке для разработки альтернативных топливных ресурсов, при этом важно сохранить жесткий контроль над техническими и операционными рисками, которые среди первых влияют на качество деятельности в индустрии, поэтому, скорее всего, в будущем возникнет комбинированная модель с различной степенью централизации менеджмента для разных видов активов.

Стратегические партнёрства. В неблагоприятной рыночной ситуации, которой сопутствует ухудшение качества запасов, корпорациям становится невыгодно реализовывать сложные перспективные проекты в одиночку. Выходом из ситуации становится взаимовыгодное стратегическое партнерство с коллегами по отрасли или подрядчиками из обслуживаемых сфер в целях оптимизации процессов добычи за счёт объединения различных профильных портфелей корпораций и компенсации ресурсов друг друга в рамках общего стратегически значимого проекта. Подтверждением эффективности данного механизма является появление на рынке узкоспециализированных региональных нефтяных компаний, которые специализируются на добыче сложной нефти – арктической, тяжёлой, сланцевой – или оказывают конкретные функции по обеспечению производственных процессов крупных корпораций. Среди примеров – альянс британского BP и относительно небольшой американской KosmosEnergy, которые объединили усилия в Мавритании и Сенегале для оптимизации добычи ресурсов в этом регионе.

Таким образом, перед нефтегазовыми корпорациями открыта масса возможностей для адаптации к новым условиям рынка и повышения эффективности работы. Важно

реализовывать эти механизмы на практике оперативно и вместе, поэтапно для достижения комбинированного результата, который обеспечил бы устойчивость бизнеса в самых различных кризисах, в том числе в условиях внезапно обрушившейся пандемии COVID-19, за которой, по прогнозам учёных, может последовать целая эпоха вирусов.

Литература

1. Handscomb C., Sharabura S., Woxholth J. The oil and gas organization of the future [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/industries/oil-and-gas/our-insights/the-oil-and-gas-organization-of-the-future>, свободный. – (Дата обращения: 13.05.2020).
2. Statoil launches new subsea concept [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.equinor.com/en/news/statoil-launches-new-subsea-concept.html>, свободный. – (Дата обращения: 13.05.2020).
3. Дюков А.В. Обращение к коллегам // Сибирская нефть. 2017. №9/146. С. 3.
4. Защищена – значит, безопасна // Сибирская нефть. 2017. №143. Приложение «Нефть. Просто о сложном». Выпуск 5. С. 8-13.
5. Biscardini G., Morrison R., Branson D., del Maestro A. 2017 Oil and Gas Trends [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.strategyand.pwc.com/trend/2017-oil-and-gas-trends>, свободный. – (Дата обращения: 13.05.2020).

АКТУАЛЬНОСТЬ КОРРЕКТИРОВКИ РАЗВИТИЯ HR-БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

М.С. Горина

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

marijagorinahr@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются особенности развития бренда работодателя в условиях пандемии, преимущества развития данного направления. Рассмотрены шаги по корректировке HR-бренда в условиях экономической неопределенности.

Ключевые слова

HR-брендинг; HR-бренд; бренд работодателя; развитие в условиях пандемии; особенности HR-бренда; кризис.

Актуальность HR-брендинга в современных социально-экономических условиях особенно значима. В режиме самоизоляции, условиях глобального пандемического кризиса нарушены многие бизнес-функции, компании столкнулись с большим количеством сложностей и неопределенностей. Рынок труда трансформируется и диктует свои правила: большинство компаний перешли на удаленную работу, адаптировали услуги под онлайн-формат. Однако, период кризиса, нестабильности — это время новых возможностей. Существуют мнения о том, что брендинг работодателя не слишком важен в данный период. Но, именно в этот момент организации должны позаботиться о том, чтобы поддержать, защищать и даже повышать свою репутацию для внутренней и внешней аудитории. Открытое соблюдение ценностей организации и обещаний — это ключ к управлению репутацией. Ведь сегодня таланты, сотрудники, общество, клиенты и заказчики оценят и не забудут подлинность бренда-работодателя.

Нина Осовицкая, консультант премии «HR-бренд», эксперт по HR-брендингу в компании HeadHunter подчеркивает важность развития бренда работодателя, поскольку образ компании как хорошего места работы гарантирует бизнесу эффективность работы сотрудников. Компании с сильным HR-получают:

- более высокую производительность труда и рентабельность;
- устойчивость во время экономически спадов;
- больше откликов от квалифицированных кадров;
- снижение текучести персонала;
- сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников;
- повышения уровня удовлетворенности и лояльности клиентов;
- больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников [1].

Следует отметить, что именно отношение в данной обстановке организации к сотрудникам закладывает фундамент на формирование устойчивого имиджа и расположения соискателей к бренду работодателя в будущем. Р. Мансуров в своем труде «HR-брендинг – мода или актуальность?» отмечает важность развития этого направления сегодня, а также делает акцент на построении коммуникации именно с внутренней целевой аудиторией. И нет лучшего времени, чтобы начать сегодня, когда многие конкуренты сокращают своих сотрудников.

Эти сложные обстоятельства заставляют переосмыслить стратегию и тактику бренда-работодателя. Рассмотрим релевантные шаги по корректировке HR-бренда в период неопределенности:

1. Организация обратной связи. В период нестабильной ситуации в обществе важным фокусом становится информированность. С целью снятия непродуктивной тревожности, необходимо наладить процесс двусторонней коммуникации. Примерами такой коммуникации могут быть: официальное обращение топ-менеджмента к сотрудникам; информационные рассылки; сбор обратной связи и вопросов сотрудников с возможностью анонимной связи.
2. Организация условий для Интернет связи. Предоставление качественной техники и обслуживания.
3. Переход на онлайн-формат. Социальные сети, цифровой контент, электронная почта, текстовые сообщения и даже видеоконференции – это не только важные методы коммуникации и обмена информацией, но и жизненно важные инструменты, помогающие управлять брендом работодателя во время социального дистанцирования.
4. Психологический комфорт и поддержка. Необходимо соблюдать конфиденциальность и позаботиться о безопасности сотрудников.
5. Внешний hr-бренд. Помимо процесса поиска и формирования конкурентоспособного соцпакета, на который стоит обращать особое внимание, следует учитывать сложности в коммуникациях при дистанционном режиме.

HR-брендинг подразумевает организацию работы как с внешней, так и с внутренней целевой аудиторией. К внешней относятся соискатели, сотрудники конкурентных компаний, члены семей работников, волонтеры, инвесторы, партнеры. К внутренней – сотрудники. Концепция корпоративного брендинга делает акцент на отношении и поведении сотрудников. Таким образом, сформировались понятия «внутренний брендинг» и «брендинг работодателя», которые утверждают необходимость более тесного согласования ценностей сотрудников и ценностей корпоративного бренда [2].

В HR-брендинге существует несколько инструментов взаимодействия с внутренней целевой аудиторией. К ним относятся:

- карьерный сайт;
- социальные медиа;
- реферальные программы;
- бонусные программы;
- видеохостинги;
- интернет-ресурсы;
- корпоративные мессенджеры;
- партнерские программы;
- корпоративные мероприятия.

Разберем более детально онлайн-инструменты HR-брендинга по отношению к аудитории:

1. Социальные медиа – в настоящее время одним из релевантных навыков является способность выстраивать отношения не только с клиентами, но и создавать эффективную коммуникацию между сотрудниками. Руководству компании все больше требуется гибкость производственных процессов и снижение коммуникационных задержек.
2. Корпоративные мероприятия в условиях пандемии переходят на онлайн формат. Компании для поддержания позитивного настроения и коллективного духа организуют тимбилдинг в онлайн пространстве. В условиях самоизоляции, действительно, непросто работать: тайм-менеджмент, организация рабочего пространства и параллельная деятельность «домашних» накладывает свой отпечаток. Однако, отдых вместе с коллегами может настроить на нужный лад.

3. Развитие партнерских отношений – данный инструмент активно использует многими компаниями и в офлайн. Некоторые работодатели адаптировали его под текущие реалии и оказывают поддержку своим сотрудникам. Например, компания Mail.RuGroup на время удаленной работы предложила своему штату воспользоваться промо-кодами на поставку продуктов и вызова такси до офиса.
4. Корпоративное обучение – по оценкам экспертов в ближайшем будущем все привычные процессы будут переходить в онлайн-формат. Пандемия повлияла на спрос дистанционного обучения. Компании проводят тренинги и другие образовательные мероприятия. Вырос процент слушателей старшего и среднего возраста.
5. Видеохостинги и геймификация – главные тренды последних двух лет. Используя интернет-платформы, работники организаций устраивают шуточные челленджи, что в свою очередь также повышает настроение в компании.

По мнению экспертов мировая рецессия коснется многих сфер бизнеса. Ситуация меняется во многих направлениях, и в течение этого времени рекрутеры должны рассмотреть новый подход к HR-брендингу. Социальные сети, цифровой контент, электронная почта, текстовые сообщения и даже видеоконференции – это не только важные методы коммуникации и обмена информацией, но и жизненно важные инструменты, помогающие вам управлять брендом работодателя в это время социального дистанцирования.

Каждая компания будет затронута по-разному, многие будут продолжать набирать новые кадры, которые нужны компании сейчас и в ближайшем будущем. Фактически, рекрутинг станет еще более жизненно важным для тех отраслей промышленности, которые находятся на первом плане.

Основной тренд сегодня — уход в онлайн, на дистанционную работу. Это меняет многие процессы, в том числе работу HR-специалистов. Главный риск компании во время экономической нестабильности – это потеря высококвалифицированных кадров. Для поддержания командного духа и оптимистичного настроения HR-специалисты используют следующие инструменты:

- конференции по видеосвязи – обсуждение плана работы и стратегических направлений. Это позволит каждому сотруднику не только коснуться рабочих задач, но и почувствовать поддержку коллег в это непростое время;
- проведение корпоративных мероприятий – руководители многих организаций чувствуют обеспокоенность сотрудников за свою работу, поэтому для снижения эмоционального накала, главы компаний принимают решение о проведении тимбилдинга в онлайн-формате [3];
- развитие партнерских отношений – на время удаленной работы во время пандемии некоторые компании (например, Mail.RuGroup) предоставляют промо-коды на доставку продуктов или поездки в такси до места работы;
- организация безопасных условия для выполнения функционала – одна из главных задач для руководства – это обезопасить своих сотрудников от внешних факторов. Организации обеспечивают своих работников медицинскими масками и антисептиками, а также перед началом работы обязательной процедурой стал медицинский осмотр;
- финансовая поддержка – некоторые организации могут позволить поддержать своих сотрудников финансово, выделяя компенсации за организацию домашнего офиса или потерю рабочих часов.

Как уже было отмечено ранее, дистанционная работа открывает перед сотрудниками новые возможности, но удаленная работа имеет свои особенности. Международная организация ООН в своём докладе отразила положение о том, что продуктивность дистанционных сотрудников выше, чем при работе в «обычном» офисе. Однако, они так же уязвимы: нефиксированный рабочий день, конфликты интересов с «домашними», они

подвергаются большему стрессу, чем офисные сотрудники. Мы выделили основные барьеры, с которыми им приходится сталкиваться:

1. Отсутствие навыка управлением временем – отсутствие контроля со стороны работодателя в домашних условиях позволяет выделить больше времени на перерывы, домашние дела или сдвинуть рабочий график.
2. Отсутствие физических границ между рабочим пространством и зоной отдыха – отсутствие строго выделенной рабочей зоны психологически снижает уровень ответственности за выполнение работы.
3. Расстановка приоритетности задач – онлайн-коммуникации затягивают процесс принятия решений и распределения важности задач.
4. Низкое качество интернет-соединения снижает эффективность удаленной работы (работники испытывают сложности при подключении к онлайн-конференциям при высокой нагрузке на сети Интернет).

На основании проведенного анализа Adapt! EmergencyMonitor (2-я волна) в апреле 2020 года определены недостатки удаленной работы. 78% опрошенных видят недостатки в удаленной работе. Выделены основные критерии: дома тяжело сосредоточиться, эффективность работы падает (34,5%); сложно разграничить личную жизнь и работу (33,8%); плохо оборудованное рабочее место (32,9%); тяжело работать рядом с близкими (32,1%); все рабочие процессы затягиваются, тяжелее о чем-то договориться (31,9%); не хватает личного общения с коллегами и клиентами (30,3%); рутинность работы (27,7%); больше времени работаешь, тяжело остановиться (18,3%) [4].

Стоит выделить еще один не менее важный критерий – сложность адаптации и компьютеризации людей пожилого возраста. Обратимся к «теории поколений», которая была разработана в первой половине 90-х гг. Уильямом Штраусом и Нилом Хоувом. Согласно этой теории, каждое поколение под влиянием политических, экономических, культурных, научных и религиозных факторов формирует свою систему ценностей. В связи с диаметрально противоположенными критериями каждого поколения, оценивать по единой шкале ошибочно. HR-специалисты отмечают, что «теория поколений» помогает найти индивидуальный подход и способ мотивации к каждому сотруднику.

Старшему поколению (X) непросто принять факт, что для организации рабочего процесса не обязательно находиться в офисе. Озабоченность проблемой трудоустройства и страх перед безработицей вынуждают принимать новые технические условия. Во многих компаниях распорядок рабочего дня не изменился: утренние совещания перешли на платформу «Zoom» или «Skype», а вопросы с подрядчиками оперативно решаются через мессенджеры.

В заключение, следует отметить, что любой кризис – это время возможностей, поиска интересных форм для взаимодействия с внутренней и внешней аудиторией. Для многих сотрудников режим самоизоляции стал проверкой на гибкость и адаптации к сегодняшним изменениям. Стоит отметить, что работа с сотрудниками и сплочение коллектива обладает рядом преимуществ и недостатков, с которыми не все готовы мириться. Несмотря на вирус и вынужденную изоляцию компании продолжают развиваться. Текущая ситуация становится настоящей проверкой компании на ценностное отношений к своей команде. Именно компании с «человечным» HR-брендом сейчас привлекают как кандидатов, так и повышают лояльность у действующих работников.

Литература

1. Бруковская О. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании [Текст] / О. Бруковская, Н. Осовицкая. СПб.: Питер, 2011. - 272 с.
2. Несолена, О.В. Особенности формирования HR-бренда современной финансовой организации: российский и зарубежный опыт [Текст] / О.В. Несолена, А.В. Агишева, Э.В. Кулеша.: непосредственный, электронный // Молодой ученый. — 2015. — № 22

- (102). — С. 453-459. — Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/102/23131/> — (Дата обращения: 04.05.2020).
3. Пандемия COVID-19 продолжает затрагивать самые разные сферы. [Электронный ресурс]/WONDER. — Режим доступа: <https://www.wonderzine.com/wonderzine/life/life/249689-covid-19-and-labor-market> — (Дата обращения: 04.05.2020).
 4. Отношение людей к удалённой работе в условиях изоляции [Электронный ресурс] / IPSOS. — Режим доступа: <https://www.ipsos.com/ru-ru/otnoshenie-lyudey-k-udalynnoy-rabote-v-usloviyakh-izolyacii> — (Дата обращения: 04.04.2020).

ЦЕННОСТНЫЕ АСПЕКТЫ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

С.Е. Горчаков

ФГБУ «Петербургский институт ядерной физики им. Б.П. Константинова»
Национального исследовательского центра «Курчатовский институт», Гатчина, Россия

mmconf@unecon.ru

Аннотация

Представлены результаты опроса руководителей научных организаций, имевших опыт кооперации в исследованиях и разработках. Сделан вывод о высокой ценности сотрудничества с точки зрения приоритетов национальной научно-технологической политики, возможности использовать знания, ресурсов, личные контакты в ходе выполнения, а также о важности дисциплины при завершении проекта. Проблемы в научном сотрудничестве связаны с организацией процесса, распределением обязанностей и прав.

Ключевые слова

Исследования и разработки, кооперация.

Растущая сложность научных проблем и задач в рамках национальных приоритетов, ограниченные возможности бюджетного финансирования, а также рост расходов на эксплуатацию и обслуживание установок и опытно-экспериментального оборудования определяют потребность сотрудничества в сфере науки. При этом «стратегическими задачами кооперирования являются: доступ к способностям и ресурсам партнера; создание новых способностей; использование результатов» [2, с. 89]. Значительную роль при этом играет основанная на саморегулировании коллаборация между участниками [1].

То, какое поведение демонстрирует организация, вступая в кооперативные отношения с другими субъектами научной, научно-технологической и инновационной деятельности, во многом определяет ее статус.

Стороны кооперационных отношений руководствуются не только общими правовыми нормами, но и общими взглядами на лидерство, общим пониманием организационной культуры, взаимным доверием, опытом прямого общения при четком распределении ролей, обязанностей и ответственности. Сотрудничество в научных исследованиях определяется нормами научной этики, структурой знаний и технологической инфраструктурой научной дисциплины [4].

Сложным по своей природе научное сотрудничество может быть представлено как процесс, включающий четыре стадии: основание, формулирование, поддержание и заключение [3].

В табл. 1 представлен профиль восприятия партнера на разных этапах сотрудничества.

В нашем исследовании приняли участие руководители 20 научных организаций, имевших опыт в реализации научных и научно-технических проектов на условиях кооперации с другими участниками (субъектами) научной деятельности.

Представительство респондентов характеризовалось следующими признаками: отрасль науки, профиль организации и тип организации-партнера, с которой имеется опыт сотрудничества.

Профиль восприятия ценности научного сотрудничества

Этапы (стадии) сотрудничества	Признаки оценки характера сотрудничества
Основания	приоритеты национальной политики
Этапы (стадии) сотрудничества	Признаки оценки характера сотрудничества
	знания
	опыт в выполнении данного рода задач
	ресурсы
	распределение рисков
Этапы (стадии) сотрудничества	Признаки оценки характера сотрудничества
Основания	личные контакты
Формирования	постановка целей и планирование работ
	организация и распределение обязанностей
	информационный и коммуникационный обмен
	соглашения о сотрудничестве в области интеллектуальной собственности
Поддержание	выполнение графика работ
	отзыв исполнителей и финансовых ресурсов
	потеря доверия
	слабые личные коммуникации
Завершение и распространение результатов	своевременный и полный отчет
	совместные публикации / согласованное авторство
	мотивация к дальнейшему сотрудничеству

Источник: составлено автором

Опрос проводился методом анкетирования. С использованием 5-балльной шкалы респондентам предлагалось, основываясь на собственном опыте, оценить степень ценности сотрудничества в выполнении исследований и разработок.

Статистика опроса представлена в табл. 2 и 3.

Состав участников опроса

Признак группировки	Число респондентов	Удельный вес в общем числе опрошенных
<i>Отрасль науки</i>		
естественные	5	25
технические	7	35
медицинские	4	20
гуманитарные	2	10
социальные	2	10
<i>Профиль организации</i>		
генерация знаний	10	50
разработка технологий	5	25
научно-технические услуги	5	25
<i>Тип организации-партнера</i>		
научно-исследовательская	7	35
конструкторская	3	15
проектная	2	10
высшего образования	3	15
промышленности	5	25

**Результаты дисперсионного анализа восприятия
ценности научного сотрудничества**

Признак группировки	\bar{x}	σ^2	δ^2	η^2	η	F_{факт}
<i>Отрасль науки</i>	3,51	0,135	0,033	0,242	0,491	11,9
естественные	3,23	0,052	-	-	-	-
технические	3,66	0,014	-	-	-	-
медицинские	3,97	0,053	-	-	-	-
гуманитарные	3,25	0,045	-	-	-	-
социальные	3,00	0,020	-	-	-	-
<i>Профиль организации</i>	3,51	0,135	0,075	0,556	0,746	12,7
генерация знаний	3,23	0,067	-	-	-	-
разработка технологий	3,85	0,094	-	-	-	-
научно-технические услуги	3,70	0,012	-	-	-	-
<i>Тип организации-партнера</i>	3,51	0,135	0,081	0,604	0,777	7,59
научно-исследовательская	3,24	0,061	-	-	-	-
конструкторская	3,64	0,015	-	-	-	-
проектная	3,81	0,001	-	-	-	-
высшего образования	3,17	0,064	-	-	-	-
промышленности	3,87	0,080	-	-	-	-

Источник: составлено автором

Для оценки статистической значимости аналитической группировки по выбранным признакам по условию $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}(\alpha, m-1, n-m)$, нам необходимы два его табличных значения: $F_{\text{табл}}(0,05, 2, 17) = 19,43$ и $F_{\text{табл}}(0,05, 4, 15) = 5,86$. По двум группировкам получены статистически значимые результаты. Что касается профиля организации, аналитическая группировка по этому признаку и полученные результаты оказались не значимыми.

При этом восприятие ценности сотрудничества мало различается от отрасли науки к отрасли, а вот тип организации-партнера оказался существенным фактором (коэффициент детерминации $\eta^2 = 0,602$). Самыми «ценными» партнерами оказались организации промышленности, имеющие подразделения, осуществляющие исследования и разработки (средний балл 3,87), а организациям высшего образования пока не хватает опыта сотрудничества в научных исследованиях.

В табл. 4 приведены средние оценки, которые получил у респондентов каждый из признаков этапов сотрудничества с конкретными партнерами с точки зрения его вклада в достижение научного или научно-технического результата.

Таблица 4

Профиль восприятия научного сотрудничества

Этапы и признаки оценки характера сотрудничества	Степень реализации признака
Основания	
приоритеты национальной политики	4,6
знания	3,4
опыт в выполнении данного рода задач	2,2
ресурсы	3,3
распределение рисков	2,1
личные контакты	3,1
Формирования	
постановка целей и планирование работ	2,2

Профиль восприятия научного сотрудничества

Этапы и признаки оценки характера сотрудничества	Степень реализации признака
организация и распределение обязанностей	1,9
информационный и коммуникационный обмен	2,1
соглашения о сотрудничестве в области интеллектуальной собственности	1,5
Поддержание	
выполнение графика работ	1,4
отзыв исполнителей и финансовых ресурсов	3,1
потеря доверия	3,1
слабые личные коммуникации	3,1
Завершение и распространение результатов	
своевременный и полный отчет	3,2
совместные публикации / согласованное авторство	3,1
мотивация к дальнейшему сотрудничеству	3,3

Источник: составлено автором

Респонденты отметили высокую мотивацию к сотрудничеству в контексте приоритетов национальной научно-технологической политики, высоко оценили значение знаний, ресурсов, личных контактов, уровень коммуникаций в ходе выполнения и дисциплину при завершении проекта. Больше всего проблем было связано с организацией процесса, распределением обязанностей и прав.

Используя предложенный подход к построению профиля каждого из партнеров в исследовательском сотрудничестве, научная организация получает возможность учитывать факторы, влияющие на эффективность этих процессов.

Литература

1. Василенко Н.В. Коллаборация в кластерах: институциональные предпосылки результативности // Новая экономическая реальность, кластерные инициативы и развитие промышленности (ИНПРОМ-2016): Труды международной научно-практической конференции. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, 2016. — С. 202-206.
2. Растова Ю.И., Растов М.А. К вопросу развития научно-производственной кооперации // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы IV Международной научно-практической конференции. СПб. : КБ-Принт, 2014. — С. 88-93.
3. Sonnenwald D.H. Scientific Collaboration: A Synthesis of Challenges and Strategies // Annual Review of Information Science and Technology. 2007. Vol. 41(1). — Pp. 643-681.
4. Waruszynski B.T. Collaboration in scientific research. Factors that Influence Effective Collaboration during a Period of Transformational Change: Dissertation Prepared for the Degree of doctor of social sciences Royal Roads University Victoria, British Columbia, Canada. 2017. — 285 p.

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИЙ

И.Д. Григорьева

Научный руководитель – к.э.н., доцент Л.Г. Мишура

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

irigrigoryeva27@gmail.com

Аннотация

Инвестиции – это способ получения дохода или сохранения сбережений с помощью вложений денежных средств в различные активы. Одним из популярных видов инвестиций является инвестирование в организации производственной сферы и их проекты. Но любые вложения подразумевают под собой долю риска. В следствии этого, существует необходимость в изучении и анализе различных способов оценки инвестиций, направленных на увеличение прибыли и на уменьшение возможных рисков.

Ключевые слова

Устойчивость инвестиционного проекта, время завершения переходного процесса, инвестиционный проект.

При определении возможности реализации инвестиционного процесса, важную роль играет устойчивость инвестиционного проекта. Устойчивым считается инвестиционный проект, который при всех сценариях считается эффективным и финансово-реализуемым [1].

Рассмотрим модель оценки инвестиционных проектов производственной сферы. Здесь инвестиции выделяются для реорганизации какого-либо производства.

Допустим, до реорганизации производства инвестор имел $M(t) = M_1$ рабочих мест, которые выпускали продукцию «старого образца». Считаем, что существует средняя производительность одного рабочего места, равная A_1 . Для оптимизации производства, производительность старых рабочих мест нужно увеличить в n раз. В процессе реорганизации производство «старого образца» следует уменьшить за время t_p от M_1 до M_0 мест.

Функция такого тренда представляет собой затухающую экспоненту, определяемую по формуле:

$$x_1(t) = a_0 + (a_1 - a_0)e^{-b_0 t}, \quad (1)$$

где b_0 – интенсивность сокращения производства «старого образца»;

$a_0 = A_1 n M_0$ – предельное значение объема производства «старого образца» в единицу времени, если на фирме оставить только M_0 мест и на этом прекратить реорганизацию;

$a_1 = A_1 M_1$ – объем производства в единицу времени до начала реорганизации.

$$b_0 = \frac{1}{t_p}, \text{ день}^{-1} \quad (2)$$

Далее в ходе переорганизации за время переходного процесса остается только M_0 старых рабочих мест и создается M_2 новых мест, средняя производительность которых после завершения переходного процесса станет A_2 . Для производства «нового образца» может понадобиться до M_s фирм-субподрядчиков, которые будут необходимы для выпуска новой продукции. Средняя производительность субподрядчика в интересах фирмы равна A_s . Этот тренд $x_2(t)$ имеет вид:

$$x_2(t) = (a_2 - a_0)[1 - e^{-b_1 t}], \quad (3)$$

где b_1 – интенсивность наращивания «нового образца» производства «нового образца»;

$a_0 = A_1 n M_0$;

$a_2 = A_2 M_2 + M_s A_s$ – объем производства «нового образца» в единицу времени за счет созданных новых мест и привлечения фирм субподрядчиков.

$$b_1 = \begin{cases} \left[t_p \left(1 - \frac{A_1 n M_0}{A_2 M_2 + M_s A_s} \right) \right]^{-1}, & \text{день}^{-1}. \\ 0 & \text{при } A_1 k M_0 = A_2 M_2 + M_s A_s \end{cases} \quad (4)$$

Для того, чтобы оценить устойчивость инвестиционного проекта, необходимо определить время завершения переходного процесса $-t_p$ [2].

Переходный процесс завершается, когда интенсивность сокращения «старого производства» становится равной интенсивности «наращивания» нового производства. Поэтому построим графики функций b_0 и b_1 и определим их первую точку пересечения. Эта точка будет являться временем завершения переходного процесса.

Наиболее удобно будет построить графики функций интенсивности сокращения производства «старого образца» и интенсивности наращивания производства «нового образца», как графики функций, заданных параметрически, параметром в этом случае будет выступать время завершения переходного процесса $-t_p$. Как правило, графики этих функций представляют собой постепенно сближающиеся кривые [3].

При анализе результата важное значение может иметь срок реализации проекта. Так как могут иметь место случаи, когда время завершения переходного процесса выходит за рамки срока реализации проекта, в таких случаях бизнес-план проекта подлежит оптимизации: необходимо увеличить количество новых рабочих мест и (или) их производительность.

Литература

1. Комарова Н.С. Выбор модели оценки эффективности инвестиционных проектов // Научно – технические ведомости СПбГЭУ. Экономические науки, 2013. – № 2 (168). – С. 105-109.
2. Буценко Е.В. Моделирование инвестиционного проекта сетевыми методами и его приложения // Известия УрГЭУ, 2016. – 1 (63). – С. 126-136.
3. Лебедев С.А. Имитационное моделирование эффективности инвестиционных проектов: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 1999. – 25 с.

СЕКТОРАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СРЕДЫ В АРМЕНИИ

Э.А. Григорян¹, О.Е. Медведева²

1 – Армянский государственный экономический университет, Ереван, Армения

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

emil.grigoryan.1995@gmail.com

oemedvedeva@itmo.ru

Аннотация

В последние годы в Армении возросла потребность в привлечении иностранных инвестиций: это стало бы движущей силой экономического развития. В статье автор изучал динамику инвестиций в Армении, а также взаимосвязь инвестиций и ВВП.

Ключевые слова

Иностранные инвестиции, прямые иностранные инвестиции, инвестиционная привлекательность, секторы экономики, валовый внутренний продукт.

Иностранные инвестиции (ИИ), и особенно прямые иностранные инвестиции (ПИИ), оказывают определенное влияние на экономику принимающей страны. Однако результаты проведенных разных исследований не однозначны: авторы отмечают как положительные, так и отрицательные последствия ПИИ [1, с 426]. Исследования среди развивающихся стран показали положительное влияние ПИИ экономический рост только в долгосрочной перспективе [2, с. 9]. Однако следует отметить и не прямые положительные эффекты. «ПИИ могут являться источником ценных технологий и ноу-хау во время поощрения связей с местными фирмами» [3, с. 50].

Для выявления общей картины инвестиционной среды и ее текущей ситуации в Армении было проведено исследование инвестиционных потоков в сфере сельского хозяйства, промышленности, торговли и услуг, строительства (в соответствии с большими группами видов экономической деятельности (NaceRev. 2)) в 2014–2019 годах. Динамика ИИ и ПИИ в сфере промышленности, а также торговли и услуг представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Динамика ИИ и ПИИ в сферах промышленности, торговли и услуг

Источник: составлено автором, расчеты авторов по данным Статистического комитета РА [4]

За отчетный период в сфере промышленности было зарегистрировано увеличение ИИ, которое составило более 726693 млн. армянских драмов. Таким образом, данный показатель инвестиций вырос примерно на 264,4%. С другой стороны, однако, ПИИ в том же секторе сократились примерно на 17,5% или 48885,5 млн. драмов.

В сфере торговли и услуг была отмечена обратная тенденция динамики инвестиций. Если ИИ снизились примерно на 19,5% или 60949,3 млн. драмов течение указанного периода, то ПИИ почти выросли в два раза или на 28524 млн. драмов.

Динамика ИИ и ПИИ в сферах сельского хозяйства и строительство с 2014 по 2019, в млн армянских драмах

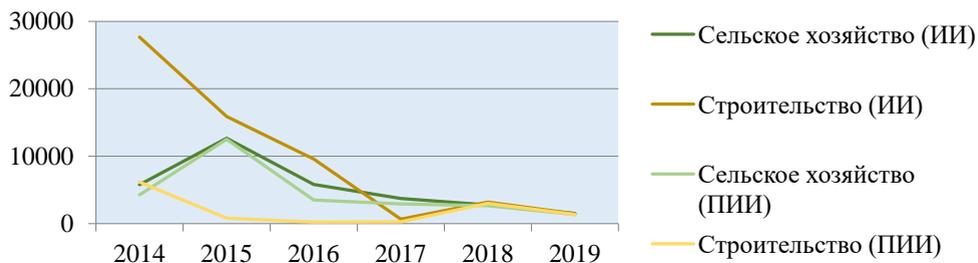


Рисунок 2. Динамика ИИ и ПИИ в сферах сельского хозяйства и строительства

Источник: составлено автором, расчеты авторов по данным Статистического комитета РА [4]

В отдельном контексте была рассмотрена динамика инвестиций в сельское хозяйство и строительство, которая представлена на рис. 2. Прежде всего, очевидно резкое уменьшение ИИ в строительном секторе, самый низкий уровень которого был зафиксирован в 2017 году, а в 2019 году, по сравнению с показателем 2014 года (27671.7 млн. драмов), этот же показатель составил 1455,2 млн. драмов.

Таким образом, этот показатель уменьшился примерно в 19 раз за шесть лет. ПИИ в строительном секторе также сократились, но в гораздо меньшей степени. Если в 2014 году объем инвестиций превысил 5000 млн. драмов, то в 2019 году они снизились на 78,1% или до 1357,7 млн. драмов. Следует отметить, что в результате этих изменений показатели ИИ и ПИИ в секторе достигли практически одинакового уровня.

Инвестиционные тенденции на отраслевом уровне, естественно, оказывают влияние на размер доли секторальных инвестиций в инвестициях в целом. Неудивительно, что рост в ИИ был зафиксирован только в сфере промышленности: 82,2% ИИ в 2019 году были вложены именно в сфере промышленности. В сфере услуг в 2019 году приходилось только 17,6% от общих ИИ (в 2014 году этот показатель составил 39,6%). В области сельского хозяйства аналогичный показатель прошлого года (2019 г.) составил всего 0,11%.

Однако по ПИИ динамика доли сектора несколько отличается. В отличие от результатов по ИИ, в сфере промышленности было зафиксировано снижение на 8,3%, а доля торговли и услуг увеличилась на 10,7% до 17,64%. Сельское хозяйство и строительство вместе составляют около 1% всех ПИИ. Если мы попытаемся представить структуру инвестиций за весь исследуемый период, то увидим, что промышленный сектор (76,2% и 84,6% соответственно) является лидером как в отношении ИИ, так и ПИИ, за которым следует сфера торговли и услуг (22,4% и 13,3% соответственно). Инвестиции в сельское хозяйство и строительство вместе составили 1,4% ИИ и 2% ПИИ.

Выявление современных тенденций и секторальных специфик ИИ и ПИИ, по сути, позволяет нам выявить не только отраслевые или отраслевые предпочтения иностранных инвесторов. ИИ и ПИИ могут рассматриваться в контексте их влияния на темпы прироста ВВП

по секторам. Таким образом, были оценены взаимодействия секторальных изменений в ИИ, ПИИ, ВВП и их взаимосвязи.

Перед определением этих отношений была проанализирована динамика ВВП по группам экономической деятельности или секторам экономики. С точки зрения доли, лидером является сектор торговли и услуг, как показано на рис. 3. В 2019 году доля данного сектора в ВВП составила 54,3% (в 2014 году этот показатель составил 47,4%). Примечательно, что доля сферы услуг в ВВП с годами только увеличилась.

Начиная с 2016 года доля промышленного сектора превысило доля сельского хозяйства в ВВП. Это в большей степени было обусловлено тем, что производство сельскохозяйственного, охотничьего и лесного хозяйства, рыболовства и рыбоводства с каждым годом уменьшалось. В 2019 году доля сектора промышленности в ВВП составила 18,1% (вместо 16% в 2014 году). Доля строительного сектора в общем объеме ВВП была самой низкой. Следует отметить, что кроме 2015 года доля сектора снизилась устойчивыми темпами, составляя 6,2% в 2019 году.



Рисунок 3. Доля секторов экономики в ВВП

Источник: составлено автором по данным Статистического комитета РА [5]

Как упоминалось выше, в исследование были включены отраслевые показатели, которые характеризуют темпы роста ВВП. Исследования показали, что за последние шесть лет наблюдается рост только в сфере торговли и услуг: в 2017-19 годах среднегодовой темп роста составил 10%, что является самым высоким зарегистрированным показателем. В последние годы в сельскохозяйственном производстве наблюдается тенденция к снижению.

Формула, используемая для оценки соотношения инвестиций и ВВП, выглядит следующим образом:

$$K_{ииi} = \frac{\Delta ВВП_i}{\Delta ИИ_i}, \quad (1)$$

где $K_{ииi}$ — изменение ВВП в процентах в случае изменения инвестиций.

$\Delta ВВП_i$ — годовой темп прироста производства в i -м секторе, %,

$\Delta ИИ_i$ — темп прироста ИИ в i -м секторе, %.

Фактически коэффициент показывает, насколько изменяется реальный объем производства в данном секторе в случае 1% изменения ИИ. Расчеты приведены в табл. 1.

Из данных, введенных в таблицу, прежде всего, выделяется коэффициент сектора промышленности в 2016 году — 25,67%. Это связано с тем, что хотя инвестиции в этом секторе сократились на довольно небольшую величину — 0,3%, объем сектора увеличился на большую величину — около 7,7%.

Особое внимание следует обратить на случаи, когда произошло увеличение обоих показателей (показатели в таблице отображены красным): это позволяет более достоверно

оценить ситуацию. На самом деле взаимосвязь ИИ и ВВП в сельском хозяйстве и строительстве довольно слабая (2015-2018, соответственно).

Таблица 1

К_{ИИ} по отраслям с 2015 по 2019 года

Отрасль	2015	2016	2017	2018	2019
Сельское хозяйство	0,11	0,09	0,14	0,27	0,06
Промышленность	0,1	-25,67	0,48	0,72	0,4
Торговля и услуги	-0,03	0,28	-1,02	0,79	1,47
Строительство	0,07	0,34	-0,03	0,002	-0,07

Источник: расчеты автора на основе данных Статистического комитета РА[4-5]

В сфере промышленности в 2016-2018 годах рост ИИ на 1% сопровождался среднегодовым ростом в реальном секторе на 0,5%. В 2019 году в сфере торговли и услуг зафиксирован самый высокий показатель во всех областях за весь исследуемый период — 1,47.

Аналогичный коэффициент был введен в исследовании взаимосвязей ПИИ-ВВП, который рассчитывался по следующей формуле:

$$K_{ПИИ} = \frac{\Delta ВВП_i}{\Delta ПИИ_i}, \quad (2)$$

где $K_{ПИИ}$ – изменение ВВП в процентах в случае изменения ПИИ,
 $\Delta ВВП_i$ - годовой темп прироста производства в i-м секторе, %,
 $\Delta ПИИ_i$ – темп прироста ПИИ в i-м секторе, %.

Из данных, представленных в табл. 2, мы отмечаем, что взаимосвязь ИИ и ВВП в сельскохозяйственном и строительном секторах также является относительно слабой (за исключением 2017 года, когда увеличение ПИИ на 1% сопровождалось увеличением строительного сектора на 0,2%). В сфере торговли и услуг в 2018-2019 годах увеличение коэффициента не наблюдалось. В предыдущем году, в случае увеличения ПИИ на 1%, реальный рост сектора составил 0,55%.

В сфере торговли и услуг в 2018-2019 годах увеличение коэффициента не наблюдалось. В предыдущем году, в случае увеличения ПИИ на 1%, реальный рост сектора составил 0,55%.

Уровень соотношения указанных показателей в сфере промышленности несопоставимо высок, что проявилось в 2016-2017 годах (1,55 и 1,8 соответственно).

Таблица 2

К_{ПИИ} по отраслям с 2015 по 2019 года

Отрасль	2015	2016	2017	2018	2019
Сельское хозяйство	0,07	0,07	0,3	0,73	0,05
Промышленность	-1,1	1,55	1,8	-0,28	-1,64
Торговля и услуги	0,01	0,08	-0,2	0,21	0,55
Строительство	0,04	0,2	0,2	0,001	-0,07

Источник: расчеты автора на основе данных Статистического комитета РА [4-5]

Зарегистрированные отрицательные показатели в основном обусловлены тем, что объем ПИИ в данном секторе сократился в данном году, а реальный объем производства увеличился.

Заключение

В 2015-2019 годах рост ИИ и ПИИ в сфере торговли и услуг и в особенности в сфере промышленности сопровождался в несколько раз большим реальным ростом производства в этом секторе, чем в сельскохозяйственном и строительном секторах. Эти тенденции в

определенной степени подчеркивают приоритеты государственной политики отраслевого развития. В то же время с макроэкономической точки зрения является важным решение проблемы повышения эффективности инвестиций в области сельского хозяйства и строительства, что, в свою очередь, станет стимулом для иностранных инвестиций в этих секторах.

Литература

1. Carbonell J.B., Werner R.A. Does Foreign Direct Investment Generate Economic Growth? A New Empirical Approach Applied to Spain, *Economic Geography*, 94:4, 2018. – p. 425-456, DOI: 10.1080/00130095.2017.1393312 – (Дата обращения: 24.04.2020).
2. Dinh T.T., Hong Vo D., Vo A., Nguyen T.C., «Foreign Direct Investment and Economic Growth in the Short Run and Long Run: Empirical Evidence from Developing Countries,» *Journal of Risk and Financial Management*, MDPI, Open Access Journal, vol. 12(4), 2019. – pages 1-11.
3. Susilo, D. The Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth (a Causal Study in the United States). / 10.20 961/bise.v4i1.21422. 2018. – (Дата обращения: 25.04.2020).
4. Социально-экономическое положение Республики Армения в январе-феврале 2015-2020 годов, Статистический комитет Республики Армения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.armstat.am – (Дата обращения: 25.04.2020).
5. Социально-экономическое положение Республики Армения в январе-марте 2016-2020 годов, Статистический комитет Республики Армения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.armstat.am – (Дата обращения: 25.04.2020).

LABOR AND EMPLOYMENT TRANSFORMATION IN THE ERA OF ECONOMIC DIGITALIZATION

A.L. Enikeeva

Tashkent branch of Russian university of economics named after G.V. Plekhanov,
Tashkent, Republic of Uzbekistan

enikeeva.alsu2010@yandex.com

Abstract

The development of digital technology is rapidly gaining momentum. With the undeniable advantages of this phenomenon, society is concerned about the inevitable change in the nature of labor and employment. There is a risk of losing social and behavioral skills. To build up social capital, the state needs to invest in human capital from early childhood. The personnel policy of enterprises should be based on the intellectualization of personnel; for this, the managerial competencies themselves should change.

Keywords

Digitalization of the economy, changing the nature of labor, personnel policy, intellectual competencies.

In the modern world, along with the typical, information has become one of the fundamental factors of production. Digitalization of all types of information is changing our life, all aspects of it. The scale of the digitalization trend is indicated by the exponential growth of Internet traffic. According to Cisco estimates, by 2021 global annual Internet traffic will increase 127 times compared to 2005 and reach 3.3 zettabytes (One zettabyte is 1000⁷ bytes or one billion terabytes) [1, P. 15].

The possibilities of the digital seem unbelievable. Household robots often become informants of personal data for customers. Electronic toys have the ability to learn. Cars perceive human speech, replace the driver behind the wheel. The mobile phone «recognizes» the owner. Artificial intelligence often gives the impression of being natural, being able to make independent decisions. In multi-billion China, for a fairly short period of time, all contacts of people infected with coronavirus were determined through QR codes in a mobile application, their movement was limited and, thus, the pandemic spread was localized. Thus, a society wins where digital technologies are more developed.

The famous American entrepreneur and inventor Elon Musk is seriously concerned that artificial intelligence may prevail over man. He fully admits the possibility of creating a self-reproducing robot and considers this a real threat to humanity. Musk, with a team of like-minded people from Silicon Valley, turned to the world community with a proposal to limit the uncontrolled spread of digital in the world. We know enough examples when works of the fiction genre were embodied in real life.

It is likely that the development of society will follow a more optimistic scenario, however, humanity cannot but be bothered by the impact of digitalization on employment and the changing nature of labor itself. According to the forecast of the McKinsey Global Institute, by 2036 from 2 to 50% of work expressed in man-hours can be automated, and by 2066 this share can reach from 46 to 99%. So, for example, in the USA it is supposed to digitize more than 47% of jobs. According to Oxford University professors Karl Frey and Michael Osborne, who have analyzed 702 professions, 69 million jobs could be lost as a result of automation in the USA, which is equivalent to 47% of the workforce [2].

In a networked society, the traditional concept of office is also losing its relevance. Under quarantine conditions, a large number of personnel adapted to the remote work mode rather quickly.

Freelance, popular in Western countries, is actively spreading to Europe. Reliable internet access is what you need first. Instead of an office - its own living room, cafe or Coworking center.

Thus, in the digital age, codified labor can easily be replaced by machines. Already today the concept of «Cobot» (Co-bot, from the English collaborative robot - «collaborating robot») appeared - a robot designed to work together with humans. However, in a human society, production cannot become completely deserted, and the development of social and behavioral skills is not what characterizes a robot. Artificial intelligence cannot possess such intellectual competencies as determination, self-education, critical thinking, creativity, the ability to solve problems in force majeure conditions and in conditions of uncertainty.

Responsibility - the quality that the employer is looking for in the applicant for the vacancy. It is it that distinguishes an employee who is loyal to the leadership and patriotic to the organization. The ability to work in a team, giving a powerful synergistic effect, distinguishes a person from a machine.

A valuable quality of an employee is the ability to maintain a wide range of connections and acquaintances. A significant number of subscribers to social networks may well have commercial benefits. So, an employee of the marketing department can dramatically increase the sales of the products of their company producing sportswear by simply asking a friend of a popular athlete to post their photo on Instagram in a suit of this company. A robot cannot do this.

The report of the specialists of «Global Education Futures» and «World Skills Russia» lists the basic skills that a person will need in the future. These skills are significantly different from those required by the employer today. We are talking about emotional intelligence, empathy, media literacy, information hygiene, awareness, the ability to manage attention, environmental thinking, learning abilities, creativity, the ability to find innovative solutions, including in cooperation [1, P. 81]. Probably, the tests will determine the presence of these qualities in the applicant of a vacant position in the future. But today, the employer wants to see in their team not only an educated employee, but also a sociable, empathic, stress-resistant, able to manage conflicts, with emotional intelligence. On the contrary, a toxic employee creates discomfort in the team and often the staff prefers a friendly and balanced colleague to a high professional.

In reality, the portrait of a young specialist in the labor market is far from the requirements presented. The digital generation has grown, for whom communication on the Internet is more natural than live. Psychologists are talking about gadget addiction today.

With all the benefits, young people are losing social skills, it is often possible to observe a departure into the world of virtuality, difficult adaptation in the work collective. The transition to a written format of entrance examinations to universities and, later, test attestations in higher education, not to mention distance learning, do not contribute to the effective development of speech and social skills.

In the «World Development Report 2019» it is proposed to invest in human capital to increase social capital [3, P.51]. And an important period in the development of a person is determined by their early childhood, the period when social and intellectual skills are most actively formed. In most countries, the emphasis is on middle school and high school, however, approaches to solving problems are far from optimal. So, the transition of the Russian higher school to the credit system in accordance with the Bologna Convention, in fact, to this day is an attempt to adapt the old Soviet school to new terms. The mentality and conservatism of society leads to the fact that «things are there».

Information is created by the intellectual abilities of a person. Based on the fact that labor will soon be divided into 2 types: routine and unique, the demand for people in production will also be divided. The personnel policy should be based on the intellectualization of personnel; for this, the managerial competencies themselves should change.

With sufficiently large studies and recommendations in the field of personnel management, in practice, changes occur very slowly. The inertness of this sphere does not allow the introduction of methods that motivate personnel at enterprises in the West quite effectively today.

Thus, incentives for the development of personnel can take many forms. Weekly meetings of employees known as Lunch and Learn (lunch and training) involve a lunch break in an informal setting, for example, in a nearby cafe, and a discussion of successes and problems in the work of an employee. At this point, the employee can consult with the supervisor on problem areas in their work, ask questions of interest. In turn, the supervisor gains an understanding into the activities of the subordinate. The time allotted for this makes both sides prepare for the conversation. An interesting fact is that the organization pays for the costs of such meetings.

The practice of «SMART goals» is widely used, where a staff development plan is created. At the beginning of the year, the company sets goals, on the basis of which each structural unit determines its control figures, and on their basis each employee determines their own achievement plan.

The literal translation of the name of the project «SMART goals» is «Smart goals», however, the word SMART has a broader meaning: S – specific, M – measurable, A – attainable, R – relevant, and T – time bound.

Within the framework of the method, several meetings of the leader and the employee are planned during the calendar year, where the issue of achieving the goals set and the relevance of these goals at the moment are discussed. At the end of the year, the degree to which the goals are achieved is considered, this happens in a one on one setting. Prior to the meeting with the leader, the employee fills out a «Self-Assessment» form, where they write down the degree of achievement of their goals. However, they may ask colleagues to give them an assessment. These reviews do not have to be presented to the leader, the employee can simply take them into account in case there are negative points. The manager can also ask colleagues to give a written assessment to a specific employee, then they evaluate the subordinate in writing. In conclusion, the issue of the ranking of the employee and, accordingly, of their salary for the next year (of course, taking into account the financial achievements of the company) and career position is decided.

The 360-degree feedback method (360-degree assessment) allows one to give an objective assessment of the competencies of the leader, employee, partner. If necessary (this may be the end of the planning year), when deciding on the amount of annual bonuses or career advancement, the entire team of a particular division of the company anonymously evaluates each other's work. The leader does the same for each subordinate and compares his opinion about the employee with the opinion of the team. Next, a decision is made.

To motivate employees to self-educate, management can encourage the study of professional literature by accruing virtual bonuses, which each time period (for example, once a quarter) are converted into prizes or cash rewards. From the point of view of multiplying human capital, sports, losing weight, and reading fiction can also be welcomed. Nothing motivates and involves so much in the process as competition and encouragement for the result.

From the point of view of developing social and behavioral skills, some companies introduce a practice where, at the end of the month, virtual points are awarded to all employees, which they can give out to anyone they want. Through a local network, any employee can allocate a certain number of points to those whom they consider necessary. The criteria are very different: for professionalism, for the willingness to come to the rescue, for creativity and so on. Those employees whose scores are the highest receive reward from the management.

The issue of developing social skills is more important than it might seem at first glance. Total digitalization threatens the loss of the luxury of human communication. Masterpieces of literature and art have always been born at the forefront of feelings and emotions. Creativity is what distinguishes a rational person from all other inhabitants of the planet. Intelligent beings should reasonably relate to modern realities and make artificial intelligence serve human society, and not vice versa.

Literature

1. Skills of the future. What you need to know and be able to in a new complex world. Report of experts Global Education Futures and WorldSkills Russia. Available at: <https://futuref.org/futureskills> (accessed 4 April 2020).
2. Greene L., Mamic I. The Future of Work: Increasing Reach Through Mobile Technology. - Bangkok: ILO, 2015; Berger T., Frey C. Structural Transformation in the OECD: Digitalization, Deindustrialization and the Future of Work / OECD Social, Employment and Migration Working Papers, N 193, OECD Publishing, - Paris, 2016.
3. World Development Report 2019. Changing the nature of labor. - International Bank for Reconstruction and Development / World Bank. Available at: www.worldbank.org (accessed 4 April 2020).

ПРОДВИЖЕНИЕ HR-БРЕНДА В СФЕРЕ ИТ КАК МЕХАНИЗМ КАДРОВОГО РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЯ ВО ВРЕМЯ КОРОНАКРИЗИСА

Н.С. Желтова

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

zheltovanata@yandex.ru

Аннотация

Для компаний всё острее становится проблема найма необходимых квалифицированных сотрудников. Особенно остро этот вопрос встает во время кризиса, который мы наблюдаем прямо сейчас. Одним из механизмов привлечения желаемой аудитории, а также «удешевления» их рыночной стоимости становится формирование и продвижение бренда работодателя. Становясь новой ценностью в глазах целевой аудитории ИТ-индустрии, HR-бренд может повысить лояльность аудитории и, как следствие, улучшить репутацию компании в целом.

Ключевые слова

HR-бренд, бренд работодателя, инструменты PR, продвижение HR-бренда, сфера ИТ.

До 2020 года с ИТ-сферой было всё предельно ясно: этот сектор стремительно развивается, и инновации, становясь краеугольным камнем, двигают социальную, экономическую и даже политическую сферы вперед. В первое время начавшегося в России кризиса, связанного с распространением коронавирусной инфекции, казалось, что именно ИТ-бизнес входит в те немногие наиболее приспособленные к новой реальности отрасли. На такой расчет были определены причины. Так, например, сотрудники ИТ считаются мобильными – для выполнения работы многим из них достаточно только ноутбука и подключенного интернета. А практика удаленной работы позволила ИТ-компаниям быстро настроить процессы распределенных команд.

С другой стороны, ИТ-индустрия существенно зависит от деятельности своих клиентов (будь это другие компании-заказчики или конечные покупатели), поэтому также попала в зону риска экономического кризиса. По мнению Л. Разумовского, президента ГК «Рамакс», под давлением оказались 3 вида ИТ-компаний:

1. Производственные компании (оборудование, телекоммуникации, гаджеты).
2. Разработчики программного обеспечения, которые ориентированы на отрасли, сильно пострадавшие от внедренных мер в ситуации с covid-19.
3. Вендоры, интеграторы и аутсорсеры, существенно зависящие от общения с клиентами и партнерами.

Как всё это отразилось на рынке вакансий? Сейчас спрос на ИТ-специальности снизился: некоторые компании не готовы нанимать новых сотрудников в условиях непредсказуемой ситуации. Однако известно, что с точки зрения человеческих ресурсов уже несколько лет все технологические компании испытывают «кадровый голод». По последним данным комитета по труду и занятости населения Санкт-Петербурга, дефицит сотрудников на 2020 год составляет 10,4% – компании нуждаются дополнительно в 10-15 тысячах специалистов. И возмозные кратковременные трудности подхлестнут отрасль больше и ИТ потребуются еще больше кадров.

В первую очередь это связано с тем, что вирус ускорил закономерную цифровизацию –

множества процессов как внутри, так и вовне организаций, переводятся в онлайн, и находятся все новые способы использования технологий. Прямо сейчас быстрыми темпами развиваются такие IT-направления, как BigData (большие данные), машинное обучение, искусственный интеллект. И поэтому за специалистами в этих областях (разработчики, дата-инженеры, дата-сайентисты, аналитики) вот-вот может начаться настоящая «охота».

И вот обнаруживается дилемма: талантливые эксперты нужны, но многие компании не готовы, не хотят или просто не могут платить за кадры высокую рыночную стоимость. В такие моменты адекватное руководство понимает – нужны такие активации, чтобы сами специалисты хотели работать в компании. Одним из механизмов привлечения желаемой аудитории, а также «удешевления» их рыночной стоимости становится формирование и продвижение бренда работодателя, или HR-бренда [1, с. 32-34].

Это подтверждается исследованием Melián-González и Bulchand-Gidumal (рис. 1), которое показывает, что кандидаты, которые подают свои отклики в компанию с положительной репутацией, повышают зарплату примерно на 35–40%. В случае, если те же специалисты устраивались в компанию с плохой репутацией, то они были готовы были перейти в эту компанию с ожиданием повышения зарплаты уже на 55–60%.

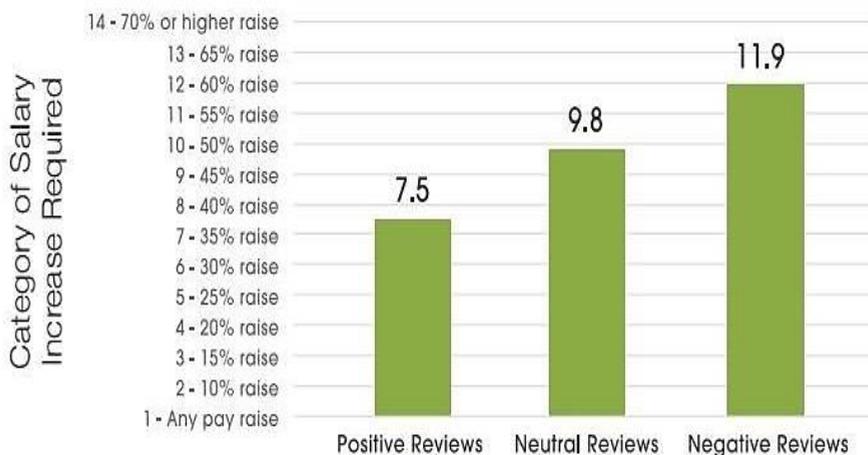


Рисунок 1. Влияние позитивных, нейтральных и негативных отзывов на зарплатные ожидания кандидатов при устройстве на работу

Конечно, хорошая репутация как работодателя не появляется за месяц или даже полгода. За этим стоит долгая и непрерывная работа, долгосрочная стратегия. Почему этот вопрос остро стоит именно сейчас? В силу экономического ухудшения положения дел многие компании полностью прекращают найм и, что еще хуже, массово сокращают существующий штат. Эти моменты тяжелые запоминаются ИТ-сообществу и далее «отбелить» репутацию компании бывает намного сложнее, чем построить новое знание о неизвестной компании. Поэтому даже в условиях кризиса нужно высоко держать собственную планку – и не забывать, что в скором времени спрос опять возрастет и нужно будет набирать новых людей. Также это относится к внутренним коммуникациям – нельзя забывать о своих сотрудниках, которые находятся на удаленной работе, и возможно еще больше нуждаются в эмоциональной и психологической поддержке. Поэтому сейчас самое время возделывать почву для этого – далее об этом.

По результатам исследования компании HeadHunter [2] компании используют следующий набор онлайн- и офлайн-каналы для продвижения HR-бренда собственных компаний. Перечень инструментов в порядке убывания по частоте использования представлен в таблице.

Каналы продвижения HR-бренда компаний

Онлайн	Офлайн
<ol style="list-style-type: none"> 1. Job-сайты 2. Социальные сети 3. Корпоративный карьерный сайт 4. Каналы и чаты в мессенджерах 5. Graduate-сайты и сайты о стажировках 6. Специальные профессиональные площадки (Habr, Medped, Banki.ru) 7. Общие онлайн-площадки (VC.ru, Rusbase, РБК) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. «Сарафанное радио» 2. Семинары, мастер-классы, обучающие мероприятия, кейс-чемпионаты, профориентационные мероприятия 3. Дни карьеры и дни открытых дверей 4. Благотворительные акции, волонтерские активности 5. Флаеры, листовки 6. Печатные СМИ 7. Олимпиады, спортивные мероприятия 8. Наружная реклама 9. Телевидение

При этом эффективными такие популярные каналы как соцсети и job-сайты считают менее половины работодателей. С офлайн-каналами обратная ситуация – «сарафанное радио» и семинары, мастер-классы и т.п. считаются наиболее эффективными. Отдельно стоит отметить такой метод продвижения, как реклама. Цель рекламных кампаний – отыскать своего кандидата и проинформировать о том, что это компания именно то, что ему нужно. Так, продвигать можно не только вакансии, но и мероприятия компании, её контент-материалы и другие возмозжные активности. Ниже представлены примеры таргетированной рекламы от высокотехнологичных компаний в социальной сети «ВКонтакте» (рис. 2).

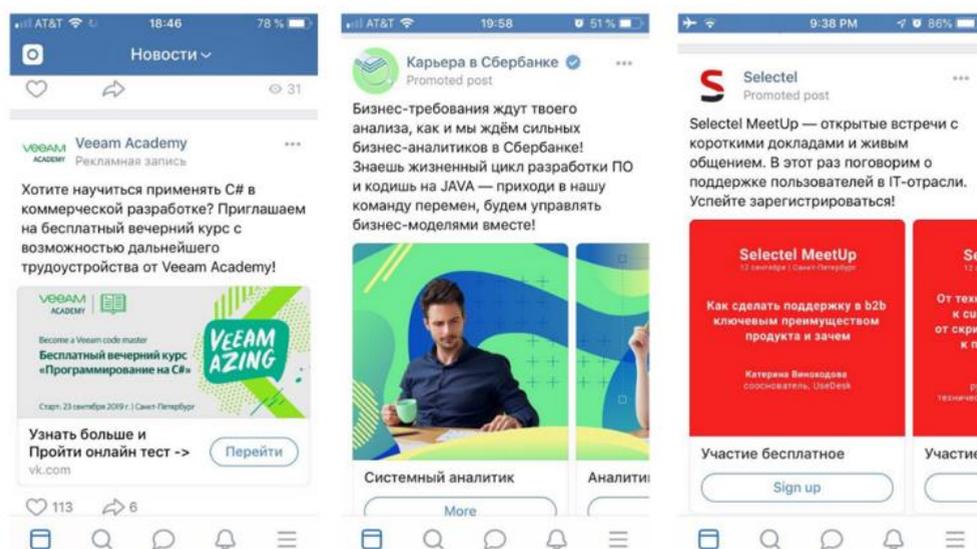


Рисунок 2. Примеры рекламных кампаний от ИТ-бизнеса

Одним из новых веяний инструментария для продвижения HR-бренда ИТ-компаний является направление developerrelations (построение взаимоотношений с разработчиками). Также это направление называется технопиаром, представляющим из себя «комплекс PR и HR методов, направленных на продвижение бренда в высокотехнологичной сфере, основанного на трансляции IT-экспертизы компании и ориентированного как на профессиональную общественность в целом, так и на потенциальных сотрудников в частности» (авторское определение). Сюда относятся такие инструменты, как:

1. Контент-планирование (ведение технического блога компании, написание технических и околотехнических материалов) – во время кризиса особенно повысился уровень интереса к обучающим материалам.
2. SMM – развитие соцсетей, работа с комментариями и отзывами, публикация новостей компании. Актуальная информация – залог того, что все целевые аудитории будут осведомлены о потребностях бизнеса.
3. Мероприятия – хоть офлайн-ивенты сейчас недоступны, однако онлайн-встречи набирают обороты: проводятся не только узкоспециализированные митапы и квартирники в Zoom, туда переходят и крупные конференции (например, «ОнТИКО» и JUGRuGroup – организаторы самых крупных ИТ-мероприятий запустили всё в онлайн).
4. Работа с инфлюенсерами – не только вовне, но и особенно внутри компании. Помогать сотрудникам готовиться к выступлениям, давать обратную связь – всё это важные моменты при работе с ИТ-экспертами.

Выстраивая всевозможный микс из имеющегося HR и PR инструментария, ИТ-компания может достигнуть главной цели – повысить лояльность аудитории и, как следствие, улучшить репутацию компании в целом [3].

Таким образом, грамотно продвигаемый бренд работодателя помогает компании привлекать, вовлекать и удерживать квалифицированные кадры. Грамотные действия компании положительно влияют на ИТ-профессионалов, они в свою очередь в критически важных ситуациях берутся за менее интересные для них проекты и будут мотивированы работать с полной отдачей на благо команды. Чем результативнее работают сотрудники, тем успешнее бизнес. А во время кризиса это самое важное – оставаться эффективными.

Литература

1. Бруковская О., Осовицкая Н. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании. – СПб., 2011. – 272 с.
2. Взгляд на HR-бренд. Работодатели// Исследование HeadHunter [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://hhcdn.ru/file/16676150.pdf> – (Дата обращения 10.05.2020).
3. Осовицкая Н. HR-брендинг. Управление талантами, онлайн-обучение, геймификация и еще 15 эффективных практик. – СПб.: Питер, 2014. – 250 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

М.В. Иванов¹, А.Д. Шаронова²

1 – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

Ivanov_mv@spbstu.ru
sharonovaad@gmail.com

Аннотация

В сложившихся условиях развитие малого и среднего бизнеса замедляется и требует дополнительной поддержки, в связи с этим актуальность вопроса выживания становится приоритетным не только в долгосрочной перспективе, но и краткосрочной. Несмотря на существование подобных мер и сценария выхода из кризисной ситуации, положение в стране остается критичным. Неизбежное «калькирование» организационно-политических мер по борьбе с пандемией в развитых странах не учитывает экономическую составляющую и особенности ведения бизнеса. В статье приводятся данные анализа сложившейся ситуации в российском малом и среднем бизнесе.

Ключевые слова

Экономическая ситуация, малый и средний бизнес, государственная поддержка.

Целью работы является анализ последствий и возможных перспектив выхода из сложившегося кризиса в России.

Как для российской, так и для мировой экономики в целом весна 2020 года принесла глобальные сдвиги в тенденциях развития и перераспределении основополагающих задач, требующих решения. Номинальный ВВП в России в апреле этого года сократился на 28% (на 2,4 трлн. рублей) по сравнению с апрелем прошлого года. ВВП составил лишь 6,3 трлн. рублей. По оценкам аналитиков падение ВВП в реальном выражении составляет около 20% [4].

Наибольшее влияние ситуация оказала на малый и средний бизнес (далее -МСП). Доля малого и среднего бизнеса в российской экономике составляет около 25%. Соответствующую информацию на сайте впервые опубликовал Росстат. Росстат и Минэкономразвития и торговли ранее анализировали долю малого и среднего бизнеса, однако их результаты не обнародовали, такую информацию давала Счетная палата. Доля малых и средних предприятий в ВВП развитых стран составляет 50-60%. 52% в Великобритании, 54% в Германии, 61% в Финляндии и 62% в Нидерландах.

В соответствии с Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ под малым предприятием понимается предприятие, на котором задействовано до 100 человек. У организации есть возможность работать как микропредприятием, когда оно нанимает до 15 человек. Другим критерием для классификации юридических лиц как крупных, средних или малых предприятий является доход. Согласно постановлению Правительства от 04.05.2016 года выручка от продаж для малого бизнеса не должна превышать 800 млн. рублей, а для микропредприятий – до 120 млн. рублей [1].

В последнем докладе о социально-экономическом положении России даются данные по изменению количества организаций в марте 2020 года. Тенденции развития довольно

пессимистические: за месяц было создано 25 тысяч организаций, а ликвидировано 48 тысяч. Для масштаба: всего в России порядка 2,5 миллионов организаций. Только 4 отрасли оказались в плюсе: здравоохранение, добыча металлических руд, производство табачных изделий и производство лекарственных средств (таких компаний за месяц было создано 11, а ликвидировано 10). Остальные отрасли оказались в более трудном положении, а именно, минус 11 тысяч организаций торговли, минус 2 тысяч строительных компаний [3]. В лидерах падения также научная и техническая деятельность, обрабатывающие производства, сельское хозяйство. Данные представлены на рис.



Рисунок. Изменение числа организаций по отраслям, в шт.

В России малые предприятия получают государственную поддержку в виде налоговых и административных льгот. Для малого бизнеса существуют четыре специальные системы налогообложения: упрощенная система налогообложения, налог на прибыль, система патентного налогообложения и единый сельскохозяйственный налог. Общая налоговая система состоит из 20% подоходного налога, 5-15% для упрощенной налоговой системы и 6% для единого сельскохозяйственного налога. Патентная система предполагает покупку патента, а условия устанавливаются региональными властями. Некоторые малые предприятия (по доходам, видам деятельности и количеству работников) могут заключать только определенные временные трудовые договоры, осуществлять денежные переводы без перевода и получать различные государственные субсидии.

В то же время, с 2018 года все малые предприятия имеют несколько общих преимуществ:

- право поддерживать упрощенную форму бухгалтерского учета;
- 15% доля государственного заказа;
- право на получение государственных гарантий;
- защита от чрезмерного контроля со стороны государственного и муниципального контроля [1].

Необходимо отметить, что в связи с ситуацией в стране появились новые инструменты поддержки малого и среднего бизнеса. Так, вступил в силу закон о предоставлении льготного периода заемщикам в связи с распространением пандемии. Закон гарантирует возможность для граждан и субъектов МСП получить отсрочку платежей по кредитам и займам на срок до полугода в том случае, если граждане или предприниматели оказались в сложной жизненной ситуации или пострадали от снижения доходов в связи с пандемией. Также, были регламентированы меры по поддержанию кредитования организаций МСП, в том числе на выплату заработной платы сотрудникам и приняты дополнительные меры по снижению нагрузки, связанной с обслуживанием бизнесом действующих кредитов. При этом, согласно данным мониторинга ЦСР, только 10% компаний из сегмента МСП получили хотя бы одну из

объявленных мер поддержки. Ещё 10% находятся в процессе получения с непредсказуемыми результатами, а 50% планируют получить помощь.

Отметим, что ряд экспертов продемонстрировали прогнозы, отражающие реальную господдержку бизнеса в стране. Рассчитывать на господдержку смогут не более 28% всех малых и средних компаний. При этом значительную часть введенных мер поддержки предприниматели назвали либо невостребованными, либо заявили, что воспользоваться ими невозможно. Рассмотрим более подробно основные меры, на которые малый и средний бизнес могут не рассчитывать:

- на неприменение санкций при нарушении условий госконтрактов – 89%;
- на возможность изменения условий госконтракта по соглашению сторон – 86%;
- на мораторий на подачу заявлений о банкротстве – 88%;
- на отсрочку платежа по аренде государственных и муниципальных площадей – 76%;
- на субсидирование процентных ставок по кредитам – 67%;
- на реструктуризацию имеющихся кредитов и неначисление повышенных процентов – 66%;
- на беспроцентное кредитование на выплату зарплат не рассчитывают не более 63%.

Подводя итог несомненно на то, что существуют меры поддержки и сценарии выхода из кризисной ситуации, положение малого и среднего бизнеса в стране критично [2]. Высокие значения EPU (показатель индекса неопределенности экономической политики, который рассчитывается исходя из частоты совместного упоминания в ведущих печатных изданиях) показывают оценку состояния экономики потребителями, бизнесом и государством, при которой проблематично строить долгосрочные планы, что само по себе ограничивает экономический рост. Исходя из того, что текущие события привели к рекордным значениям за весь период наблюдения, но если для глобальной экономики показатели EPU марта сопоставимы с данными 2019 года, то для России рост индекса был значительный.

На данный момент государство проводит меры поддержки, которые в условиях затянувшегося кризиса, увеличения безработицы и снижения уровня доходов если и будут осуществляться, то в полной мере уже не смогут быть достаточно эффективными. В предстоящий сложный период необходимы меры по реанимации, как отдельных отраслей, так и экономики в целом.

Литература

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
2. Солдатова С.С., Пивкина К.Р. Экономические последствия пандемии «COVID-19» для России // StudNet. 2020. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-posledstviya-pandemii-covid-19-dlya-rossii> – (Дата обращения: 14.05.2020).
3. Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gks.ru> – (Дата обращения: 13.05.2020).
4. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ofd.nalog.ru> – (Дата обращения: 13.05.2020).

ЦИФРОВЫЕ ПОДХОДЫ В ЭКОНОМИКЕ ПЕРЕВОЗОК

А.И. Иванова

Научный руководитель – к.э.н., доцент М.В. Новожилов

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

Anyuta_ivanova_16@mail.ru

Аннотация

Данная статья рассматривает вопросы формирования цифрового транспортного пространства, обеспечения безопасности грузовых и пассажирских транспортных перевозок, снижения издержек при транспортировке, а также расширения экспортных и транзитных возможностей.

Ключевые слова

Цифровые технологии, перевозки, электронные, транспорт.

Современное мировое развитие ставит перед нашей страной «вызовы», на которые необходимо своевременно реагировать. Одним из таких «вызовов» является задача развития современных коммуникаций.

Данная проблема очень актуальна. Во – первых, это важно для поддержания конкурентности на мировой арене. Во – вторых, современная система коммуникаций является необходимым условием развития внутренней экономики страны. А значит, непосредственно влияет на все сферы жизни общества, включая социальную. Поэтому в традиционном послании Федеральному Собранию РФ 15 января 2020 года Президент РФ Путин В. В. наряду с иными направлениями отмечает задачу развития цифровых технологий.

Разработанная и реализуемая Стратегия пространственного развития страны на период до 2025 года содержит в себе «взаимосвязь» городов и иных населенных пунктов, объединённых самыми передовыми коммуникациями, главным содержанием которых становится магистральная транспортная инфраструктура. Для этого необходимо разработать и реализовать программу модернизации, расширяющей цифровые технологии, взаимодействующие с глобальным информационным пространством. В ходе реализации данных задач Российская Федерация получает возможность стать важнейшим международным логистическим транспортным узлом, одним из главных центров обработки, передачи и хранения информации. Имеющаяся инфраструктура будет дополнена беспилотными перевозками, цифровой навигацией в водном и воздушном транспорте, внедрение в логистику искусственного интеллекта.

Ещё в 2017 году Правительство РФ разработало Программу «Цифровая экономика Российской Федерации», в ходе реализации которой к 2024 году должна быть полная интеграция интеллектуальных коммуникативных технологий между пользователями, транспортными средствами, системой управления движением и инфраструктурой. Таким образом, будет сформирована новая сквозная цифровая технология перевозочного процесса.

«Цифра» приходит в транспорт и логистику. Электронные билеты, вызов такси через приложение в телефоне, онлайн – покупка билетов или регистрация на рейсы, «умные» системы навигации – это уже реальность. Идёт работа по внедрению интеллектуальных систем управления транспортными потоками, беспилотного транспорта, «умных» дорог, способных отслеживать нелегальные перевозки [2].

Цифровые электронные технологии дают возможность учитывать особенности транспортной инфраструктуры, спрос потребителей транспортных услуг и предложений

перевозчиков. Таким образом, веб – экономика – это деятельность хозяйствующих субъектов, для которых главным фактором производства являются данные в цифровой форме.

Для достижения эффективности деятельности в сфере транспорта следует ввести единообразие показателей, добиться интеграции и координации в работе различных видов транспорта.

Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» называет условия осуществления цифровой экономики, предусматривая формирование условия для возникновения новых сквозных платформ. Важно создать «новую цифровую среду»: нормативно – правовую базу, информационную структуру, субъектов деятельности, информационную безопасность. «Новая цифровая среда» в транспортной сфере позволит результативно осуществлять процесс перевозок. Безусловно, это обстоятельство позитивно скажется на развитии экономики страны, уровне и качестве жизни граждан.

Сейчас цель – сформировать в России единое цифровое транспортное пространство, сделать пассажирские и грузовые перевозки более безопасными, удобными, доступными для людей и бизнеса, снизить издержки, расширить экспортные и транзитные возможности. Для решения этих задач предусмотрен ведомственный проект «Цифровой транспорт и логистика». Министерством транспорта России 05.09.2019 года утверждена «Ведомственная целевая программа «Цифровая платформа транспортного комплекса Российской Федерации». Основными направлениями модернизации являются:

1. Грузоперевозки. В этой сфере предстоит полностью перейти на цифровое управление (все операции должны стать электронными). Современные технологии помогут выбрать оптимальные способы доставки груза, планировать маршруты в зависимости от загрузки дорог, отследить местонахождение и состояние грузов и, конечно, оптимизировать работу персонала.
2. Пассажирские перевозки. Специальные сервисы позволят перейти на «цифру». Возможно внедрение единого билета и расширению программ лояльности для пассажиров, цифровые решения и для людей с ограничениями по здоровью.
3. Беспилотные летательные аппараты. Беспилотники сейчас имеют большую популярность (при съёмках фильмов, рекламы, репортажей). Их начинают использовать в сельском хозяйстве и строительстве. Сферы их применения будут расширяться (сельское хозяйство, строительство и так далее). Будет расти и парк беспилотников. Важно, чтобы этот рост не был абсолютно неконтролируемым, чтобы полёты были безопасны для людей и инфраструктуры. Для этого нужны система их мониторинга и специалисты, которые будут обеспечивать работу беспилотников.

Пассажирский общественный транспорт (в первую очередь автомобильный) позволяет формировать комфортную городскую среду. Приоритетное значение данного вида транспорта требует первоочередного внедрения цифровых электронных технологий: использование при проезде и пересадках единых транспортных карт, использование спутниковой навигации системы ГЛОНАСС и другое. Что позволит пассажирам легче планировать и осуществлять поездки, сделает их более безопасными.

В процессе рассмотрения внедрения цифровой экономики на транспорте обратимся к Распоряжению Правительства РФ от 28 апреля 2018 г. № 831-р «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности РФ на период до 2025 года» и Указу Президента РФ от 7 мая 2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года». В данных документах отмечается важность для развития экономики страны наряду с цифровой экономикой наличие безопасных и качественных автомобильных дорог (БКД). Использование ресурсов АО «ГЛОНАСС» позволит осуществлять мониторинг автомобильных трасс благодаря индикаторам подключенных автомобилей.

Для внедрения цифровых технологий в области пассажирских автомобильных перевозок необходимо провести сегментацию, выделяя группы:

- по видам сообщений (городские, пригородные, междугородные, сельские);

- по объекту перевозки (пассажирские и грузовые);
- по назначению (общего назначения, экскурсионные, туристские, школьные, служебные, вахтовые и специальные – по заказам организаций, предприятий, населения).

Внедрение цифровой экономики позволит определить востребованность автобусного маршрута, его регулярность, количество обязательных остановок. Оснащение автобусов аппаратурой спутникового навигационного слежения позволит отрегулировать систему, сделать её эффективной и безопасной.

При осуществлении грузовых перевозок благодаря цифровой экономики появляется возможность эффективно отслеживать загруженность дорог, направление дорожного трафика грузового транспорта (в особенности для тяжеловесных, крупногабаритных и опасных грузов).

В соотношении автомобильного транспорта и автомобильных дорог существует разрыв: автомобильный парк страны увеличивается в три раза быстрее, чем сеть автомобильных дорог (данные Федерального агентства «Росавтодор»). Нагрузки автомобильного транспорта на дороги значительно превышают их возможности, и как следствие, преждевременный износ и разрушение автодорог, рост размера возмещения ущерба.

Между Росавтодором и ООО «РТ-Инвест Транспортные системы» (РТИТС) подписан договор о возмещении вреда, причиняемого автомобильным дорогам общего пользования федерального значения транспортными средствами, масса которых превышает максимальный разрешенную — 12 т. Созданы специальные стационарные автоматизированные посты весогабаритного контроля (СПВК) с функцией фотовидеофиксации на контролируемых автомобильных дорогах. Все полученные по СВП «Платон» средства расходуются для приведения в нормативное состояние дорожной сети федерального значения и обеспечения безопасности движения. Практика использования СВП «Платон» показала ее эффективность. В настоящее время компания-оператор системы «Платон» (РТИТС) и АО «ГЛОНАСС» разрабатывают национальную цифровую телематическую платформу. Необходимо внедрить опыт государственно – частного партнёрства в сфере софинансирования, руководствуясь приоритетным направлением стратегического развития РФ «Безопасные и качественные автомобильные дороги». Возможно, вместо платы «в счет возмещения вреда» ввести уплату налога за пользование дорогами, т. е. взимать плату за качество автомобильных дорог, обеспечивающее инновационные транспортные технологии, надежную, безопасную, экономичную, гарантированную логистику доставки грузов и пассажиров с предоставлением сервисных услуг. Но, возможно, взимание дополнительной платы за причинение вреда автомобильным дорогам в случае превышения допустимых значений параметров. Для эффективного развития и функционирования автомобильно-дорожной отрасли необходимо создание единого технического регламента (стандарта), согласованного с международным стандартом АТ и соответствующего требованиям Транспортной стратегии РФ на период до 2030 г. [1]. Важно, чтоб был рассчитан вес груза на ось во время перевозок на всех автотранспортных средствах и дорогах всех категорий, который не разрушал бы дорожное полотно (особенно при транспортировке тяжеловесных неделимых грузов по обычным магистралям и мостам) [5].

Самым востребованным инновационным объектом в сфере транспорта в ближайшее время должно стать создание наземных беспилотных транспортных средств и применение на транспорте беспилотных технологий, повсеместное внедрение интеллектуальных транспортных систем [3, 4].

Указанные выше инновационные предложения согласуются с Транспортной стратегией РФ на период до 2030 года и направлены на качественное развитие транспортной отрасли (повышение её эффективности, развитие инноваций, удовлетворение интересов владельцев и пользователей транспортом).

При использовании иностранных достижений следует опираться на национальные приоритеты и особенности региона, на решаемые задачи.

Следует разработать унифицированные (единые) требования к платформам и программам, к программному обеспечению. Это необходимо для взаимодействия и корректировки деятельности всех видов транспорта, для осуществления единой логистической системы. Именно решающую роль призван сыграть проект «Цифровой транспорт и логистика».

В управлении транспортными потоками должен быть комплексный подход, он повысит качество нашей жизни: мы будем меньше стоять в пробках, опаздывать на работу и терять свое бесценное время. А у всех без исключения малых и крупных городов появятся просчитанные генеральные планы и городская инфраструктура, учитывающая все: удобный городской общественный транспорт и оптимальные светофорные циклы, велодорожки, системы парковок. Дороги будут строиться так, чтобы жителям «легко дышалось», а экологическая ситуация в городе не становилась хуже.

Помимо этого, эффект от объединения транспорта, экономики и энергетики сократит сроки и повысит качество реализации новых проектов развития страны – с единой информационной базой, выстроенной на единых принципах, видеть «разрез» всех процессов будет проще.

Повышение эффективности использования ресурсов приведет к увеличению производительности труда и рентабельности активов, а значит, повышению конкурентоспособности российской экономики в мире. То, собственно, ради чего и придумана программа «Цифровая экономика».

Литература

1. Распоряжение Правительства РФ от 28 апреля 2018 г. № 831-р «Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности РФ на период до 2025 года» и Указ Президента РФ от 7 мая 2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития РФ на период до 2024 года».
2. Цифровая экономика Российской Федерации к 2024 году Программа Правительства РФ 2017 г.
3. Пугачев И. Н., Куликов Ю.И. Необходим единый стандарт по нормативной нагрузке для автотранспортных средств // Трансп. стр-во. 2010. № 4. С. 20–22.
4. Куликов Ю.И., Пугачёв И.Н., Васильев А.Е. Эквивалентность грузовых автотранспортных средств по директивным весогабаритным ограничениям в различных дорожных условиях // Автотрансп. предприятие. 2015. № 4. С. 6–9.
5. Развитие технических средств телематики наземного транспорта // Средства и технологии телематики на автомобильном транспорте. М.: МАДИ (РТУ), 2008. С. 108–119.

ТЕНДЕНЦИИ ГЛОКАЛИЗАЦИИ В МИРОВОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Т.А. Игнатьева

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург,
Россия

Nyr72@yandex.ru

Аннотация

В статье раскрывается такое понятие как «глокализация», раскрывается сущность глокализации в туристской индустрии, описывается взаимосвязь между глокализацией и глобализацией туризма.

Ключевые слова

Глокализация, глобализация, туризм, развитие туризма.

Охватывая и вовлекая все большее число государств и людей в сферу мировых экономических отношений, международный туризм становится неотъемлемой частью процесса глобализации. Глобализация создает радикально новые условия для сосуществования и взаимодействия между странами и регионами по всему миру, вовлекая их в массовый обмен информационными потоками, знаниями, технологиями, финансами, товарами, услугами, человеческими ресурсами и пр. Туристский продукт, созданный на основе имеющихся ресурсов той или иной территории, становится неотъемлемой частью системы международного разделения труда. Тем не менее, вместе с тенденциями глобализации, которые размывают границы национального и трансформируют культурную идентичность, нивелируя своеобразие национальных культур, ведущими к унификации норм и стандартов в туризме, действуют противоположенные тенденции локализации. Благодаря таким тенденциям происходит продвижение уникального, национально и регионально окрашенного продукта на мировые рынки, что, в свою очередь, позволяет внести в туристскую деятельность специфический местный колорит, дух национальной культуры и традиций, самобытную атмосферу места и т.п.

Глокализацию можно охарактеризовать как гибкую стратегию объединения глобальных и локальных интересов и ориентаций (в политике, экономике, культуре, туризме и т.д.). В развитии мирового туризма широко используются как традиционное культурное наследие каждой страны, так и современная культура. В результате создаются успешные туристские продукты, которые востребованы на мировом рынке. Проявления глокализации могут способствовать разработке эффективной стратегии брендинга страны [1].

Иными словами, с точки зрения «глокализации» локальный продукт должен быть адаптирован для понимания и принятия на мировом рынке. Глобализация в туризме проявляется в распространении моды на туризм, однотипных моделей отдыха и путешествий, стандартизации и унификации туристских услуг [5].

Глокализацию не следует понимать как сохранение местных особенностей «доглобальной эпохи». Она выводит эти особенности из-под опеки национальных государств напрямую в глобальный мир, обеспечивая развитие одновременно на планетарном и региональном уровне [4]. Особые экономические зоны развиваются на многих континентах, объединяя регионы, которые юридически принадлежат разным государствам, но практически гораздо теснее связаны между собой.

Отличительными чертами глокализации являются: проницаемость, мгновенность, обратимость информационных и энергетических связей от индивида до планетарного уровня [4]. Отличительной и наиболее важной особенностью глокализации является ее многоуровневый характер. Глокализация охватывает крупные и разные по характеру региональные макроструктуры (например, ЕС, АТЭС, НАФТА и пр.), а также различные межрегиональные отношения и, кроме того, внутреннюю структуру каждого отдельного регионального образования, включая государства различных типов, а также региональные микроструктуры внутри этих государств.

В работах ученых, которые занимались научными исследованиями в сфере туризма глобализацию и локализацию часто рассматривают как противоположные понятия, тем не менее глобальное и локальное тесно переплетается через процесс глокализации. В результате взаимодействия между глобальным и локальным была сформирована тенденция, которая сочетает в себе глобальные, региональные и местные черты и особенности в едином интегрированном подходе к продвижению дестинации, разработке туристского продукта и учете специфических требований туристов. Это сочетание тенденций к гомогенности и к гетерогенности английский социолог Роланд Робертсон обозначил специальным термином «глокализация» [3]. Перенося эту концепцию в плоскость туристской сферы, можно интерпретировать это явление как процесс разработки туристского продукта или услуги, предназначенного для мирового рынка, но в тоже время основанного на аттрактивных особенностях региона, его культуры и географии.

Туризм предоставляет отличные возможности для всестороннего изучения явления глокализации, особенно тех в странах, где необходима четкая культурная идентификация и разделение схожих культур и традиций соседних народов.

Учет национальных и религиозных особенностей туристов теперь имеет уже не столько этическое, сколько экономическое значение. При разработке современного туристского продукта на всех этапах его формирования необходимо учитывать элементы этнической культуры и психологии, а также тонкости религии и связанные с этим особенности жизни. Только при соблюдении этих условий, туристский продукт будет представлять собой ценность для покупателя в сегодняшних условиях мультикультурного и глобализированного рынка.

Культура является важным фактором конкурентоспособности страны в туристской сфере. Уникальное культурное наследие может функционировать как инструмент дифференциации туристского продукта, который никогда не может быть скопирован другими. Все больше стран прилагают значительные и колоссальные усилия для осознания своих собственных ценностей и развития их культурного содержания [2].

Установить однозначное и прямое соотношение между глобализацией и локализацией трудно, но безусловно одно – такие тенденции действуют одновременно и предоставляют определенные возможности для дальнейшего развития туризма:

- туризм все активнее включается в процесс глобализации, но при этом, чтобы выделить свой собственный продукт на этом рынке, каждая дестинация стремится опираться, в первую очередь, на свои культурные и географические особенности;
- развитие туризма приводит к многочисленным контактам между людьми из разных стран и регионов с разными культурами, что предполагает обязательный учет их национальных особенностей и традиций для взаимовыгодного сотрудничества;
- учет национальных особенностей и традиций потребителя позволяет создавать новые виды туристской продукции, зачастую инновационные, востребованные на мировом туристском рынке.

Проявления глокализации могут способствовать процессу разработки эффективной стратегии развития регионального туризма, в том числе включая создание узнаваемого, отражающего и сохраняющего национальную специфику бренда страны и региона.

Таким образом, отличительной особенностью глокализации является поиск впечатлений и нестандартности во всем, что касается истории, культуры, географии и пр.

Процесс глокализации усиливается появлением индустрии впечатлений, которая в принципе не может быть глобализована. То есть, можно сказать о том, что суть маркетинга в туризме – уловить уникальность и имплементировать ее в индустрию впечатлений.

Литература

1. Ангина Е.В., Новикова Е.Ю. Глокализация как современная тенденция развития туризма (пример республики Корея) // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды XIV Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В.Ломоносова, географический факультет, Москва, 25 апреля 2017 года. – М.: АНО «Диалог культур», 2017. – 552 с.
2. Пилявский В.П. Проблемы туризма в Российской Федерации и пути их решения // Вестник национальной академии туризма. 2011, №4 (20) – С. 9 – 10.
3. Robertson Roland. Glocalization Time-space and Homogeneity – heterogeneity, M. Featherstone et al (ed) Global Modernities, 1995, London: SAGE, pp. 25–44.
4. Кожевников Н.Н., Пашкевич Н.Л. Глокализация: концепции, характерные черты, практические аспекты // Вестник СВФУ. 2005. №3. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/glokalizatsiya-kontseptsii-harakternye-cherty-prakticheskie-aspekty> (Дата обращения: 11.05.2020).
5. Мошняга Е.В. Основные тенденции развития туризма в современном мире // Вестник РМАТ. 2013. №3 (9). – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cybrleninka.ru/article/n/osnovnye-tendentsii-razvitiya-turizma-v-sovremennom-mire> (Дата обращения: 12.05.2020).

СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ РЫНОК В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ

К.В. Инюшева

Научный руководитель – ст. преподаватель М.Г. Емцова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В статье рассмотрено влияние пандемии COVID-19 на различные сферы жизни, в том числе на стоматологическую индустрию. Показано, что в настоящее время стоматологический бизнес несет убытки, уменьшается объем потока пациентов, и вместе с тем постепенный выход работы на прежний уровень.

Ключевые слова

Стоматологический рынок, стоматологическое учреждение, услуги, пациент, пандемия, COVID-19.

Спустя несколько месяцев после того, как COVID-19 был впервые обнаружен в Ухане, одном из крупнейших городов Китая, стало ясно, что последствия будут глобального характера. Пандемия коснется всего мира, всех континентов за пределами Антарктиды.

На данный момент число зараженных в мире превысило 4,2 млн человек, и это еще не предел. С конца 2019 года вирус COVID-19 достиг пандемического статуса, случаи заболевания были зарегистрированы в 185 странах. Последствия продолжающейся вспышки коронавируса все чаще ощущаются в различных отраслях. Значительные убытки несут, в первую очередь, туризм, авиаперевозки, гостиничный бизнес, общепит. Среди сфер экономики с немалыми потерями является также дополнительное образование, физкультурно-оздоровительная деятельность, выставки и бытовые услуги. Правительства стран предлагает всевозможные меры господдержки. В частности, по словам Председателя Правительства РФ Михаила Мишустина, на преодоление экономических проблем России в бюджете зарезервировано около 1,4 трл. рублей. Кроме того, создается дополнительный фонд в размере 300 млрд. рублей [1].

Интересно пронаблюдать картину «обновленного» бизнеса, что уже, очевидно, поменялось, и в лучшую ли сторону.

Поскольку многие предприниматели желают остаться на плаву и стараются свести свои убытки к минимуму, чувствуется, как они держатся за клиентов, пытаются заработать всеми силами. Клиенты становятся действительно требовательны. Они готовы платить, но при этом желают получить соответствующего сервиса. И сервис – это не только улыбка, это, в первую очередь, профессионализм, соблюдение сроков, удобство оплаты. Если раньше, заказывая что-то онлайн, предприниматели не всегда шли на уступки, так как знали, что придут другие клиенты, и можно не стараться. Сейчас чувствуется, как все изменилось, все мотивированы работать. Оплата картой? – Конечно. Заключить договор онлайн? – Легко. Сфотографировать образец и отправить в WhatsApp? – Да, конечно! Доставка, сборка, монтаж, – все делаем.

Раньше менеджеры сидели в офисе и после 8 вечера работа останавливалась. Теперь все всегда на связи, работают из дома, отвечают и в выходные, и вечером. Повышена клиентоориентированность. Удаленная работа в какой-то степени изменила образ жизни абсолютно каждого. Больше не надо стоять в пробках, нервничать, бегать на обед. Как будто взаимоотношения между покупателем и продавцом стали гармоничнее. Но так ли прекрасно повлиял COVID-19 на стоматологическую индустрию [2]?

Бессчётное количество стоматологических мероприятий по всему миру было отложено в связи со вспышкой коронавируса. Например, компания Exosad, специализирующаяся на

изготовлении интраорального оборудования CAD/CAM, объявила, что ее мероприятие Insights 2020 будет перенесено с середины марта на сентябрь. Дистрибьютор ортодонтической продукции Henry Schein Orthodontics «Aesteliog» перенес ортосимпозиум «Поколение NEXT», семинар профессора Попова С.А. «Дистальная окклюзия». Вместе с тем, третий конгресс Европейского Общества элайнеров, который должен был состояться 19-21 марта, и крупнейшая стоматологическая выставка в Польше KRAKDENT 2020 были перенесены на ноябрь. Все мероприятия не состоялись в соответствии с указаниями стран в отношении массовых мероприятий. Более того, некоторые из них были отложены на неопределенный срок.

Клинико-терапевтические учреждения, оптометрические клиники и другие стоматологические учреждения приостановили свою деятельность, помощь оказывается только в экстренных ситуациях. Безусловно, случай беспрецедентный, лишь немногих спасает определенный запас прочности, чтобы переждать кризис. Для других же – это настоящий крах. Убытки несут не только мелкие игроки на рынке, но и настоящие гиганты.

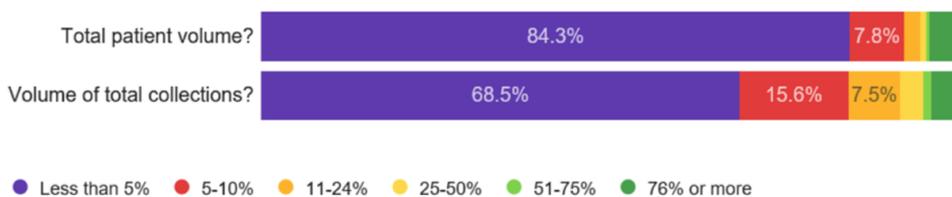
Международная группа компаний Straumann Group, суммарная выручка за 2019 год которой составила 1,5 млрд. евро, сообщила, что спад продаж в Азиатско-Тихоокеанском регионе будет замечен уже в первом квартале 2020 года. По меньшей мере будет спад на 28 млн евро. На долю этого региона приходится 19% бизнеса группы, а Китай является крупнейшим национальным рынком [3].

Dental Tribune International, производитель элайнеров Align Technology, также на селекторном совещании объявил об ожидаемых спадах производства. По оптимистическим прогнозам, представителей компании в первом квартале 2020 года компании удастся продать на 20 000 - 25 000 элайнеров Invisalign в Китае меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Дальнейшие затраты, связанные с остановкой производственных мощностей на китайских заводах Align, как ожидается, составят около 3-4 млн. долл.

Другой гигант стоматологического бизнеса, Dentsply Sirona, сообщил, что его продажи на китайском, японском, южнокорейском и тайваньском рынках упадут в общей сложности на 60-70 млн. долл. в первом квартале 2020 года. Как заявляет компания, к сожалению, от текущей ситуации страдают все отрасли промышленности. Распространение вируса приводит к замедлению темпов роста, как в сегментах стоматологических расходных материалов, так и в сегментах технологий и оборудования. Поэтому, восстановление продаж в следующих кварталах на затронутых рынках в настоящее время им достаточно трудно определить.

Согласно недавним исследованиям Института политики здравоохранения Американской стоматологической ассоциации (American Dental Association's Health Policy Institute (HPI)) стоматологическая экономика действительно находится в упадке. Ожидается, что COVID-19 окажет значительное негативное воздействие на высокотехнологичные отрасли промышленности, включая стоматологию [4].

Проведенный опрос показал, что на неделе 23 марта 2020 года закрытыми оказалось 76% стоматологических клиник (с возможностью приема экстренных пациентов), 19% – закрыты полностью, а 5% оставались открытыми (с меньшим объемом принимаемых пациентов). Вместе с тем, на неделе 6 апреля 2020 года закрытыми стоматологическими клиниками уже оказалось 79%, 18% – закрыты полностью, 3% оставались открытыми. Полученные результаты свидетельствуют о крупномасштабном закрытии сектора стоматологической помощи. При ответе на вопрос по изменениям относительно объема выручки около 69% стоматологов сообщают о сокращении на 5%, 16% – уменьшении 5-10%. В ситуации с пациентами ситуация более плачевная, поскольку у клиник отменились многие плановые приемы [5].



Source: ADA Health Policy Institute Economic Impact of COVID-19 on Dental Practices survey, week of April 6.

Рисунок. Ответ стоматологов на вопрос: «Как текущие объемы принимаемых пациентов и выручки на этой неделе соотносятся с объемами аналогичного периода времени?»

Степень и темпы восстановления стоматологической экономики будут зависеть от нескольких факторов, в том числе и от того, как правительства разных стран официально будут снимать ограничения на стоматологический рынок. Вполне возможно, что это произойдет равномерно в ближайшие недели, но учитывая значительные различия в том, как страны справляются со всплесками пандемии, более вероятно, что стоматологические учреждения заработают в полном объеме по-разному. Даже в случае отмены ограничений на проведение конкретных процедур (хирургия, имплантация) наличие средств индивидуальной защиты для стоматологов может стать одним из основных сдерживающих факторов при открытии стоматологических клиник. Кроме того, врачи могут неохотно возвращаться к привычному графику работы, если будут возникать опасения по поводу безопасности и риска жизни. Вместе взятые, эти факторы могут ограничить скорость открытия стоматологических учреждений по всему миру.

Что касается спроса, то он значительно упадет. В ближайшее время возможно существенное влияние некоторых факторов на отток клиентов. В первую очередь, из-за страхов. Страхи, порожденные коронавирусом, не исчезнут полностью даже через месяц. Они все еще могут ограничивать готовность людей находиться в общественном транспорте, толпе, крупных торговых центрах или даже пожимать друг другу руки при встрече. Хотя большинство этих изменений в поведении не будут постоянными, они, безусловно, сохранятся в течение следующих нескольких лет.

Литература

1. Зубная роль: Решетников предложил расширить список пострадавших от COVID отраслей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/997750/ekaterina-vinogradova/zubnaia-rol-reshetnikov-predlozhil-rasshirit-spisok-postradavshikh-ot-covid-otraslei> – (Дата обращения: 12.05.2020).
2. How is COVID-19 affecting the dental industry? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dental-tribune.com/news/how-is-covid-19-affecting-the-dental-industry/> – (Дата обращения: 10.05.2020).
3. Annual report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.straumann.com/group/en/discover/annualreport/2019.html> – (Дата обращения: 10.05.2020).
4. Modeling the Impact of COVID-19 on U.S. Dental Spending [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.ada.org/~media/ADA/Science%20and%20Research/HPI/Files/HPIbrief_0420_1.pdf?la=en – (Дата обращения: 02.05.2020).
5. How the Impact of Social Distancing Ripples through the Economy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2020/april/impact-social-distancing-ripples-economy> – (Дата обращения: 12.05.2020).

ФОРМИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ю.Х. Йулдашева

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

yuldaschevayulduz@yandex.ru

Аннотация

В статье исследуются вопросы, посвященные осуществлению специальных функций СМК, которые появляются с связи с переходом на цифровую экономику. Цифровизация и введение инновационных бизнес-процессов полностью переворачивает устоявшийся ход работы компании, и это конечно не может не влиять на СМК, принятую в этой компании. В статье рассматриваются возможные эффекты от цифровизации СМК, возможные риски цифровизации компаний, также построена модель СМК в условиях цифровизации предприятия и представлены новые функции СМК.

Ключевые слова

Система менеджмента качества, цифровая экономика, инновационные технологии, цифровой сектор, телекоммуникационные устройства.

Инновационные бизнес-модели, базирующиеся на коллективных методах производства и потребления, трансформируют традиционные рыночные отношения и требуют разработки новых решений в области управления современным предприятием. Дальнейшее развитие цифровых технологий является на сегодняшний день важнейшей задачей для экономики страны в целом.

Руководство различных государств, имея ввиду эти изменения, все больше стремится развивать цифровую экономику, используя при этом все преимущества для разрешения первостепенных проблем, таких как безработица, нищета, загрязнение окружающей среды [1].

Цифровизация компании интерпретируется как использование в работе организации таких возможностей как компьютерные и иные инновационные технологии всеми участниками экономической системы, от частных лиц до крупных предприятий и государств. На сегодняшний день цифровизация — это предпосылка поддержания конкурентоспособности как компании, так и страны в целом.

Цифровая экономика базируется на инновационных технологиях, созданных в электронной промышленности. Цифровая экономика характеризуется следующими элементами:

- первый элемент — электронная промышленность, которая предполагает производство микросхем, компьютеров и других телекоммуникационных устройств;
- второй элемент — это непосредственно сами компании, которые предоставляют услуги в области цифровых технологий (Гугл-сервисы, облачные технологии и др.), а также используют цифровые средства производства, хранения и управления данными [3].

Важность активного развития цифрового сектора для экономики любой страны определяется тем, что на сегодняшний день узкий круг государств реализуют наиболее амбициозные стратегии, которые направлены на цифровизацию практически всех секторов экономики, создание новых рабочих мест и, соответственно, рост уровня конкурентоспособности инновационных ИТ- технологий [3].

В условиях перехода к цифровой экономике российским предприятиям необходимо совершенствовать систему менеджмента качества.

Система менеджмента качества (СМК) — это систематизированная структура, которая действует в компании и включает как определенные технические, так и организационные, управленческие методики, обеспечивающие полное взаимодействие систем функционирования компании, (кадры, информация, оборудование) [2].

Использование системы менеджмента качества в процессе перехода к цифровой экономике может помочь повысить ее эффективность и обеспечить прочную базу для инициатив в сфере устойчивого развития [5].

По представленным данным таблицы 1, внедрение систем цифровизации современных предприятий приводит к кадровому, технологическому и инновационному эффектам развития СМК.

Таблица 1

Структуризация эффектов от совершенствования системы менеджмента качества в условиях перехода к цифровой экономике

Основные факторы цифровизации предприятия	Возможные эффекты от совершенствования системы менеджмента качества
1. Инновации в кадровом управлении (внедрение систем дистанционного обучения кадров, виртуального отбора кадров или аттестации рабочих мест в режиме онлайн)	Рост эффективности кадров
	Увеличение удовлетворенности и лояльности
	Сокращение расходов на поиск, отбор и подбор кадров
	Рост социальной ответственности предприятия
2. Инновации в технологической сфере деятельности организации (внедрение касс самообслуживания, ПО, обеспечивающее выполнение и автоматизации каких-либо функций на предприятии)	Рост рентабельности и ликвидности капитала компании, увеличение ее стоимости
	Увеличение клиентской базы, рост лояльности клиента
	Производство более конкурентоспособной продукции/услуг на рынке, увеличение уровня конкурентоспособности самой компании
	Рост экономических показателей деятельности компании
3. Цифровизация экономической деятельности компании (внедрение системы автоматической идентификации пользователей, средств электронной подписи и т.д.)	Увеличение экономической безопасности компании
	Уменьшение непредвиденных расходов предприятия, а также штрафов и пеней, возникающих вследствие несвоевременной уплаты обязательств (налогов, кредитов и т.д.)
	Рост уровня надежности компании как в глазах клиентов, так и в глазах своего персонала

С развитием, как теории, так и практики основного процесса перехода к цифровой платформе важно обратить особое внимание на возможное возникновение рисков для систем менеджмента качества.

Исследуем, какие могут возникать риски СМК при условии перехода на цифровую платформу (табл. 2).

Возможные риски цифровизации компаний

Классификация возможных рисков	Последствия
Риски кадрового управления	Риск снижения профессиональной компетенции Нарушения в обучении кадров
Риски организационного управления	Нарушение баланса и психологического климата в коллективе компании Отсутствие стабильного развития компании
Риски, возникающие в технологической области	Возможные случаи мошенничества Возникновение коррупции

Осуществление цифровизации компаний вызывает различные процессы трансформации системы менеджмента качества.

При этом претерпевает изменения такие сферы деятельности как: взаимоотношения с заинтересованными лицами, а также основные целевые экономические и финансовые показатели эффективности системы менеджмента качества. Изменения в SMK при переходе на цифровую платформу рождают следующую модель. Рассмотрим рисунок.

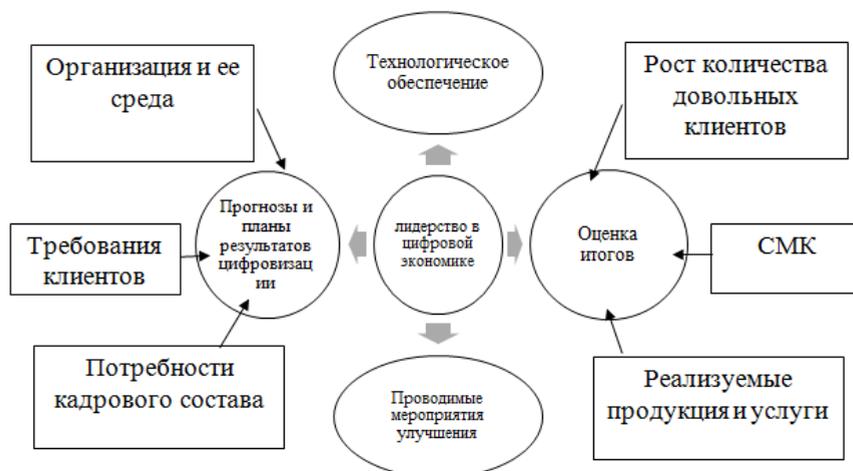


Рисунок. Модель SMK в условиях цифровизации предприятия

Технология реагирования на потребности заинтересованных сторон компании становится все более сложной.

В информационной экономике заинтересованные стороны получают возможность активно участвовать в деятельности организации, при этом создавая имидж и известный бренд на действующем рынке характер возможных изменений SMK при внедрении цифровизации представлен в табл. 3.

Таблица 3

Характер возможных изменений SMK при внедрении цифровизации

Заинтересованные стороны компании	Характеристика задач SMK цифровой компании
Клиенты предприятия	Мероприятия, направленные на привлечение основных клиентов к увеличению ценности предприятия
Кадры предприятия	Создание высокопрофессионального кадрового потенциала

Характер возможных изменений СМК при внедрении цифровизации

Заинтересованные стороны компании	Характеристика задач СМК цифровой компании
Рынок труда, с которым взаимодействует предприятие	Осуществление сотрудничества с участниками рынка труда
Конкуренты организации	Использование медийного пространства и сети Интернет для изучения деятельности конкурентов

Согласно табл. 3 можно сделать вывод, что характерной чертой развития СМК в контексте цифровизации бизнеса является изменение характера отношений со всеми сторонами, заинтересованными в деятельности предприятия.

Другими же направлениями изменения системы менеджмента качества является дополнение основных принципов. В СМК появляются такие принципы как:

1. Принцип инновационности: Система менеджмента качества компании обязана помогать развитию инновационного потенциала компании, стимулировать инициативность сотрудников, привлекать внешние ресурсы для создания инноваций.
2. Принцип гибкости: Система менеджмента качества должна быть легко изменена, если есть потенциал для совершенствования качества услуг, производительности труда, рентабельности, снижения затрат, текучести кадров.
3. Принцип технологизации: Система менеджмента качества обязана использовать информационные и коммуникационные технологии (робототехника, CRM-системы и т. д.) для улучшения качества услуг, снижения затрат, а также для обучения сотрудников и развития цифровой компетентности персонала [2].

Основной ролью в управлении принципами и внедрении новых функций СМК обладает руководитель компании - сотрудник, имеющий все полномочия и принимающий ключевые решения. Любую систему управления, которая спонтанно формируется или организуется в соответствии с последними научными рецептами, руководитель приспособляет, подстраивает под нужды своей компании [4].

При проведении модернизации СМК под цифровую компанию важно понимать и рассматривать не только техническое оснащение, но и жизненно важные факторы каждой организации, которое хочет достойно функционировать в условиях конкурентного рынка.

1. Эффективное руководство. Руководитель обязан создать условия, которые необходимы для успешной реализации всех принципов системного управления качеством.
2. Вовлечение сотрудников. СМК предполагает, что в создании качественного продукта должны принимать участие все сотрудники компании.
3. Использование принципа постоянного улучшения.
4. Принятие решений, которые основаны на потребностях инновационного рынка [5].

В связи с этим в дополнение к основным функциям системы менеджмента качества таким как прогнозирование, планирование, организация, контроль необходимо еще добавить:

- организацию инновационного технологического обеспечения предприятия;
- осуществление необходимого обучения сотрудников и поддержки сотрудников в условиях внедрения инновационных предметов цифровизации;
- документирование и правовое обеспечение: осуществление управленческих процедур управления качеством; необходимых записей; соответствие всех систем и процессов законодательным нормам.

Важно отметить, что в условиях цифровизации экономики СМК должно также идти в ногу со временем и условиями, который предъявляет инновационной рынок.

Поскольку в условиях цифровизации целевые показатели результативности и эффективности становятся объективными и доступными в интернет-пространстве в виде

форумов, рейтингов компаний (например, народного рейтинга, служебного рейтинга и т.д.), это позволяет получать необходимую информацию о компании в реальном времени.

Таким образом, факторы цифровизации российских компаний служат источником разрешения многих проблем неэффективности СМК и также выступают катализатором развития СМК.

Литература

1. Антонова, И.И. Всеобщее управление качеством. Основоположники всеобщего менеджмента качества / И. И. Антонова, В. А. Смирнов, С.А. Антонов. - М.: Русайнс, 2016. – 16 с.
2. Гродзенский, С. Менеджмент качества: Учебное пособие / С. Гродзенский. - М.: Проспект, 2019. – 200 с.
3. Козлов В.Н. Системный анализ, оптимизация и принятие решений / В.Н. Козлов. - М.: Проспект, 2016. – 176 с.
4. Лебедев, О.Т. Основы менеджмента / О.Т. Лебедев, А.Р. Каньковская. - СПб: Питер, 2016. – 280 с.
5. Минько Э.В. Менеджмент качества: Учебное пособие / Э.В. Минько. - СПб.: Питер, 2017. – 464 с.

ЦИФРОВАЯ ЛОГИСТИКА: ИННОВАЦИОННЫЕ КОМПЛЕКСЫ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

А.А. Кабулов

Ташкентский Филиал Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова,
Ташкент, Узбекистан

kabulov51@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются интеллектуальные транспортные системы и технологическое решение с оцифровкой физических объектов на примерах «цифровой поезд» и «цифровая железная дорога», позволяющую создать платформу для мониторинга и увеличения пропускной способности железнодорожной линии.

Ключевые слова

Интеллектуальная мобильность, цифровая логистика, железнодорожные линии, транспортно-логистические системы, наземные транспортные маршруты.

Известно, что цифровая логистика в транспортном комплексе связана с интеллектуальной мобильностью. Продукт цифровой логистики создает инновационные комплексы транспортных услуг в зависимости от постоянно изменяющихся потребностей клиента. Целевой группой потребителей продуктов цифровой логистики в сфере грузовых перевозок становятся предприятия малого и частного бизнеса, которые испытывают острую потребность в информационно-аналитических системах и технологиях для целей управления бизнес-процессами. Известно, что цифровая логистика в транспортном комплексе связана с интеллектуальной мобильностью. Технологическое решение с оцифровкой физических объектов на примерах «цифровой поезд» и «цифровая железная дорога» позволяет создать платформу для мониторинга и увеличения пропускной способности железнодорожной линии.

Цифровой транспорт сможет обеспечить создание единой ИТ-среды для взаимосвязанных систем, комплексов, технологий по организации движения и управлению единым технологическим процессом. Создание механизма развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов на основе цифровой трансформации логистики позволит создать платформу для сотрудничества для скоординированного развития также и евро-азиатских транспортных связей, развития приоритетных евроазиатских наземных транспортных маршрутов (коридоров) в рамках проекта Европейская экономическая комиссия (ЕЭК) ООН - Экономическая и социальная комиссия ООН для Азии и Тихого океан (ЭСКАТО) ООН [3].

Современная логистика меняется под влиянием многих факторов. Повышаются требования потребителей в B2B и B2C-сегментах с точки зрения скорости, качества и прозрачности процессов. Аббревиатуры B2B и B2C-два разных лагеря интернет-маркетинга, в первом случае товары и услуги предлагают бизнесам, в другом – потребителям. Новые рыночные модели (экономика совместного потребления, краудсорсинг и др.) меняют характер логистических процессов и архитектуру цепочек, сокращая ряд звеньев. На традиционный рынок выходят новые игроки: это и стартапы, предлагающие более гибкие ценовые решения по доставке с использованием новых технологий (для доставки «последней мили», ставкам на грузы и др.), и крупные игроки из высокотехнологичных отраслей (автономный транспорт, беспилотный летательный аппарат (БПЛА) и др.). Цифровизация логистики базируется на внутренней цифровой основе в компаниях, внедряющих новых бизнес-модели и сервисы.

Нами представлены несколько ключевых направлений трансформации сектора: использование «физического» интернета, краудсорсинг при организации доставки товаров, решения по доставке «последней мили», а также рассмотрены транспортные коридоры, соединяющие Узбекистан со странами Центральной Азии.

Логистические компании используют оптимально свои ресурсы, увеличивая среднюю загрузку транспортных поездов.

Внедрение «физического интернета», основанного на Интернете вещей, способствует росту кооперации между игроками рынка, унификации используемых протоколов и систем, повышению безопасности перевозок, автоматизации процессов и, как следствие, снижению затрат. Непосредственная доставка товаров до потребителя зависит от человеческого труда и современного транспорта. Она несет в себе большую часть издержек и в конечном итоге определяет удовлетворенность клиента от покупки.

Автоматизация и цифровизация процессов доставки товаров по логистическим цепям позволит своевременно покупателям выбрать наиболее подходящий вариант получения заказа, а компаниям сократить издержки на один из самых затратных транспортных этапов [5].

«Физический интернет» представляет собой глобальную открытую систему логистики, основанную на взаимосвязи физической, цифровой и операционной сред через общедоступные «протоколы» по аналогии с обычным интернетом. Концепция предполагает помещение товаров в стандартизированные контейнеры, оборудованные датчиками, создание единых хабов и маршрутов движения при абсолютной прозрачности всех процессов и анализе данных на каждом этапе.

Интернет вещей уже в ближайшем будущем сделает возможным контроль этого процесса в режиме реального времени. Логистические провайдеры будут объединять данные с датчиков с информацией о клиентах. Это позволит компаниям предложить широкий спектр специальных и упреждающих служб доставки в сегментах B2B и B2C.

Высокоразвитые и современные транспортные и логистические системы являются ключевыми факторами в экономической конкурентоспособности Узбекистана. Железные дороги способствуют объединению производственных и сельскохозяйственных районов, центров народонаселения и занятости и международным обменам.

Поддержание и совершенствование эффективной транспортной и логистических инфраструктур для движения людей и грузов продолжают оставаться важными в сегодняшнем национальном и глобальном рынках, особенно с учетом прогнозируемого роста численности населения и неизбежных кардинальных изменений в промышленности, энергетике (особенно в секторах нефти и газа) и сельскохозяйственного производств. Движение товаров и компонент производств между их производителями, рост городской логистики, международные цепи снабжения и логистика уже являются местом стыка таких явлений как цифровая экономика и новые индустрии (рис. 1).

Создание интеллектуальных транспортных систем, а также занятия и удержания лидерских позиций в создании международных транспортных систем является актуальной проблемой. Затраты на логистику сильно варьируются и могут составлять ничтожно малую составляющую для чисто цифровых продуктов, пересылаемых через интернет, до 60%. Логистика в цифровой экономике становится создающей интеллектуальную мобильность для перехода к новому укладу экономики. Управление цепочками поставок - ключевой фактор и драйвер для перестройки производства под требования цифровой экономики.

Существенной частью изменений являются новые цифровые производства и логистика, которые чрезвычайно быстро развиваются.

Многие организации начали активно перестраивать свои производства и бизнес-модели для подготовки к этим изменениям. Их цель - стать более ориентированными на клиента и конкурентоспособными. Управление цепочками поставок становится ключевым фактором. Драйвером для достижения этого менеджерам цепочек поставок придется иметь дело с еще более высоким уровнем сложности в будущем. Для этого необходимы более разнообразный

портфель продуктов и наличие интерфейсов вдоль цепочки добавленной стоимости и учет индивидуальных требований новых рынков (рис. 2).



Рисунок 1. Цифровая логистика: Электронная торговая площадка «Грузовые перевозки»

Огромное влияние на логистику для промышленности и торговли, в цифровом мире, оказывают инфраструктурные проекты цифровой трансформации транспорта. Основой цифрового транспорта является цифровая железная дорога, где за счет применения инновационных технологий экономически выгодно и достаточно быстро можно будет оптимальными способами увеличить пропускную способность существующих и новых железных дорог как минимум на 50%, снизив так же стоимость перевозки на 50%.



Рисунок 2. Модель цифровой среды

Для развития логистики в Узбекистане необходимо учесть роль цифровых технологий, где производство и сбыт без рассчитанной цепи поставок от и до потребителя будет успешным с учетом, связанных с навыками и развитием рабочей силы, инфраструктурой ИКТ, бизнесом [4].

Не менее важны финансово-экономические вопросы, которые необходимы для развития логистики в ракурсе цифровой экономики.

В условиях развития цифровой логистики в Узбекистане произошел рост и расширение их зон применения в цифровой экономике.

Все современные организации по стандартизации Узбекистане уже переходят на формирование стандартов на этих абстрактных языках (BSI — это язык паттернов).

Инновационные стандарты, приносят огромные экономические выгоды, которые будут только расти при грамотном и научном их использовании.

В начале 2017 года японской группе мировой стандартизации промышленности уже пришлось применять даже не три измерения, чтобы можно было отобразить сложности умного производства и связанную с ним логистику, в частности железнодорожный транспорт шире использовались цифровые формы сервиса.

Для Узбекистана, который находится в сравнительно выгодной географической позиции между центрами новых производств КНР, Южной Кореи и на евроазиатском транзитном пути, вполне естественное значение имеет приоритетное развитие цифровой логистики и цепей поставок.

Например, в 2019 году перевезено в среднем 6000 TEU (40-футовые контейнера) товаров из Узбекистана в Китай и другие страны Юго-Восточной Азии, а внутри Узбекистана в среднем за один месяц 2019 года перевезено 200-250 контейнера (40-футовые контейнера) с товарами с высокой добавленной стоимостью. В настоящее время, основная часть осуществляемых в Узбекистане грузовых и пассажирских перевозок приходится на железнодорожную отрасль, а со дня основания АО «Узбекистон темир йуллари» железнодорожным транспортом перевезено более 1,4 млрд. тонн грузов и 350 млн. пассажиров, а объемы перевозки грузов возросли в 2,1 раза, пассажиров – в 2 раза (таблица).

На сегодняшний день в стране железнодорожным транспортом Узбекистана перевозится свыше 60% грузов и более 75% пассажиров.

Со строительством моста через Амударью железнодорожных линий «Навои-Учкудук-Нукус-Султанвайстат», «Ташгузар-Байсун-Кумкурган», и «Ангрен-Пап», имеющих важное стратегическое значение для экономики Узбекистана, сформирована единая независимая сеть железных дорог Узбекистана с соответствующей электрификацией.

Последовательным продолжением этой работы стало завершение электрификации железнодорожного участка «Мароканд-Карши», ускоренными темпами продолжают работы по электрификации железнодорожного участка «Карши-Термез».

Национальная железнодорожная система Узбекистана находится в хорошем состоянии и пригодна для эксплуатации грузовых поездов со скоростью 100 км/час, а отдельные участки дорог, реконструированные в рамках программы Азиатского банка развития по реабилитации железных дорог Узбекистана, позволяют набирать скорость до 160 км/час.

Таблица

Информация по итогам работы АО «Узбекистон темир йуллари» за 2018 и 2019 гг.

№	Наименование показателей	Период		Выполнения
		2018 г.	2019 г.	(в %)
1.	Отправление грузов, тыс. тонн	33274,2	33726,1	101,4
2.	Грузооборот, млн. т/км	11590	11596	100,1
3.	Перевезено грузов млн. тонн	47213,4	45664,8	96,7
4.	Пассажирооборот, млн. пасс/км	2127,2	2161,3	101,6
5.	Количество отправленных пассажиров, тыс. чел.	11514	11778	102,3
6.	Количество перевезенных пассажиров, тыс. чел.	11708,7	11967,2	102,2
7.	Общее количество сотрудников, тыс. чел.	84,9	88,4	104,1
8.	Созданы новые рабочие места	2467	654	26,5
9.	Доход, млрд. сум.	3665,4	3826,9	104,4
10.	Эксплуатационная длина железных дорог, км	4642	4718	101,6
11.	В т. ч. электрифицированных дорог, км	1684	1714	163,5

Железнодорожная магистраль Китай – Кыргызстан - Узбекистан позволит создать новые трансконтинентальные коридоры «Китай - Центральная Азия – Кавказ - Европа» и «Китай - Центральная Азия – Афганистан - Иран». Они будут короче по сравнению с действующими коридорами практически на 1 тыс. км. Со строительством новой железной дороги «Мазари – Шариф - Герат» (Трансафганский коридор) завершится формирование Трансконтинентального транспортного коридора «Китай - Центральная Азия - Южная Азия - Ближний Восток». С одной стороны, это создаст возможности для выявления конкурентоспособных отечественных производств и их включения в международное разделение труда, а с другой стороны позволит размещать на нашей территории производства европейских, китайских, японских, американских и иных компаний для поставок, как в Азию, так и в Европу.

Развитие цифровой логистики в Узбекистане будет связано с инновационными программами, с использованием исключительно электронных документов, что позволило сократить время оформления документов в несколько раз, при этом эффективное цифровое взаимодействие между железной дорогой и контролирующими органами, создает стимулы для повышения уровня контейнеризации внутренних и внешнеторговых грузопотоков.

Благодаря объединению информационных систем «Узбекские железные дороги», «Таможенная служба Узбекистана» созданы удобства для снижения времени таможенного оформления рефрижераторов с плодоовощной продукцией, что является удобным как для грузоотправителей так для грузополучателей. Буквально в считанные минуты в любой точке мира по этой технологии можно оформить перевозку в электронном виде. Внедренная информационная технология основана на существующей нормативно-правовой базе.

В Узбекистане целесообразно создать современный информационно-логистический сервис, который будет сопровождать перевозку контейнера любого экспедитора или оператора электронными данными на всем пути следования, обеспечить необходимой электронной информацией не только заинтересованных лиц, но и государственные контролирующие органы. Кроме того, внедрение мобильных рабочих мест для работников железнодорожной станции позволяет оптимизировать оформление технологических операций. Для обеспечения миллионов пассажиров удобным видом транспорта, целесообразно внедрить инновационные решения. Среди них - система автоматическим управлением электропоездов для обеспечения остановки на платформе с точностью позиционирования до 50 см, а также интеллектуальная система управления движением, обеспечивающая формирование актуального расписания поездов в реальном времени при возникновении нештатных ситуаций.

Распространение цифровых технологий в течение длительного периода определяет траектории развития экономики Узбекистана. Становление цифровой логистики - одно из приоритетных направлений для Узбекистана. При этом необходимо учесть сравнительно короткий период реализации «повестки цифрового развития логистики» и преобладание приоритетов в логистике. В последние годы разворачивается очередная волна трансформации моделей деятельности в бизнесе и логистике, вызванная появлением цифровых технологий нового поколения, которые в силу масштабов и глубины влияния получили наименование «сквозных», - искусственного интеллекта, Интернета вещей. Их внедрение способно повысить производительность труда в транспортных компаниях на 40%.

В ближайшем будущем именно эффективное использование новых цифровых технологий в логистике будет определять международную конкурентоспособность как отдельных наших транспортных компаний, формирующих инфраструктуру и так и правовую среду для цифровизации.

Сегодня, на новом витке развития цифровых технологий, одним из главных вызовов становится экспоненциальный рост количества, качества и многообразия взаимосвязей между организациями, гражданами, сопровождающийся скачкообразной динамикой числа транзакций и объемов обрабатываемых данных и приводящий к более сложной и синхронизированной интеграции «всех со всеми».

Считаем целесообразным разработать алгоритмы компьютерного зрения в системе управления подвижным составом; в том числе разработка их архитектуры в системе управления подвижным составом; разработать, требования к беспилотному подвижному составу.

Для обеспечения поэтапного перехода к полностью беспилотному управлению потребуется строительство сетей связи стандарта LTE, создание единого центра управления электропоездами, а также корректировка нормативной документации, регламентирующей эксплуатацию беспилотного транспорта на сети железных дорог.

Узбекистан должен укрепить свое положение на мировом рынке услуг по обработке и хранению данных по логистике (с сегодняшней доли таких услуг в мировом масштабе менее 1%, а к 2024 году – до 10%).

Целесообразно широкополосный доступ в интернет со скоростью не менее 100 Мбит/сек.

Во исполнение Указов Президента Республики Узбекистан [1], а также в целях создания условий по ускоренному развитию в республике цифровой экономики, современных информационных технологий в системе государственного управления, а также обеспечения информационной безопасности, Кабинет Министров осуществляет координацию деятельности органов государственного и хозяйственного управления, органов государственной власти на местах по развитию и внедрению информационных систем и ресурсов, программных продуктов и электронных услуг, а также создание условий для привлечения иностранных инвестиций в развитие цифровой экономики страны и рынка информационных технологий, в том числе за счет организации деятельности технопарков и коворкинг-центров на основе государственно-частного партнерства [2]. Минимизация издержек по созданию рационального механизма развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем может быть обеспечена за счет:

- использования унифицированных элементов (архитектуры, интерфейсов и т. п.);
- совмещения жизненных циклов информационных систем, технологий и приложений;
- объединение части функций и задач управления процессами в одном организационном управленческом звене;
- использования единой IT-инфраструктуры (серверов, баз и банков данных и т. п.);
- гармонизации внутренних стандартов и регламентов (учитывающих интересы перевозчика и клиентов).

При выполнении указанных требований общие издержки интегрированной системы управления, построенной по цепочке ценностей - на принципах цифровой логистики, будут минимальными, а суммарная отдача на капитальные вложения в его развитие окажется выше, чем сумма эффектов от аналогичных инвестиций в развитие каждой подсистемы в отдельности.

Литература

1. О дополнительных мерах по дальнейшему развитию и внедрению цифровой экономики в Республики Узбекистан ID-268, Указ Президента Республики Узбекистан от 19 февраля 2018 года № УП-5349 «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы информационных технологий и коммуникаций».
2. Gulamov S., Svirin M. N., Shermukhamedov A.T. Digital logistics and blokchejn-systems - the basis on development of transport services. J."Theoretical & Applied Science". Volume 79. 2019. – p. 240- 254.
3. Kucharov A.S., Shermukhamedov A. T. Perfaction of transport-logistical system of Uzbekistan. Journal "Austria Science", N8, 2017. – p. 59-61.

4. Shermukhamedov A.T. Development of the international transport communications with foreign countries. J."Theoretical & Applied Science" N.01. (69), January,2019. – Philadelphia, USA: 2019. – p. 31-35.
5. Shermukhamedov A.T. Terminal transportation in Uzbekistan. // Proceeding XXI KALM International Conference "Shared Value for business and economic development in the Asian Countries", Kyungpook National University, Daegu, Korea, May 11, 2013. - Daegu, Korea: Korea Association of Logos Management, 2013. – p. 195-197.

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ПРЕДИКТИВНОЙ АНАЛИТИКИ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ НА МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

И.Г. Карпов, Е.С. Гаврилюк

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

darktemplar007@yandex.ru
gavrilyukes@gmail.com

Аннотация

В статье рассмотрены перспективы применения различных инструментов предиктивной аналитики на промышленных предприятиях, специфика их внедрения в производственные процессы субъектами малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова

Цифровая трансформация, предиктивная аналитика, промышленность, инновации, малый и средний бизнес.

Цифровая трансформация промышленного производства означает огромный рост в области интеллектуального программного обеспечения, автономных машин и продуктов. Возможности современных технических устройств и доступа к информации в перспективе позволяют людям, машинам и алгоритмам увеличить эффективность взаимодействия [1, с. 195].

Широкая автоматизация и продвинутая аналитика станут основой управления цепочкой создания стоимости в промышленности. На автоматизированных производствах будут установлены многочисленные сенсоры - от «умных» распределительных сетей до устройств и услуг для конечных пользователей [3]. В 2015 г. консалтинговой компанией Deloitte было инициировано международное исследование крупнейших компаний производственного сектора [4], направленное на выявление приоритетных технологических инициатив в стратегиях их инновационного развития. Результаты свидетельствуют о том, что промышленные производители в США и Китае уже 5 лет назад ставили на первое место использование инструментов предиктивной аналитики, в то время как европейцы включали ее в первую пятерку (рисунок).

Advanced Manufacturing Technologies	United States	China	Europe
Predictive Analytics	1	1	4
Smart, Connected Products (IoT)	2	7	2
Advanced Materials	3	4	5
Smart Factories (IoT)	4	2	1
Digital Design, Simulation, and Integration	5	5	3
High Performance Computing	6	3	7
Advanced Robotics	7	8	6
Additive Manufacturing (3D Printing)	8	11	9
Open-Source Design / Direct Customer Input	9	10	10
Augmented Reality (to improve quality, training, expert knowledge)	10	6	8
Augmented Reality (to increase customer service & experience)	11	9	11

Рисунок. Рейтинг будущей значимости передовых производственных технологий, согласно опросу [4]

Популярность систем прогнозирования на промышленных предприятиях возрастает, вместе с тем увеличивается число преимуществ и объем сэкономленных средств за счет использования данных систем.

Предиктивная аналитика (также называемая продвинутой аналитикой) — это термин, под которым подразумеваются аналитические и статистические методы исследования в сфере анализа данных и прогнозирования действий и/или поведения в будущем [4]. Они применяются для изучения и анализа данных и событий (текущих, исторических и иных) с последующим выявлением закономерностей и созданием прогнозов о будущих целевых данных и/или событиях. Бизнес стремится к тому, чтобы принимать упреждающие решения и определять оптимальные действия на основании прогнозов, полученных с использованием предиктивной аналитики.

В критически важных отраслях и технологических цепочках предиктивные системы имеют особое значение ввиду высокой стоимости ошибки. Простой на металлургическом заводе или электростанции может повлечь миллиардные потери, травмы и человеческих жертвы в чрезвычайных ситуациях. Это актуально не только для крупных предприятий, но и для субъектов малого и среднего бизнеса в сфере промышленности.

Аналитические инструменты дают возможность предсказывать вероятность наступления того или иного события, например, выхода из строя оборудования, что позволяет бизнесу перейти от модели устранения неполадок к модели предотвращения возможных проблем и рисков.

На данный момент основными игроками корпоративного рынка решений для аналитики в компаниях производственного сектора являются следующие компании:

- SAP с платформой аналитики SAP BusinessObjects;
- SAS Institute с платформой аналитики SAS® Platform;
- IBM с комплексным решением IBM SPSS и платформой IBM Watson Analytics.

При выборе инструмента для предиктивного анализа следует руководствоваться следующими характеристиками:

- поддержка полного цикла предиктивной аналитики, а также оценка эффективности модели;
- интеграция знаний, полученных из аналитики в другие части бизнеса, и объединение данных с предопределенными процедурами, инструментами и рабочими процессами;
- инструмент должен легко интегрироваться с источниками данных, необходимыми для поиска ответов на важные бизнес-вопросы;
- инструмент должен быть удобным для пользователей всех типов;
- минимизация вмешательства технических специалистов при подключении к новым источникам данных.

Для промышленных и производственных компаний можно выделить несколько следующих наиболее распространенных сценариев использования предиктивной аналитики: обслуживание оборудования, анализ производительности и эффективности и прогноз наработок на отказ. Сбор и последующий анализ данных о состоянии оборудования для раннего выявления и локализации будущих проблем и отказов - важнейшая функция оперативного управления производством.

Конкурентные преимущества окончательно стали синонимом технологических преимуществ. Машинная аналитика и предиктивные решения помогают снижать издержки за счет объективного контроля простоев. Они могут точно прогнозировать необходимость в тех или иных материалах, оценить реальную нагрузку мощностей и персонала [2]. Изменение технологических параметров (например, поток, температура и/или давление и т.п.), режимов работы в производственных линиях или параметров работы оборудования может привести к ухудшению качества продукции или снижению эффективности всей производственной цепочки, что потенциально ведет к финансовым, репутационным и иным потерям. Актуальной является и своевременная оценка срока эксплуатации оборудования.

С учетом всех перечисленных вызовов современное оборудование уже, как правило, оснащается множеством датчиков для отслеживания различных показателей и встроенными средствами диагностики. Автоматизация мониторинга различных показаний и состояний оборудования и отдельных его элементов, и проведение постоянного анализа всей собираемой информации методами и инструментами предиктивной аналитики может быть использовано для автоматического обнаружения неисправностей, потенциальных остановок, снижения производительности, качества.

Системы предиктивной аналитики позволяют выйти за рамки традиционного мониторинга процесса и состояния оборудования, и, используя надежные модели, прогнозировать эксплуатационные характеристики, обнаруживать и диагностировать будущие потенциальные отказы и неэффективную эксплуатацию задолго до того, как это повлияет на работу предприятия или отдельных производственных цепочек. Системы способны на основе данных, предоставленных производителями оборудования, сопоставлять текущие параметры работы с ожидаемыми для контроля эксплуатационных характеристик и мониторинга состояния для поддержки и сохранения максимальной производительности и обеспечения предупреждения о неисправностях. Системы могут осуществлять сравнение измеряемой производительности с:

- ожидаемым и/или прогнозируемым значениями;
- статическими и/или динамическими (зависящими от режима) пределами;
- проведенным на исторических данных статистическим анализом;
- паспортными значениями.

На основании автоматически проведенного предиктивного анализа могут быть уведомлены ответственные специалисты, с предоставлением им всей необходимой информации для принятия обоснованных решений по внесению изменений в параметры технологического режима, обслуживанию оборудования и/или выполнению мер безопасности. Помимо этого, может производиться расчет потенциальных экономических потерь, связанных с отказом или снижением производительности оборудования, осуществляться автоматизированная передача информации по оборудованию и отказам в системы технического обслуживания и ремонта оборудования для запуска необходимых процессов.

Например, военно-промышленная компания Raytheon собирает и анализирует данные своих производственных цехов. С помощью аналитического ПО и специальных датчиков производству задали точное количество поворотов шурупов в деталях, чтобы обеспечить максимальное качество сборки. Теперь, если число поворотов не соответствует норме, процесс останавливается [2].

У компании, вне зависимости от размера, должен быть план по «очистке» и стандартизации данных, собираемых из множества источников. Источники и модели данных должны быть взаимосвязаны друг с другом, а ответственность за поддержание систем сбора и хранения закреплена внутри организации с наличием CDO (Chief Data Officer) и ответственными сотрудниками в подразделениях. Кроме того, необходимо наращивать компетенции сотрудников в использовании продвинутой аналитики, т.к. внедрение технологий, например, «умных» счетчиков в энергетике, значительно увеличивает количество данных по сравнению с ручным сбором, а глубокий анализ этих данных не может быть проведен с использованием стандартных инструментов [3].

Крупные предприятия, как правило, для решения вышеуказанных задач и минимизации рисков и потерь обладают необходимыми финансовыми ресурсами и возможностями для использования современных промышленных платформ и найма штата высококвалифицированных специалистов. Ресурсы и возможности, которыми обладают компании среднего и малого размера, гораздо скромнее, при этом они сталкиваются с теми же рисками, как и крупные компании, в особенности в высокотехнологичных и ресурсоемких секторах, а также на опасных производствах. При этом средние и малые компании имеют

гораздо более меньший порог прочности в случае возникновения нештатных ситуаций. Для компаний среднего и малого бизнеса решением может стать использование возможностей автоматизированных систем предиктивной аналитики.

С распространением облачных технологий и построенных на этих технологиях услуг и сервисов, использование предиктивной аналитики для предприятий малого и среднего бизнеса становится более доступным. Это связано не только с возможностью удешевления финансовых затрат на инфраструктуру, которая может быть перенесена в облако. Многие крупные разработчики платформ и систем для аналитики стараются адаптировать свои промышленные решения для предоставления сервиса как услуги. То есть клиент может не покупать сразу весь комплекс ПО, а приобрести услуги по его использованию на ограниченный период времени, что позволяет существенно снизить первоначальные капитальные затраты и провести апробацию для выбора дальнейшего пути развития и предварительной оценки возможностей платформы.

На данный момент использование предиктивной аналитики для малых и средних предприятий становится гораздо реальней, чем несколько лет назад. Это связано с удешевлением финансовых затрат на внедрение предиктивной аналитики, уменьшением порога входа и постоянно увеличивающимся количеством успешных примеров использования предиктивной аналитики, что повышает доверие к использованию данных технологий и инструментов.

В итоге внедрение технологий и инструментов предиктивной аналитики на промышленных предприятиях, независимо от их размера и производимой продукции, будет играть стратегическую роль в повышении конкурентоспособности компаний как на локальном, так и международном ранках.

Литература

1. Индустрия Х.0. Преимущество цифровых технологий для производства / Эрик Шеффер: Пер. с англ. – М.: Изд. группа «Точка», 2019. – 320 с.
2. Как предиктивная аналитика уже сегодня экономит деньги промышленникам. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pro.rbc.ru/news/5db861e59a7947f9810ae741> (Дата обращения: 10.04.2020).
3. Пять шагов к цифровизации энергетики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/trends/innovation/5d6796719a7947b5b36a5972> - (Дата обращения: 10.04.2020).
4. Deloitte. Advanced Technologies Initiative Manufacturing & Innovation. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/manufacturing/us-indprod-deloitte-and-council-on-competitiveness-advanced-tech-report.pdf> - (Дата обращения: 10.04.2020).

СТРАТЕГИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

И.Ф. Кефели¹, М.О. Колбанев²

1 – Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия

2 – Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия

geokefeli@mail.ru
mokolbanev@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы, связанные с разработкой теоретических и научно-технологических оснований разработки стратегии цифровой экономики. Определены контуры цифровизации человеческой деятельности, а также энергоинформационного синтеза и аналого-цифрового дуализма, которые предполагают регламентацию и направленность развития нано-, био-, инфо- и когнитивных технологий, стирающих границы материального, цифрового, биологического и социального миров.

Ключевые слова

Цифровая экономика, информационные технологии, аналого-цифровой дуализм, энергоинформационный синтез.

Потребность осмысления кардинальных изменений современного мира в значительной степени возросла в связи с нагрянувшей пандемией коронавируса. Не будем втягиваться в дискуссии об естественных или искусственных источниках ее происхождения. Укажем лишь на то, что теперь актуальным становится анализ переходного процесса от прежнего мира к будущему. В свою очередь, цифровая экономика должна, и это уже становится очевидным, рассматриваться в формате учета и преодоления глобальных рисков (Давосский экономический форум уже на протяжении последних пятнадцати лет ведет детальный анализ экологических, геополитических, социальных, экономических и технологических глобальных рисков), обретая формат социально-ориентированной, «умной» экономики. Недаром в недавно опубликованном докладе, подготовленном коллективом Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ было прямо заявлено: «Обществу еще предстоит справиться с нарастающими опасениями негативных последствий цифровизации, среди которых сжатие либо даже исчезновение традиционных рынков, замена некоторых профессий автоматизированными системами, рост масштабов киберпреступности, уязвимость прав человека в цифровом пространстве, угрозы сохранности цифровых пользовательских данных и пока еще низкий уровень доверия к цифровой среде. При ответе на эти вызовы на первый план выходят задачи регулирования цифровой экономики» [1].

Стратегия развития цифровой экономики регламентирована множеством отраслевых и государственных документов, научными методиками и рекомендациями. На наш взгляд, не менее важным следует признать детальный учет тех научно-технологических оснований цифровой экономики, которые будут рассмотрены далее.

Во-первых, необходимо вести речь о глубоком проникновении цифровых технологий в физические процессы, присущие различным формам движения материи, что обеспечивает информатизацию различных аспектов человеческой деятельности, а не только управленческой.

Во-вторых, производительность информационных систем приближается к уровню, при котором их масштабируемость ограничивается физическими законами природы (точка Стерлинга, закон Мура и др.). Это означает, что эффективность деятельности можно повышать преимущественно за счет конвергенции информационных и энергетических процессов, а не за счет развития вычислительных возможностей систем управления.

В-третьих, в недалеком будущем конкурентами нынешних суперкомпьютеров станут квантовые компьютеры (в которых на смену битам придут кубиты, а также фотонные системы, основанные на эффекте «жидкого света»), обещающие нам квантовую революцию 2.0.

В-четвертых, ныне начинает изменяться архитектура систем в направлении от централизации управления на основе субъект-объектного подхода к сетевым и полностью децентрализованным системам. Процесс принятия решений становится не прерогативой органов управления, а результатом консенсуса равноправных участников (а здесь обнаруживается новая точка роста – синтез информатики и теории игр).

В-пятых, главной целью становится не выбор способа реализации физических процессов (быстрее доставить данные, создать наиболее чистый материал, уменьшить время и энергию химической реакции и т.п.), а обеспечение безопасности как протекания самих физических процессов на нано-уровне, на котором «границы материального, цифрового и биологического миров стираются» (Клаус Шваб).

Непрерывное и дискретное – это разные способы описания одних и тех же явлений (табл. 1). Квантование – общий прием информационных технологий, позволяющий:

- представить энергетические процессы в дискретном виде и, затем,
- описать их цифровыми моделями.

Таблица 1

Классификация энергетических процессов и моделей (реальный мир)

Классификация энергетических процессов и моделей (реальный мир)	
непрерывные , если энергетические характеристики объекта можно измерить (оценить) в любой момент времени и (или) в любой точке пространства	дискретные , если объект характеризуется измерениями (оценками) энергии в некоторые моменты времени и (или) в некоторых точках пространства
один и тот же процесс можно рассматривать как непрерывный и как дискретный	
Органы чувств позволяют воспринимать мир только как непрерывный процесс. Такое восприятие считается естественным, а модели, представленные непрерывными значениями физических величин, называются аналоговыми	Дискретное описание естественного процесса является его моделью, абстракцией. Если дискретные модели представлены при помощи числовых характеристик каждого шага квантования, то они называются цифровыми
Если шаг квантования дискретных процессов во времени и пространстве:	
уменьшать, то уменьшаются интервалы времени измерения и (или) сближаются выбранные для измерения точки пространства, и дискретное описание приближается к непрерывному	увеличивать, то будут реже регистрироваться измерения характеристик процесса в более удаленных друг от друга в точках пространства и описание непрерывных процессов становится более грубым

Виртуальный мир образуется за счет автоматизации информационных процессов. Технологии дали возможность манипуляции большими объемами цифровых данных в реальном времени и создания динамической модели протекания энергетических процессов в реальном мире. Виртуальное – это работа не с энергией, а с ее цифровыми описаниями. Информационные преобразования определяются пространственными, временными и энергетическими параметрами, математическое описание которых необходимо для выявления закономерностей их взаимосвязи (табл. 2).

Классификация информационных процессов (виртуальный мир)

Классификация информационных процессов (виртуальный мир)		
Три информационных процесса, преобразующих временную и пространственную координаты, а также физическую форму представления данных, называются базовыми.		
Базовые информационные процессы		
<i>сохранение данных</i> доведение данных до получателей после их содержания в компьютерной памяти в сохранности, целостности и безопасности требуемое время	<i>передача данных</i> своевременное доведение данных по каналам связи до получателей, находящихся в удаленных точках пространства	<i>обработка данных</i> доведение до получателей новых по форме представления данных, полученных из исходных путем выполнения некоторых алгоритмов их преобразования
Среда для реализации информационных процессов		
компьютерная память	канал связи	процессор
Традиционные цели разработчиков технологий		
экономия пространства	доставка за реальное время	алгоритмический язык
Главные технологические характеристики		
Плотность записи, время надежного хранения	Время доставки, пропускная способность	Пригодность для решения определенных задач

В чем же проявляется конвергенция **информационного** (виртуального, кибернетического) и **физического** (энергетического, реального) миров? *Во-первых*, тем, что уже нельзя пренебречь взаимозависимостями информационных и физических процессов, наоборот, возможности производства информации непосредственно зависят от доступных энергетических мощностей, а эффективность энергетических систем – от их информационной поддержки. *Во-вторых*, эффективная работа с информацией возможна теперь только при помощи энергозатратных информационных технологий. *В-третьих*, объем данных, создаваемых технологиями, на несколько порядков больше объемов данных, создаваемых людьми, которые могут теперь конкурировать с технологиями только в творчестве, а не в выполнении рутинных физических и информационных операций. *В-четвертых*, если прежде для создания новой технологии надо было владеть информацией, созданной разумом человека, то теперь искусственный интеллект выступает источником получения информации, но только при наличии источников энергии. Средой коммуникации, *в-пятых*, становится информационно-энергетическая сеть равноправных участников, которая сменяет иерархию управления – главную форму коммуникации в кибернетике.

Рассмотрим подробнее энергетические характеристики информационного процесса обработки данных. Независимо от физики и технологии вычислительного процесса, как определял Р. Ландауэр, при потере 1 бита данных при вычислениях, как минимум, выделяется энергия $E = k_B \cdot \tau \ln 2$ (Дж), где k_B – постоянная Больцмана, τ — температура (К), при которой ведутся информационные преобразования. Следовательно, количество энергии, потребляемой для обработки информации, зависит от объема данных, подлежащих обработке, а энергопотребление на формирование линейного кода зависит от количества бит транспортируемых данных. Остальные операции (копирование, установка, перенос и др.) требуют сколь угодно мало энергии при достаточно малой скорости протекания. Принцип Ландауэра определяет нижний предел энергопотребления при вычислительных процессах: «любые логически необратимые манипуляции с информацией, такие как стирание бита или слияние двух вычислительных путей, должны сопровождаться соответствующим увеличением энтропии в неинформативных степенях свободы аппарата обработки информации или его окружения» [2].

Итак, энергия становится главным ограничителем масштабируемости информационной деятельности. Из принципа Ландауэра следует ограничение производительности суперкомпьютера, построенного на электронных технологиях (точка Стерлинга). Вот почему новое поколение квантовых компьютеров создается на основе синтеза электроники и фотоники. Если компьютер потребляет 20 МВт (это близко к пределу при электронных технологиях) то деление этой величины на $k_B \cdot T \cdot 150$, где 150 – это эмпирический коэффициент минимального уровня энергии на обработку одного бита для надежной работы компьютера, то при комнатной температуре получим:

$$\frac{20 \cdot 10^6}{1,3807 \cdot 10^{-23} \cdot 242 \cdot 150} = 4 \cdot 10^{26} \text{ оп/с} \approx 2 \cdot 10^{22} \text{ флоп/с.}$$

Выполнение одной операции над 64-разрядным числом с плавающей точкой требует 20 тыс. однобитовых операций, поэтому в пересчете на операции с плавающей точкой получаем $2 \cdot 10^{22}$ флоп/с. Эту оценку надо уменьшить более чем на 2 порядка из-за недостатка материалов и технологий производства.

В процессе разработки стратегии экономической безопасности необходимо выявить условия преодоления энергетических барьеров для автоматизации информационных процессов, которые регламентированы принципом Ландауэра.

Развитие виртуальных структур информационных систем осуществлялось в направлении от субъект-объектной архитектуры к сетцентрической и далее – к децентрализованной архитектуре (табл. 3).

Таблица 3

Развитие виртуальных структур информационных систем

Субъект-объектная архитектура централизованной иерархической системы принятия решений в реальном масштабе времени требуют сосредоточения информационных ресурсов и энергетических мощностей в ограниченных объемах пространства	Сетцентрические системы способствуют уменьшению энергопотребления в центре принятия решений за счет предварительной обработки данных в туманных структурах, которые распределены на значительной территории и взаимодействуют друг с другом без участия централизованных структур	Деятельность децентрализованных систем основана на информационном взаимодействии без централизованных контролей и регуляторов при помощи пиринговых сетей, блокчейна и умных контрактов, что предполагает децентрализацию систем энергообеспечения
раздельное проектирование информационных и энергетических систем должно быть заменено на создание информационно-энергетического поля природоподобных систем цифровой экономики		

Еще на одном звене стратегии развития цифровой экономики следует остановиться – на диалектике цифрового и аналогового в процессах цифровизации. Сегодня мир переживает глобальную цифровую трансформацию и развивающиеся «цифровой мир», «цифровое общество», «цифровая экономика», «цифровая безопасность», «цифровая деятельность» – уже не только предмет научного исследования и философского осмысления, но и политические цели правительств, и практические программы, финансируемые государствами и бизнесом. В то же время мир продолжает жить по естественным законам. Природные процессы по-прежнему протекают в непрерывной, аналоговой среде [4].

Итак, социально-экономическая картина современного мира показывает многие издержки идеализируемого прежде информационного общества, выдвигает на первый план проблемы обеспечения глобальной безопасности [3] и заключает в себе «зародыши» общества нового типа (мы в данном случае не рассматриваем его социально-политические, этические и ценностные аспекты), в стратегию формирования которого должны быть включены идеи

энерго-информационного синтеза и аналого-цифрового дуализма. Вместе с тем, нано-, био-, инфо- и когнитивные технологии стирают границы материального, цифрового и биологического миров. Но это тема особого разговора.

Литература

1. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова и др. ; науч. ред. Л. М. Гохберг ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. – С. 5.
2. Landauer R. Information is Physical Proc//Workshop on Physics and Computation PhysComp'92 (IEEE Comp. Sci.Press, Los Alamitos). – 1993. – P. 1–4;
3. Charles H. Bennett, «Notes on Landauer's principle, Reversible Computation and Maxwell's Demon» (PDF), *Studies in History and Philosophy of Modern Physics*, **34** (3): 2003. – p. 501-510.
4. Кефели И.Ф. Асфатроника: на пути к теории глобальной безопасности: монография. – СПб.: ИПЦ СЗИУ РАНХиГС, 2020. – 228 с.

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ РЕГИОНАМИ РОССИИ С НИЗКИМ УРОВНЕМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Ю.В. Кузнецов, Е.М. Анохина, Е.В. Мелякова

Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия

y.kuznetsov@spbu.ru

Аннотация

Показана значимость анализа комплекса предприятий крупного, среднего и малого (КСМ) бизнеса как важнейшего фактора развития регионов России в период экономического кризиса. Предложена методика расчёта Индекса стратегической устойчивости предприятий, включающего шесть субиндексов. На основе кластерного анализа выделены группы регионов по уровню развития комплекса предприятий КСМ бизнеса и параметры устойчивости комплекса предприятий. Дано определение понятия «стратегическая устойчивость комплекса предприятий региона». Показано, что регионы с низким уровнем социально-экономического развития относятся к группам с самыми неблагоприятными показателями развития предприятий. Даны рекомендации по совершенствованию управления развитием комплекса предприятий КСМ бизнеса в регионах России с низким уровнем социально-экономического развития.

Ключевые слова

Регион, предприятие, крупный, средний и малый бизнес, Индекс стратегической устойчивости предприятий; регулирование регионального развития.

В Российской Федерации сохраняется большая дифференциация субъектов Федерации по уровню экономического и социального развития: по результатам данных Росстата душевое потребление валового регионального продукта в регионах России в 2018 году различалось в 22 раза (без учёта автономных округов).

Факторам развития регионов, особенно регионам с постоянно низким уровнем социально-экономического развития, уделяют большое внимание и российские и зарубежные исследователи. Анализируются традиционные факторы развития регионов, такие как выгодное экономико-географическое положение, наличие природных ресурсов. Большое внимание уделяется обоснованию роли инвестиций в стимулировании экономического роста регионов, формированию условий для развития предпринимательства, инновационному развитию регионов.

В условиях экономического кризиса, сокращения торговых связей между странами, успешное развитие регионов будет зависеть от деятельности предприятий и организаций, составляющих хозяйственный комплекс региона, эффективности политики импортозамещения на федеральном и региональном уровнях. Однако, комплексному анализу деятельности предприятий регионов уделяется недостаточно внимания [1]. В центре внимания исследователей в настоящее время, преимущественно, вопросы влияния крупного бизнеса на развитие регионов, направления развития и государственной поддержки малого бизнеса, инновационное развитие предприятий. Отдельные параметры развития предприятий в регионах анализируются в работах, посвящённых формированию региональной предпринимательской экосистемы [2]. Достаточно большой перечень показателей по анализу конкурентоспособности предприятий региона содержится в работе Смирнова С.Н. [3], однако он не включает показатели, позволяющие анализировать деятельность предприятий крупного,

среднего и малого бизнеса, демографию предприятий, роль предприятий в формировании регионального бюджета и другие. Кроме того, работа носит методический характер, поскольку исследование деятельности предприятий регионов по предложенной системе показателей не проведено.

Для анализа деятельности предприятий КСМБ в регионах России и определения их влияния на инвестиционную привлекательность регионов России применялись методы сравнительного, статистического анализа, индексный метод исследования (расчёт сводного индексного показателя), методы кластерного и корреляционного анализа.

Для проведения исследований была использована система показателей, основанная на использовании баз данных Росстата, системы профессионального анализа рынков и компаний агентства «Интерфакс» – «СПАРК-Интерфакс», рейтингового агентства «Эксперт», Федеральной налоговой службы, Федерального казначейства за 2016-2018 годы.

Для оценки деятельности предприятий в регионах было предложено рассчитывать Индекс стратегической устойчивости предприятий, включающий шесть субиндексов [4]:

- субиндекс структуры и численности предприятий КСМ бизнеса;
- субиндекс производительности труда и оборота предприятий КСМ бизнеса;
- субиндекс демографии предприятий КСМ бизнеса;
- субиндекс финансовых показателей деятельности предприятий КСМ бизнеса;
- субиндекс инновационной активности предприятий КСМ бизнеса;
- субиндекс показателей налога на прибыль предприятий КСМ бизнеса.

Каждый субиндекс включает от 2 до 6 статистических показателей. Каждый из 26 показателей, на основе которых рассчитывается Индекс стратегической устойчивости предприятий, проходит процедуру нормирования по отношению к максимальному и минимальному значению для сравниваемых регионов, вычисление субиндексов как среднего значения от суммы составляющих его нормированных показателей и расчёт суммарного индекса как суммы значений субиндексов. На основе значений индекса был составлен ранжированный перечень регионов по развитию комплекса КСМ бизнеса.

На втором этапе исследования с помощью статистического пакета SPSS 23 был проведён кластерный анализ регионов по 26 показателям развития предприятий и выделены 5 кластеров регионов по уровню развития комплекса предприятий КСМ бизнеса:

- с очень высоким уровнем развития;
- с высоким уровнем развития;
- со средним уровнем развития;
- с низким уровнем развития;
- с очень низким уровнем развития.

Анализ развития комплекса предприятий КСМ бизнеса в регионах России позволил выявить значимую зависимость уровня экономического развития субъектов Федерации от структуры бизнеса. Регионы, имеющие низкий уровень социально-экономического развития, отличаются значительно большей долей микропредприятий, и меньшей долей предприятий крупного бизнеса, чем в среднем по России. Имеют более низкую инновационную активность предприятий, менее благоприятные процессы по демографии предприятий, существенно более низкие показатели по финансам предприятий, доле налогов на прибыль предприятий в общей сумме налогов региона и т.д. Комплекс предприятий регионов, имеющих низкий уровень социально-экономического развития, нельзя назвать стратегически устойчивым.

Результаты кластерного анализа позволили выявить параметры оценки стратегической устойчивости предприятий, в соответствии с которой регионы по каждому показателю развития предприятий КСМ бизнеса могут быть отнесены к группе с высокой, средней или низкой устойчивостью.

На заключительном этапе исследования на основе расчёта коэффициентов корреляции определялась взаимосвязь привлекаемых регионом инвестиций на душу населения и уровня развития комплекса предприятий.

На основе проведённого анализа развития комплекса предприятий КСМ бизнеса в регионах России было сформулировано определение понятия *«стратегическая устойчивость комплекса предприятий региона»* как способность комплекса предприятий КСМ бизнеса региона обеспечивать в долгосрочном периоде темпы роста, достаточные для обеспечения развития экономики и социальной сферы региона, достижения стратегических целей и реализации стратегических приоритетов при сохранении окружающей среды в условиях перехода к цифровой экономике и усилению влияния факторов неопределённости и риска на основе сбалансированного непрерывного развития комплекса предприятий КСМБ региона, рационального использования материальных и нематериальных факторов развития предприятий региона.

Проведённый анализ показал, что комплекс предприятий в субъектах Федерации с низким уровнем социально-экономического развития функционирует менее эффективно, чем условный среднероссийский комплекс предприятий, позволил выявить существенные различия в показателях развития предприятий. Корректировка выявленных диспропорций будет способствовать более эффективному регулированию развития крупных, средних и малых предприятий и позволит значительно увеличить вклад комплекса предприятий в повышение инвестиционной привлекательности и темпов экономического роста регионов.

Необходимо совершенствовать стратегическое управление развитием комплекса предприятий КСМ бизнеса регионов как на федеральном, так и на региональном уровнях, на основе включения в методические указания по разработке региональных стратегий системы показателей и целевых параметров по развитию крупного, среднего и малого бизнеса. Наряду с поддержкой малого бизнеса в регионах России, решающей, преимущественно, социальные задачи, средства национальных проектов могут быть направлены на формирование рациональной структуры бизнеса, формирование центров прибыли, стимулирование импортозамещения в регионах с низким уровнем социально-экономического развития. Это позволит увеличить вклад таких регионов в социально-экономическое развитие страны, уменьшить дифференциацию регионального развития, улучшить уровень жизни населения отстающих регионов.

Исследование выполнено при поддержке РФФИ (проект 18-010-01204 «Оценка стратегической устойчивости предприятий крупного, среднего и малого бизнеса в депрессивных регионах России (на примере Псковской области)»).

Литература

1. Климанов В., Будаева К., Чернышова Н. Промежуточные итоги стратегического планирования в регионах России // Экономическая политика. – 2017. – Т.12. – № 5. – С. 104-127.
2. Солодилова Н.З., Маликов Р.И., Гришин К.Е. Методический инструментарий оценки состояния региональной предпринимательской экосистемы // Экономика региона. – 2018. Вып. 4. – С. 1256-1269. Doi: 10.17059/2018-4-16.
3. Смирнов С.Н. Механизмы повышения конкурентоспособности экономики регионов / С.Н. Смирнов, Ю.В. Симачев, Л.С. Засимова, А.Л. Чулок // Препринт WP1/2005/06 Серия WP1. Институциональные проблемы российской экономики. – М.: ГУ ВШЭ, 2005. – 64 с.
4. Кузнецов Ю.В., Анохина Е.М., Мелякова Е.В. Подходы к оценке деятельности предприятий в регионах Российской Федерации // Экономика и управление. – 2018. – № 9 (155). – С. 49-59.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

В. В. Матершева, И. Ю. Ляшенко, П. М. Жуков

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

matersheva@mail.ru
pochtamail11@mail.ru
pasha2011.1999@mail.ru

Аннотация

В данной работе проведен анализ факторов, которые оказывают влияние на снижение количества малых предприятий и уменьшение числа занятых в этой сфере в современной экономике России.

Ключевые слова

Малый бизнес, малое предпринимательство, факторы, влияющие на функционирование малого бизнеса..

Малое предпринимательство присутствует практически во всех отраслях экономики, оно играет важнейшую роль, поэтому без данного элемента экономика не может в целом существовать и развиваться. Ему уделяется большое внимание, как способу развития национальной экономики, так как малое предпринимательство решает множество наиболее острых экономико-социальных задач, а также имеет ряд особо значимых функций. Эти хозяйственные ячейки образуют фундамент национальной экономики большинства европейских стран, поскольку в них задействована большая часть занятого населения, сектор МСП также занимает существенную долю в структуре ВВП развитых стран.

Основу сектора МСП составляют малые предприятия и микро-предприятия. На начало 2020 года количество субъектов малого предпринимательства (включая микро-предприятия) составляет 5,9 миллиона, а количество работников, зарегистрированных на данных предприятиях равно 13,6 миллионам, это 9,8 % от всего населения России и 18 % от всего трудоспособного населения. По сравнению с пиком количества субъектов и количества занятых в 2019 году, сокращение произошло на 250 тысяч предприятий и 272 тысячи занятых [1].

В данной работе мы постараемся рассмотреть, какие факторы повлияли на снижение количества субъектов малого предпринимательства и уменьшение количества занятых за период с 01.01.2019 по 30.03.2020.

В анализе участвовал следующий набор факторов:

- 1) валютный курс (рублей за доллар) средневзвешенный;
- 2) валютный курс (рублей за евро) средневзвешенный;
- 3) ключевая ставка банка России (на конец каждого месяца);
- 4) уровень инфляции (к предыдущему месяцу);
- 5) оборот розничной торговли (всего млрд. руб., значение на конец каждого месяца).

А также в качестве регрессоров в анализ был включен ряд индикаторов [2]:

- 1) уровень налогообложения;
- 2) уровень спроса;
- 3) экономическая ситуация;
- 4) индекс предпринимательской уверенности;
- 5) цены (тарифы) на услуги в сфере услуг;

б) обеспеченность собственными финансовыми ресурсами предприятий розничной торговли;

7) средний уровень загрузки производственных мощностей.

Значение данных индикаторов определяется на основе анкетного опроса руководителей организаций, попавших в выборку, которых просят оценить тенденции, непосредственно связанные с их деятельностью, или выразить свое мнение относительно изменения в динамике экономических переменных. Данные обследования признаны действенным источником альтернативной информации о поведении экономической системы.

В анализ был включен также бинарный ряд, где единица означает проводимую ФНС ревизию, относительно выполнения требований предоставления необходимой государственным структурам информации о юридическом лице, результатом которой, является исключение организации из числа субъектов МСП [3]. Изначально было 13 факторов, но из-за мультиколлинеарности было исключено 5 из них, поэтому в конечном итоге в анализе участвовало 8 факторов.

Таблица 1

Регрессионный анализ № 1

Регрессионная статистика								
Множественный R	0,8902253							
R-квадрат	0,7925012							
Нормированный	0,7002795							
Стандартная ошибка	0,0711609							
Наблюдения	27							
Дисперсионный анализ								
	df	SS	MS	F	F знач.			
Регрессия	8	0,3481283	0,0435	8,5934342	8,45E-05			
Остаток	18	0,0911497	0,0051					
Итого	26	0,439278						
	Коэфф-ты	С. ошибка	t-стат.	P-Значение	Ниж. 95%	Верх. 95%	Ниж. 95,0%	Верх. 95,0%
Y-пересечение	-9,746165	7,2010301	-1,3534	0,1926685	-24,87497	5,3826381	-24,874968	5,38263815
Переменная X 1	-0,008242	0,0073883	-1,1156	0,2792696	-0,023764	0,0072799	-0,0237645	0,00727988
Переменная X 2	-0,019597	0,0089519	-2,1891	0,0420102	-0,038404	-0,000789	-0,0384038	-0,0007894
Переменная X 3	0,1105201	0,0328832	3,361	0,0034793	0,041435	0,1796052	0,04143513	0,17960517
Переменная X 4	0,0388737	0,0093607	4,1528	0,0005977	0,019208	0,0585399	0,01920755	0,0585399
Переменная X 5	-0,145866	0,0756104	1,9292	0,0696281	-0,15986	0,1471715	-0,15986	0,14717148
Переменная X 6	1,493E-07	1,094E-07	1,3652	0,1890033	-8,05E-08	3,791E-07	-8,046E-08	3,7909E-07
Переменная X 7	-0,029236	0,017781	-1,6442	0,1174853	-0,066592	0,0081209	-0,0665922	0,0081209
Переменная X 8	-0,2287	0,0569495	4,0158	0,0008107	-0,348347	0,1090538	-0,3483469	0,10905378

В результате проведенного анализа мы видим (см. таб. 1), что значение R – квадрат равно 0,79, хотя в данной модели и рассматривалось большое количество факторов, остались факторы, которые не были включены в модель, это можно объяснить тем, что в начале 2020 года из-за “COVID-19” многие сферы социально-экономической жизни пострадали, а данный ущерб в целом оценить достаточно трудно, как и влияние мер поддержки соответственно. Также, в середине 2019 года проект по “самозанятым” оттянул примерно 20 % индивидуальных предпринимателей из числа субъектов малого бизнеса, но официальной статистики по данному факту нет. F значение меньше 0,05, соответственно гипотеза (H0) отвергается, критерию доверительного интервала (p – значение меньше 0,05) удовлетворяют следующие факторы: X2 (ключевая ставка банка России), X3 (экономическая ситуация), X4 (индекс предпринимательской уверенности) и X8 (исключение предприятий из числа субъектов). Также близкое значение к 0,05 у фактора X5 (уровень инфляции). Значение Y – пересечение не входит в доверительный интервал, влияние случайной величины не точное и не является статистически значимым.

Таким образом, уравнение регрессии выглядит следующим образом $Y = -0,019X_1 + 0,11X_2 + 0,03X_3 - 0,22X_4$. Обратная зависимость с количеством субъектов у ключевой ставки центрального банка и факта исключения из числа субъектов МСП федеральной налоговой службой, при увеличении значения данных факторов на единицу количество субъектов малого предпринимательства уменьшается на 0,019 и 0,22, соответственно. У индикатора экономическая ситуация и индекса предпринимательской уверенности прямая взаимосвязь с количеством субъектов, увеличение одного из факторов на единицу влечет за собой увеличение количества предприятий на 0,11 и 0,03, соответственно.

Таблица 2

Регрессионный анализ № 2

Регрессионная статистика								
Множественный R	0,970007							
R-квадрат	0,940914							
Нормированный R-квадрат	0,903985							
Стандартная ошибка	0,060978							
Наблюдения	27							
Дисперсионный анализ								
	df	SS	MS	F	F знач.			
Регрессия	10	0,947395545	0,094739554	25,4791281	5,93E-08			
Остаток	16	0,059493122	0,00371832					
Итого	26	1,006888667						
	Коэф-ты	С. ошибка	t-стат.	P-Значение	Ниж. 95%	Верх. 95%	Ниж. 95,0%	Верх. 95,0%
Y-пересечение	15,98134	8,580277783	1,862566375	0,05008913	-2,20804	34,17071	-2,2080395	34,1707132
Переменная X 1	-0,000428	0,006472381	0,066050967	0,14815554	-0,01329	0,014148	-0,0132933	0,01414834
Переменная X 2	-0,242038	0,043950366	3,231783756	0,00521717	-0,28521	0,148867	-0,2852087	0,14886747
Переменная X 3	-0,088486	0,029702933	-2,97904368	0,00885822	-0,15145	-0,025519	-0,1514537	-0,0255189
Переменная X 4	-0,009043	0,021744816	-0,41588015	0,68302223	-0,05514	0,037054	-0,0551402	0,03705371
Переменная X 5	0,135744	0,011819604	-1,1484618	0,06765887	-0,03863	0,154821	-0,0386308	0,15482078
Переменная X 6	0,13592	0,011206366	-3,20532085	0,00551568	0,059676	0,141636	0,05967643	0,14163564
Переменная X 7	0,00969	0,079798702	-0,12142502	0,04866301	-0,17886	0,159476	-0,1788552	0,15947613
Переменная X 8	2,59E-08	9,43552E-08	-0,27418842	0,78744826	-2,26E-07	2,74E-07	-2,259E-07	2,74E-07
Переменная X 9	-0,010089	0,035567048	0,283654637	0,7803127	0,06531	0,085488	-0,06531	0,08548753
Переменная X 10	-0,029658	0,030481139	0,972996286	0,34503649	-0,03496	0,094275	-0,0349591	0,09427516

Если рассмотреть влияние этих же факторов на количество занятых в данной сфере, мы получим следующие результаты (см. таб. 2): Значение R – квадрат в новой модели 0,94, модель описывает влияние факторов на занятость в данном секторе на 94 %, это говорит о том, что практически все факторы были учтены. F значение меньше 0,05, соответственно, нулевая гипотеза отвергается, критерию доверительного интервала удовлетворяют 4 фактора, это: X2 (ключевая ставка банка России), X3 (уровень налогообложения), X6 (индекс предпринимательской уверенности) и X7 (уровень инфляции). Уравнение регрессии выглядит следующим образом: $Y = -0,242X_1 - 0,08X_2 + 0,135X_3 + 0,009X_7 + 15,98$. Ключевая ставка и уровень налогообложения имеют обратную зависимость с количеством занятых, при увеличении значения факторов на единицу, количество занятых уменьшится на 0,24 и 0,08, соответственно. А индекс предпринимательской способности и уровень инфляции имеют прямую взаимосвязь с количеством занятых, при увеличении одного из факторов на единицу, количество занятых увеличится на 0,13 и 0,009.

Из-за ухудшения экономической ситуации, высокого налогового бремени, и уменьшения предпринимательской уверенности, количество предприятий и занятость в секторе малого предпринимательства сокращается. Проведенные экспертные опросы среди владельцев и руководителей малого бизнеса в значительной степени подтверждают результаты, полученные в результате проведенного регрессионного анализа. По данным опроса, проведенного среди 144 индивидуальных предпринимателей г. Воронежа в 2019-2020 гг., в число наиболее значимых факторов вошли следующие: развитие малого бизнеса

«тормозит» недостаток ресурсов для открытия дела и для его развития; нестабильность экономической ситуации, резкие колебания валютного курса; ограниченность внутреннего рынка. Усиливается тенденция к сокращению госзаказов, поскольку малому бизнесу все труднее конкурировать с представителями сетевого бизнеса. Существует хронический недостаток свободных финансовых ресурсов у предприятий-потребителей. Низкая покупательная способность населения происходит в условиях растущего давления со стороны зарубежных поставщиков. Около 68% опрошенных отметили негативное влияние проводимой налоговой политики. Две трети считают, что снижение налогов на фонд заработной платы будет способствовать выводу заработных плат из «серой зоны». Каждый четвертый эксперт отметил отрицательное влияние санкций.

В связи с пандемией коронавируса и падением курса рубля малый и средний бизнес несут значительные убытки. На российских предприятиях малого и среднего бизнеса задействовано 18,3 млн человек. По данным Торгово-промышленной палаты, под угрозой закрытия потенциально находятся порядка 3 млн. субъектов малого и среднего бизнеса, потерять работу рискуют более 8,6 млн. человек.

Из-за пандемии коронавируса доходы упали у 68% россиян. Трудовая деятельность только 35% работников не изменилась из-за карантина и ограничительных мер. Самый высокий процент увольнений в России – в крупных городах: 44% во Владивостоке, 29% в Москве и в Краснодаре. Число безработных в апреле 2020 г. выросло до 1 млн. 400 тыс. человек.

В этой связи, для сохранения малого бизнеса на время пандемии коронавируса правительство разработало ряд мер по поддержке малого и среднего бизнеса. В их число вошли: отсрочки по налогам для пострадавших предприятий; возвращение подоходных налогов самозанятым гражданам, уплаченные ими в 2019 году в полном объеме; мораторий на банкротство; кредитные каникулы; предоставление беспроцентных кредитов на зарплату сотрудникам для малого, среднего и микробизнеса, а также индивидуальным предпринимателям, которые пострадали из-за пандемии Covid-19 и т.д.

Кроме того, предусмотрены меры по оказанию прямой финансовой помощи МСБ (безвозмездная финансовая помощь со стороны государства при условии сохранения 90% занятости); отсрочка по платежу за аренду помещений и т.д.

Из-за событий, связанных с резким усилением пандемии, был проведен повторный опрос среди тех же респондентов (144 индивидуальных предпринимателей г. Воронежа) с целью выявления проблем, связанные с их функционированием в сложившейся ситуации. Так, 29% фирм перешли на производство антисептиков и масок. Ряд предприятий розничной торговли и общественного питания используют интернет торговлю, торговлю на вынос и доставку товаров и продуктов, соцсети (51%) и т.д. Вместе с тем, оказываемые меры поддержки лишь в незначительной степени смягчили удар, нанесенный малому и среднему бизнесу, в том числе и из-за бюрократических проволочек и неэффективности деятельности региональных органов власти. Решения, которые на уровне федерального правительства принимаются достаточно быстро, на местном уровне сталкиваются с «неповоротливостью» соответствующих структур, призванных довести данные меры до реальных субъектов экономики.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что малому бизнесу в России нужна более действенная помощь со стороны государства: оптимизация различных видов льгот, продуманная, эффективная бюджетно-налоговая политика, повышение степени защиты от произвола монополий, разработка различных мероприятий по формированию малого бизнеса и его развитию. В этом направлении есть определенные позитивные сдвиги, вызывающие некоторый оптимизм у владельцев малого бизнеса, по их мнению, реализация национальных проектов в той или иной степени должны способствовать его развитию. Предусматривается рост числа занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, наращивание доли МСП в ВВП страны до 32% и доли экспорта субъектов МСП — до 10 % от общего объема к 2024 году.

Литература

1. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба — URL: <https://rmsp.nalog.ru/>
2. Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики — URL: https://gks.ru/leading_indicators
3. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства: статья 4.1 п. 12.5 // ФЗ №209 от 24.07.2007 г. о развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // Информационно правовое обеспечение Гарант — URL: <http://base.garant.ru/12154854/7f465a618936f742d1d4ec69d9a6ef6b/>

К ВОПРОСУ О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ МЕТОДИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ПЛАНИРОВАНИЯ

Т.О. Метечко

УО «Гродненский государственный аграрный университет», Гродно, Республика Беларусь

miatsechka@yandex.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрены авторские подходы к использованию различных приемов, способов и методов в процессе планирования, а также определены возможные направления совершенствования методического инструментария планирования деятельности предприятия на современном этапе.

Ключевые слова

Планирование, методика, инструментарий, инструменты, методы, способы.

Качество и эффективность планирования деятельности предприятия в значительной степени зависят от соблюдения методологии и выбора методики реализации данного процесса. Так, методика планирования представляет собой совокупность конкретных способов и приемов, используемых для расчета планируемых показателей, их обоснования, дальнейшего анализа и контроля.

Следует отметить, что в экономической литературе отсутствует дефиниция термина «инструментарий планирования». Инструмент в обобщенном смысле этого слова представляет собой средство достижения какой-либо определенной цели, орудие выполнения каких-либо работ. Если исходить из того, что планирование деятельности предприятия является важным и ответственным участком учетно-экономических работ, то под инструментарием планирования можно понимать такой набор инструментов (средств, методов, способов), используя который предприятие сможет спланировать свою деятельность, определить перспективы и возможности достижения запланированных показателей. Из вышеизложенного следует, что совокупность конкретных способов и приемов, используемых в процессе планирования деятельности предприятия, представляют собой инструментарий для составления плана.

Планирование деятельности предприятия в целом и отдельных его показателей в частности базируется на использовании как общенаучных, так и специальных методов, приемов и способов. Использование общенаучных методов (таких, как анализ и синтез, индукция и дедукция, сравнение, наблюдение, аналогия и др.) является неотъемлемым аспектом проведения научных исследований во всех видах деятельности. Однако наибольший интерес для нас представляют специфические приемы и способы планирования – эвристические, формализованные и комбинированные.

Следует отметить, что эвристические методы (базируются на интуитивно-логическом мышлении - метод экспертных оценок, планирование по образцу, метод дерева целей, построение прогнозного графа) при оперативном и стратегическом планировании деятельности предприятий не используются ввиду низкой степени вероятности реализации запланированных таким образом показателей. В этой связи наиболее востребованными являются формализованные методы (базируются на математической теории - методы экстраполяции и интерполяции, метод моделирования) и комбинированные методы (базируются на совмещении интуитивных и формализованных методов - экономический анализ, нормативный метод, балансовый метод, программно-целевой метод и др.) [2].

Большинство авторов, рассматривая методы планирования деятельности предприятия, не разделяют их по классификационным признакам, а акцентируют внимание на их разновидности и возможности практического использования (таблица).

Таблица

Методы планирования

Автор	Методы планирования								
	Балансовый	Нормативный	Экономико-математический	Программно-целевой	Расчетно-конструктивный	Проектно-вариантный	Моделирование	Системно-аналитический	Опытно-статистический
Личко К.П.	+	+	+	+	+	-	-	-	-
Родионова И.А.	+	+	+	+	-	-	-	-	-
Морозова Т.Г.	+	+	-	-	-	-	+	-	-
Пикулькин А.В.									
Лущикова А.П.	+	+	+	+	-	+	-	+	-
Драпкина Г.С., Дикарев В.Н.	+	+	+	-	-	-	-	-	+
Бутов Г.Н.	+	+	+	-	-	-	-	-	-
Виноградова М.В.	+	+	+	-	-	-	-	+	-
Панина З.И.									

Примечание. Источник – собственная разработка

Как показывают результаты проведенного исследования, наибольшее применение в практике планирования получили следующие методы разработки планов: балансовый, нормативный, экономико-математические методы. Остальные методы планирования являются менее распространенными, однако, не менее важными. Мы согласны с мнением Луциковой А.П. [1, с. 12-13] в том, что ни один из методов не применяется в чистом виде. В основе эффективного планирования должен лежать системный научный подход, основанный на всестороннем и последовательном изучении состояния предприятия, его внутренней и внешней среды.

Следует отметить, что в экономической литературе один и тот же метод может иметь различные наименования. Так, например, вариантный метод, основанный на выборе наилучшего варианта по наиболее эффективному использованию ресурсов и достижению конечных результатов, также известен, как технико-экономический, расчетно-конструктивный и проектно-вариантный. А статистический метод, основанный на планировании искомым показателей исходя из фактически достигнутых в прошлом результатов и их экстраполяции, также известен, как опытно-статистический, расчетно-аналитический, системно-аналитический.

Следует также отметить, что на наш взгляд вариантный и статистический методы, а также метод моделирования являются разновидностями экономико-математического метода, основанные на математических и статистических расчетах.

Исходя из вышеизложенного, считаем целесообразной систематизацию методов планирования деятельности предприятий (рисунок).

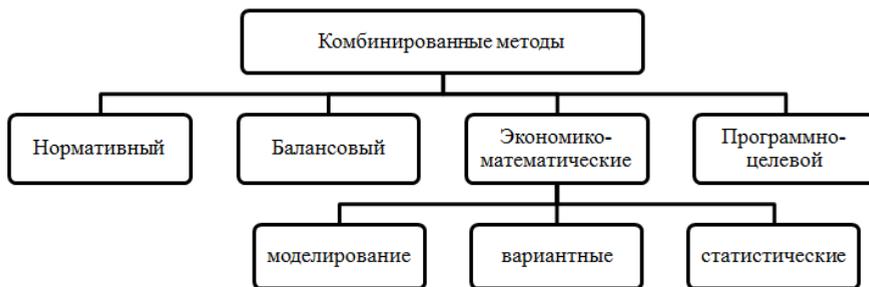


Рисунок. Комбинированные методы планирования

Примечание. Источник – собственная разработка

Особого внимания на наш взгляд заслуживает программно-целевой метод, сущность которого состоит в разработке целевых комплексных программ. При этом в основе процесса планирования лежит определение и постановка целей, а затем подбираются пути их достижения.

Программно-целевой метод является одним из наиболее распространенных и эффективных методов государственного регулирования экономики, применяемых в большинстве развитых стран. Этот метод предполагает разработку плана исходя из целей развития экономики при дальнейшем поиске и определении эффективных путей и средств по их достижению и ресурсному обеспечению [4, с. 41-45]. Использование данного метода, на наш взгляд, должно быть присуще для организаций, имеющих стратегическое значение для государства, способных повлиять на его безопасность и стабильность. Так, например, сельскохозяйственное производство в Республике Беларусь ориентировано на удовлетворение продовольственных потребностей и обеспечение продовольственной безопасности страны. В условиях нестабильной рыночной экономики Республики Беларусь государство устанавливает целевые показатели развития сельскохозяйственных предприятий и оценки их финансового состояния с целью выявления неплатежеспособных и неэффективных субъектов хозяйствования, находящихся в предкризисном и кризисном состоянии. Подобные предприятия включаются в программу по финансовому оздоровлению и антикризисному управлению, поскольку аграрный бизнес является стратегически важным для Республики и государство не может допустить массового банкротства сельскохозяйственных производителей. В этой связи программа деятельности предприятия должна быть в корреляционной связи с программой деятельности государства в сфере агробизнеса, что в настоящее время практически не имеет места.

Следует отметить, что методический инструментарий планирования, рассмотренный нами выше, не учитывает современных экономических тенденций, в т.ч. сложившихся в сфере аграрного бизнеса. Так, например, в условиях ограниченности рынков сбыта основных видов сельскохозяйственной продукции (молока, зерновых культур, КРС и свиней на мясо, сахарной свеклы), уровня закупочных цен, земельных ресурсов и т.д. заслуживает внимание планирование деятельности сельскохозяйственных предприятий на основе бюджетирования. Бюджет предполагает отражение планируемых показателей не только в денежных, но и натуральных единицах измерения, что отличает его от других результатов планирования. Исследование специальной литературы позволило сделать вывод, что бюджетирование, как способ планирования, удобно для использования в производственном учете затрат с целью исчисления плановой себестоимости продукции, работ и услуг и лежит в основе нормативного метода учета затрат и исчисления себестоимости по системе стандарт-костинг.

Вместе с тем, несмотря на государственную поддержку аграрного бизнеса, сельскохозяйственные производители в Республике Беларусь испытывают значительные финансовые затруднения, многие из них признаются неплатежеспособными, теряют

финансовую устойчивость, находятся в стадии санации, а иногда и ликвидации. В этой связи при планировании деятельности целесообразно применять риск - ориентированный подход к реализации стратегических планов и совершенствовать методику диагностики эффективности антикризисных управленческих решений [3].

Следует отметить, что существенное значение в процессе планирования и бюджетирования имеет система контроллинга, которая формирует систему планирования, разрабатывает методы планирования и схему сбора и обработки информации, определяет необходимость корректировки планов, обеспечивает взаимоувязку и координацию оперативных и стратегических планов, а также оценивает возможность и степень реализации запланированных мероприятий.

Таким образом, используя комбинированные методы планирования деятельности сельскохозяйственных предприятий, в настоящее время следует применять бюджетный и риск - ориентированный подходы в рамках системы контроллинга.

Литература

1. Лущикова, А.П. Планирование на предприятии: учебное пособие / А.П. Лущикова. - Прокопьевск: ОАО «Новокузнецкий полиграфкомбинат», 2008. – 102 с.
2. Метечко, Т.О. Реализация затратно - ориентированного подхода в системе оперативного планирования / Т.О. Метечко / Финансово-аналитические и технологические аспекты развития экономики: сб. статей заочной Междун. науч.-практ. конф. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2016 г. – С. 288-295.
3. Попов, И.Г., Тамбовцев, В.Л., Фонов, А.Г. Некоторые вопросы программно-целевого планирования / И.Г. Попов, В.Л. Тамбовцев, А.Г. Фонов. — М. : Экономика, 1980. – 213 с.
4. Прогнозирование социально-экономических явлений и хозяйственной деятельности предприятий, организаций: краткий курс лекций для аспирантов, подготовки кадров высшей квалификации (направления подготовки) 38.06.01 Экономика / Сост.: И. А. Родионова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». - Саратов, 2014. – 84 с.

ПРЕДВАРИТЕЛЬНОЕ ЭЛЕКТРОННОЕ ТАМОЖЕННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ТОВАРОВ ДЛЯ ЛИЧНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ

Д.А. Мисюченко

Научный руководитель – к.э.н., доцент О.В. Морозова

Белорусский государственный университет транспорта, Гомель, Республика Беларусь

misyuchenko1999@mail.ru

Аннотация

Рассмотрены значение и сущность таможенного декларирования, в т.ч. в электронном виде, проанализировано развитие системы предварительного электронного таможенного декларирования товаров для личного пользования, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь, отмечены ее преимущества, с помощью метода анкетирования определены проблемы реализации и пути совершенствования.

Ключевые слова

Товары для личного пользования, электронное таможенное декларирование, таможенный контроль.

С момента формирования таможенной службы одной из приоритетных ее задач является сокращение времени и затрат, связанных с перемещением товаров через таможенную границу и их помещением под соответствующую таможенную процедуру. Одним из ключевых инструментов, призванных обеспечить выполнение вышеуказанной задачи, является система таможенного декларирования товаров [1]. Правильно выполненное таможенное декларирование является залогом беспрепятственного пересечения таможенной границы.

Таможенное декларирование – заявление таможенному органу с использованием таможенной декларации сведений о товарах, об избранной таможенной процедуре и (или) иных сведений, необходимых для выпуска товаров [2].

Таможенное декларирование осуществляется для товаров как ввозимых на территорию ЕАЭС, так и вывозимых за ее пределы. Таможенному декларированию подлежат товары при их помещении под таможенную процедуру, а также товары для личного пользования, подлежащие таможенному декларированию, припасы и транспортные средства международной перевозки, в случаях, определенных ТК ЕАЭС, без помещения под таможенную процедуру.

По данным Государственного пограничного комитета Республики Беларусь в 2012–2015 гг. въезд в страну иностранных граждан и выезд за границу граждан Республики Беларуси без учета прибывших и выехавших на постоянное место жительства в среднем в зависимости от года насчитывал от 11 до более чем 13 млн поездок [3]. В 2019 г. общее количество проследовавших через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь граждан составило 23,2 млн. чел. Например, в Брестской таможене количество деклараций физических лиц за 2019 г. равнялось 970 тыс. [4]. Соответственно совершение должностными лицами таможенных органов действий, связанных с перемещением товаров для личного пользования через таможенную границу, составляет значительную часть их деятельности.

Так, при перемещении товаров для личного пользования через таможенную границу ЕАЭС физические лица и таможенные органы совершают с ними действия, связанные с таможенным декларированием, определением таможенной стоимости, уплатой таможенных платежей, временным ввозом и вывозом, а также таможенным контролем таких товаров.

Таможенное декларирование товаров для личного пользования является неотъемлемой составляющей порядка совершения таможенных операций и осуществляется в случае, когда это предусмотрено законодательством либо по желанию лица, перемещающего товары.

В целях сокращения времени совершения таможенных операций, связанных с декларированием товаров и транспортных средств, перемещаемых физическими лицами через таможенную границу ЕАЭС, Государственным таможенным комитетом Республики Беларусь еще в 2014 г. было организовано проведение эксперимента по совершению указанных таможенных операций в случае представления физическими лицами электронной предварительной информации о товарах и транспортных средствах для личного пользования.

В настоящее время принято Решение Коллегии Евразийской экономической комиссии от 23 июля 2019 г. № 124 «О таможенном декларировании товаров для личного пользования» и с 1 февраля 2020 г. физическое лицо самостоятельно может заполнить пассажирскую таможенную декларацию в электронном виде. Данные вносятся физическим лицом в электронную форму на русском, английском или другом официальном языке государства-члена ЕАЭС. Затем информация о товарах поступает в автоматизированную систему таможенных органов, после чего физическому лицу направляется уникальный идентификационный номер, который необходимо будет сообщить таможенному органу в пункте пропуска через таможенную границу. Используя данный идентификатор, должностное лицо таможенного органа осуществляет запрос в информационную систему и получает все сведения, необходимые для таможенного декларирования и осуществления таможенного контроля [5].

Предварительное электронное декларирование направлено на упрощение взаимодействия между физическими лицами и таможенными органами и ускорение процесса таможенного декларирования с использованием качественного подхода к вопросам таможенного декларирования на основе безбумажных технологий.

Функционирование системы предварительного электронного декларирования основано на принципах обмена информации с использованием средств электронного обмена между физическим лицом и уполномоченными лицами таможенного органа в электронном виде.

В современных условиях внедрение и использование технологии предварительного электронного представления сведений физическими лицами в таможенном деле позволяет:

- 1) упростить и ускорить взаимодействие физических лиц в процессе подачи декларации и получения решений таможенных органов;
- 2) снизить нагрузку на сотрудников таможенной службы при работе с бумажными документами;
- 3) существенно сократить время подачи декларации до выпуска товаров.

Введенные новшества способствуют минимизации временных затрат как для физическим лиц, так и для таможенных органов, повышению эффективности проведения таможенного контроля таможенными органами. Однако, необходимо отметить, что на сегодняшний день возможностью предварительного электронного представления сведений физическими лицами в таможенные органы пользуется всего около 1% физических лиц от числа всех, пересекающих таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь. Хотя система электронного декларирования доступна абсолютно для каждого человека и предполагает использование подсказок и проверки заполнения.

Для выявления причин сложившейся ситуации и определения приоритетных направлений совершенствования таможенных операций в отношении товаров для личного пользования, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь нами, был применен метод анкетирования и разработан следующий вид опроса (таблица).

Пример анкеты по вопросам предварительного электронного представления сведений физическими лицами в таможенные органы при перемещении товаров для личного пользования через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь

Вопрос	Вариант ответа
Укажите Ваш возраст:	1) 18-20;
	2) 21-25;
	3) 26-30;
	4) 31-35;
	5) 36-40;
	6) 40+
Укажите Ваш пол:	1) женский;
	2) мужской
Как часто Вы пересекаете таможенную границу?	1) 1 раз в год;
	2) чаще 1 раза в год;
	3) реже 1 раза в год;
Если да, то в каком виде подавалась декларация?	1) в письменном;
	2) в электронном
Хватило ли Вам знаний, чтобы заполнить таможенную декларацию на товары?	1) да;
	2) нет;
	3) я по-прежнему не понимаю, о чем идет речь
Знаете ли Вы, какие товары подлежат таможенному декларированию?	1) знаю;
	2) не знаю
Если знаете, то от каких источников?	1) родственники/друзья;
	2) интернет;
	3) обращение к таможенным органам;
	4) другой вариант

Примечание – Источник: собственная разработка автора.

- По результатам опроса, представленного в таблице, были сделаны следующие выводы:
- 1) 18-20 лет – возрастная категория, которая преобладает в данном опросе, а именно 47,2% (58 человек); 21-25 лет – 25,2% (31 человек); 40+ лет – 19,5% (24 человека);
 - 2) большая часть ответов (65,9%) была получена от женщин; от мужчин – 34,1%;
 - 3) 30,9% людей из опрашиваемых пересекают таможенную границу чаще, чем 1 раз в год и 16,3% не пересекают таможенную границу;
 - 4) 26% людей декларировали товары для личного пользования, перевозимые через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь, из них только 18,9% заполняли декларацию в электронном виде, в письменном виде – 81,8%;
 - 5) 11,5% людей не хватило знаний, чтобы заполнить пассажирскую таможенную декларацию на товары;
 - 6) большая часть опрашиваемых людей 71,5% (88 человек) знают, какие товары подлежат таможенному декларированию;
 - 7) 49,4% людей получают необходимые знания для заполнения таможенной декларации и сведения про категории товаров, которые подлежат таможенному декларированию, в интернете. Также частым ответом на вопрос: «От каких источников Вы получаете данные сведения и знания?» являлись учеба, университет, законодательные акты и официальный сайт Государственного таможенного комитета Республики Беларусь; 19,3% – от таможенных органов; 14,5% – родственники и друзья.

Из анализа проведенного опроса можно выделить ряд проблем, а именно:

- 1) часть опрашиваемых людей (3,3%) не знают, что такое декларирование товаров;
- 2) большая часть деклараций подается в письменном виде в таможенный орган при том, что большинство опрошенных – это люди в возрастных категориях, свободно

- владеющих электронными технологиями и понимающими, что предварительное электронное декларирование позволит минимизировать их временные затраты;
- 3) 23% людей не хватает знаний для заполнения таможенной декларации;
 - 4) 28,5% (35 человек) не знает, какие товары подлежат таможенному декларированию.

Для решения выявленных проблем считаем целесообразным предложить следующие приоритетные направления совершенствования таможенных операций в отношении товаров для личного пользования, перемещаемых через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь:

- 1) физическим лицам, которые перемещают через таможенную границу ЕАЭС в Республике Беларусь товары, необходимо предоставлять информацию о возможности предварительного электронного представления сведений посредством информационных технологий, например, с помощью рассылки сообщений на мобильные устройства;
- 2) информация, которая предоставляется физическим лицам, должна иметь вид переработанного, удобного для понимания документа. Данные сведения должны отвечать следующим требованиям: краткость, лаконичность, информативность;
- 3) возможность подачи таможенной декларации в электронном виде уже существует, но для большей эффективности ее применения возможно создание мобильного приложения, работающего на различных платформах, применяемых в современных мобильных устройствах.

Таким образом, деятельность должностных лиц таможенных органов напрямую связана с взаимодействием соблюдения порядка перемещения товаров, обеспечением таможенного контроля за перемещением товарных потоков через таможенную границу, определением таможенной стоимости товаров, обеспечением получения необходимых сведений о грузах, перемещаемых через таможенную границу, подтверждением законности перемещения товаров и физических лиц через таможенную границу. Всё это является задачами таможенного декларирования, в том числе в электронном виде. Упрощение таможенного декларирования и повышение контроля, проводимого таможенными органами в отношении физических лиц и их товаров – оценочные показатели эффективности осуществления таможенных операций в отношении товаров для личного пользования. Поэтому воздействовать на совершенствование этого процесса необходимо с двух позиций: таможенных органов и физических лиц. Предлагаемые направления совершенствования предварительного электронного декларирования товаров физическими лицами позволят значительно улучшить порядок осуществления таможенных операций, а значит, повысить оперативность и качество проведения таможенного контроля.

Литература

1. Инновационные процессы в системе таможенного администрирования Республики Беларусь: [монография] / О.В. Морозова[и др.]; под общ. ред. О.В. Морозовой, О.Н. Шестак; М-во трансп. и коммуникаций Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель: БелГУТ, 2019. – 203 с.
2. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2019.
3. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. ежегодник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. – Минск. – 2019. – 76 с.
4. Достигнутые показатели, значимые факты и отдельные рекорды // Таможенный вестник. – 2020. – № 4. – С. 37–38.
5. Государственный таможенный комитет [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.customs.gov.by/>. – (Дата обращения: 10.05.2020).

ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

О.В. Мясникова

ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»,
Минск, Республика Беларусь

miasnikovaov1@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена проблеме формирования структуры производственно-логистических систем. Цель исследования - выделить совокупность задач формирования структуры производственно-логистических систем в условиях создания цифровой экономики. Сформулированы теоретико-концептуальные подходы к формированию структуры производственно-логистических систем. Показана логическая концептуальная схема возникающих в ходе управления потоками взаимосвязей управляющей подсистемы и подсистемы осуществления этапов цикла производства. Выделены выполняемые в подсистемах операции управления потоками. Раскрыто содержание результатов внедрения цифровых технологий для обеспечения связи между звеньями и координации их совместной работы на базе управления цепями поставок. Выводы и теоретико-концептуальные основы будут полезны для разработки проектов цифровой трансформации производства.

Ключевые слова

Производственно-логистическая система, структура системы, цифровые технологии, цифровая экономика, управление цепями поставок, социокиберфизические системы, виртуальные производства.

Производственно-логистическая система (ПЛС) – это сложная, динамичная, открытая, адаптивная система с обратной связью, состоящая из относительно устойчивой совокупности звеньев цепи создания ценности, взаимосвязанных в пределах цикла производства в едином процессе управления материальными, сервисными и сопутствующими им потоками, обеспечивающих придание им количественных параметров и качественных характеристик в соответствии с требованиями внешней среды [1].

Состав и взаимосвязи элементов системы определяются решаемыми в современных условиях задачами:

- 1) производство высококачественных персонализированных товаров;
- 2) гибкое и быстро реагирование на изменение объемов спроса и требований потребителя;
- 3) бездефектная работа, безотходное производство, замкнутый цикл движения ресурсов для минимального негативного влияния на окружающую среду;
- 4) высокая производительность труда, интенсификация производства, эффективность использования времени и материально-технических ресурсов;
- 5) исключение факторов риска человеческой и техногенной природы.

Цель формирования ПЛС заключается в придании ей способности создавать добавленную стоимость длительный период за счет решения задач обеспечения ее устойчивости, адаптивности, гибкости и эффективности [2].

С позиций теории систем ПЛС являются сложными технико-экономическими системами. Их элементы образуют цепь поставок, которая обеспечивает движение потоков от

источников исходного сырья до конечного потребителя вдоль всей цепи создания стоимости продукта. Потоки проходят через звенья производственного и логистического назначения.

Степень детализации структуры ПЛС определяется задачами анализа. Так, звеном ПЛС выделяем рабочее место, участок, цех, производство, объединение производств различной природы. Следует отметить, что ПЛС может и, как правило, уже выходит за рамки отдельного юридического лица. Связь между звеньями и координацию их совместной работы следует обеспечивать на базе управления цепями поставок [1].

Структура ПЛС каждого звена на протяжении всей цепочки создания стоимости кастомизированного продукта формируется таким образом, чтобы обеспечить в рамках цикла производства согласованные бесперебойные кругооборот и изменение материальных, информационных, финансовых и сервисных потоков. В системе потоки генерируются и поглощаются, преобразуются и продвигаются. В звеньях ПЛС потоки могут сходить, разветвляться, дробиться, изменять свое содержание и параметры. Целенаправленное изменение параметров потоков (объем, скорость, направление движения) и качественных его характеристик выполняется для максимального удовлетворения потребности рынка в конкретном товаре. ПЛС имеет сложную структуру, которая может быть очерчена посредством выделения элементов:

- структурного состава (подсистемы, звенья и элементы);
- функционального состава (блоки, отвечающие за выполнение конкретных функций: снабжение, производство, сбыт);
- процессного состава (процессы управления и производства; процессы основного, вспомогательного, обслуживающего характера; процессы разработки продукции, коммерциализации разработок, снабжения, движения производственного потока, движения возвратных потоков, выполнения заказов, взаимоотношений с потребителями, обслуживания потребителей, управления спросом);
- натурально-вещественного состава (информация, персонал, предметы труда, средства и орудия труда, IT-системы и технологии).

ПЛС должна состоять из *управляющей системы*, включающей в себя логистический регулятор и измеритель рассогласований, возникающих за счет внешних и внутренних возмущений, и *системы осуществления этапов цикла производства*, подсистемы которой выполняют необходимые процессы по отношению к потокам (П0 – П4) (рисунок).

Роль подсистем в управлении потоками, как показано на рис.1, заключается в движении, хранении, генерации и преобразовании материального потока в соответствии с изученными, проанализированными требованиями к выходу системы, преобразованными в конкретные характеристики продукции. А также созданию на данной основе условий производства - материально-технических и организационно-экономических компонентов производства.

Современные ПЛС должны обеспечить исполнение интегрированного распределенного процесса производства. Взаимодействующие в пределах цикла производства звенья выходят за рамки одного предприятия, одной страны, одного континента. Справедливо говорить о ПЛС как глобальной цепи создания ценности. Главной задачей формирования такой системы становится обеспечение согласованного бесперебойного движения материальных и сопутствующих потоков в транснациональных транспортных коридорах.

В пределах цикла производства ПЛС объединяет звенья цепи создания ценности, которые находятся в относительно устойчивой взаимосвязи на базе совместных производства, научно-технических и производственных объединений, консорциумов, кластеров, альянсов. Однако, следует выделить тенденцию преобразования традиционного бизнеса в виртуальные организации, где 5PL-провайдеры создают гибкие сетевые взаимодействия участников и выполняют функции регулятора всех потоков в ПЛС, выстраивая тем самым логистику нулевого уровня [3].



Рисунок. Структура производственно-логистической системы

Примечание – Разработка автора

Таким образом, результатом формирования ПЛС является построение сети виртуальных производств (Virtual Factory). Эта концепция предполагает объединение в сеть географически распределенных производств и управление ею на уровне цепочек поставок (поставки – производство – дистрибуция и логистика – сбыт – сервис) при помощи единой виртуальной модели всех процессов. Виртуальная корпорация характеризуется как открытая, гибкая, динамичная сетевая структура, в которой на принципах гибкости, распределенности в пространстве и времени, специализации на ключевых компетенциях выстраиваются связи экономических агентов. Значимыми являются приоритет горизонтальных связей, автономность и узкая специализация участников, а также адаптивность виртуальной структуры.

Решение задачи обеспечения гибкости и высокой скорости адаптации ПЛС связывается нами с выстраиванием непрерывного информационного обмена актуальными данными, мониторинга оперативных изменений и поддержки принятия решений в случае отклонений, внедрение алгоритмов быстрого реагирования. Система ведения бизнеса становится клиенто- и датацентричной, что меняет не только порядок и сущность действий, но и саму организационную структуру ПЛС.

Роль людей как трудовых ресурсов и их значимость в производстве существенно снизится вплоть до исключения, однако, их роль как потребителей, задающих персонализированные требования к характеристикам результата работы, возрастет. Этот факт позволит нам рассматривать ПЛС как социоканонические системы, выделяя людей как ее неотъемлемый элемент. Персонал будет работать с данными удаленно при помощи мобильных информационных технологий за счет беспроводной сети промышленного интернета вещей (IIoT). Человеко-машинные интерфейсы обеспечат носимые устройства, графические интерфейсы нового типа. Кибер-физическое преобразование ПЛС обеспечат

аддитивные технологии, радиочастотная идентификация, сенсоры, чипы, компьютерное зрение, продвинутая робототехника, межмашинное взаимодействие, промышленный интернет вещей.

Задачей формирования ПЛС становится обеспечение согласованного бесперебойного движения материальных и сопутствующих потоков.

Управление ПЛС нового типа должно базироваться на использовании систем управления классов ERP, BI, APS, MES, MRPII, CSRP, CAD/CAE/CAM, PLM, CALS. Автоматизация процессов управления жизненным циклом продукта (PLM/SLM), производственных процессов (АСУТП, MES) и бизнес-процессов (ERP, BI) в ПЛС выйдет на новый уровень - единый замкнутый контур управления. Информация, циркулирующая в этом замкнутом контуре, трансформируется в знания за счет технологий генерации и обработки больших данных (BigData), автоматизации обработки данных, расширенной аналитики, централизации и виртуализации данных, в том числе с использованием искусственного интеллекта.

Физические элементы ПЛС будут оснащены встроенным интеллектуальным функционалом, приложениями и системами и подключены через промышленный интернет вещей между собой в режиме, близком к реальному времени. Работа элементов ПЛС будет осуществляться на основе схемы M2M (Machine-to-Machine) и S2S (Systems-to-Systems) на основе ПоТ. Первичный ввод данных будет автоматизирован через систему сенсоров, датчиков и промышленных контроллеров. Для выполнения заданных технологических операций в автоматическом режиме создается замкнутый контур цифровой автоматической системы управления (рабочий центр – датчик – контроллер управления – привод) [4]. За счет сквозной автоматизации производственных и бизнес-процессов всех участников цепочки добавленной стоимости оптимизационное управление (сквозной инжиниринг) будет осуществляться в течение всего жизненного цикла продукции. Основными технологиями, которые трансформируют состав и структуру ПЛС, являются: цифровое моделирование и оптимизация на базе «Цифровые двойники» и «цифровой тени», виртуальное прототипирование, численный виртуальный эксперимент, цифровой реверсинжиниринг, аддитивное производство для модельных испытаний и быстрого прототипирования, использование виртуальной и дополненной реальности.

Управление жизненным циклом из центра управления информационной архитектуры созвучно идее единого управления в цепях поставок (ЦП). Современным подходом к единому управлению в цепях поставок является методология «Control Tower» («диспетчерская вышка») [5]. Методология «Control Tower» представляет собой новый класс инструментов отслеживания KPI цепей поставок, мониторинга исключительных ситуаций и мест возникновения логистических рисков, предикативного анализа и оптимизации интегрированных показателей эффективности ЦП. Control tower – логистический хаб, оснащенный необходимыми технологиями, которые позволяют отслеживать данные о перевозках, брать на себя простейшие операционные функции. Анализируя информацию в реальном времени, компания может принимать решения в кратко- и долгосрочной перспективе и достигать стратегических целей. Основной лозунг методологии - Generating Immediate Value Through Real-Time Visibility, - генерирование немедленной ценности благодаря видимости в реальном времени.

Основные отличительные черты Control Tower:

- полный контроль и прозрачность на всех этапах;
- отслеживание процессов в реальном времени и доступная коммуникация с водителями;
- доступ ко всем каналам с любого устройства, возможность поделиться информацией с коллегами и управлять ею совместно;
- анализ данных: обычно для этого используется система управления поставками (delivery management system или DMS);
- оперативные оповещения позволяют быстро разобраться с проблемами.

Control tower предлагают характеристики как сквозная видимость и предварительная автоматизация. Создавая экосистему, которая фокусируется на прозрачности, компании могут иметь представление о том, чтобы уменьшить риск потенциальных проблем, а также получить данные о том, как лучше управлять заказами.

Интеллектуальные диспетчерские вышки «Control Tower» позволяют создать настоящую цифровую коммерческую сеть, которая естественным образом синхронизирует все отделы и торговых партнеров с единственной версией истины в реальном времени. В отличие от изолированных ERP-систем, эти диспетчерские вышки поддерживают многочисленные сквозные бизнес-потоки, которые происходят по всей ЦП без ограничений.

Литература

1. Мясникова, О.В. Развитие логистических систем в условиях цифровой трансформации бизнеса / Мясникова О.В. - Минск: Коллоград, 2019. – 203 с.
2. Мясникова, О.В. Цифровая трансформация в решении задач развития производственно-логистических систем / О.В. Мясникова // Бизнес. Инновации. Экономика: сборник научных статей / Министерство образования Республики Беларусь, Белорусский государственный университет, Институт бизнеса БГУ. – 2019. – Вып. 3. – С. 196–201.
3. Кархова, С.А. От 5PL-провайдеров к логистике нулевого уровня / С.А.Кархова // Государственный советник. – 2019. – № 1 (25). – С. 17-24.
4. Организация цифровых производств Индустрии 4.0 на основе киберфизических систем и онтологий / Гурьянов А.В. [и др.] // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. – 2018. – Т. 18. – № 2. – С. 268–277.
5. Waggoner, Paul Optimizing the Modern Supply Chain Enterprise with a Control Tower for CFOs [Electronic resource] / Paul Waggoner. - March 21, 2019. – Mode of access: https://www.supplychain247.com/article/optimizing_the_modern_supply_chain_enterprise_with_a_control_tower_for_cfos. – (Date of access: 20.04.2019).

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТЕНДЕНЦИЙ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МИРОВУЮ ТОРГОВЛЮ

В.В. Негреева¹, А.В. Филимонова²

1 – СПбУ ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

v.negreeva@mail.ru

sfil97@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается актуальная на данный момент тема изменения объемов внешних логистических потоков, вызванная вспышкой пандемии коронавируса. Приведена статистика показателей мировой торговли за период 2000–2022 гг. Изучена важность внешнеэкономических связей, а также внешнеэкономической деятельности в рамках не только организации, но и государства. Для сравнения приведена статистика объемов внешнеторгового оборота России с ее ключевыми партнерами. Так же приведены основные прогнозы развития внешнеэкономической деятельности в РФ по сравнению с мировым кризисом в 2008–2009 гг.

Ключевые слова

Внешнеэкономические связи, внешнеэкономическая деятельность, международная логистика.

В условиях тотальной глобализации экономики внешнеэкономические связи (ВЭС) и внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) приобретает большое значение для функционирования, как государства, так и отдельных предприятий. Одной из важнейших стратегических задач для государства является укрепление и развитие ВЭС и ВЭД.

Внешнеэкономические связи являются многогранными формами международного сотрудничества государств в самых разных секторах экономики: торговля, информационные, научно-технические отношения и т.д.

Внешнеэкономическая деятельность представляет собой внешнеторговый экономический процесс, участниками которого являются несколько стран. Экспортно-импортные операции, иначе говоря, купля-продажа, являются частью данного процесса.

Государственное регулирование экспортно-импортных потоков затрагивает интересы всех стран-участников. Внешнеэкономическая деятельность непосредственно влияет на развитие взаимоотношений между странами. Именно поэтому государство разрабатывает программы, учитывающие интересы всех сторон, возможные проблемы и последствия для социальной и экономической безопасности.

В рамках организаций управлением внешними потоками занимается международная логистика, для которой необходимо умение быстро реагировать на динамику рынка и окружающей среды, к которым относится уровень спроса и предложения, производственно-технологический процесс, изменение транспортных тарифов, а также мировая экономическая ситуация.

Таким образом, внешняя логистическая цепь, состоящая из множества звеньев, формируется в единую систему, которая обладает обратной связью и реагирует на все изменения во внешней и внутренней среде. Функционал и характер логистических операций трансформируется под влиянием внешних воздействий.

Решение задач внешних логистических систем связано с управлением и оптимизацией материальных и сопутствующих потоков от их источников к конечным пунктам назначения вне производственно-технологического цикла. Другими словами, внешняя логистическая цепь выполняет в основном функции снабжения производства материальными ресурсами и распределения готовой продукции. Далее следует отметить, что из функций вытекают типовые задачи внешних логистических систем: рациональная организация движения материальных ресурсов и готовой продукции; оптимизация затрат; сокращение времени доставки материальных ресурсов, готовой продукции и времени выполнения заказов потребителей; управление запасами; обеспечение высокого уровня качества сервиса.

Управление перечисленными выше задачами стала проблемой номер один в начале 2020 г., с которой столкнулись все страны мира в связи с распространением коронавирусной инфекции (COVID-19).

Особенно сложно в сложившихся условиях пришлось цепочке поставок, на функционирование которой в большей степени оказало влияние распространение пандемии. Особенно сильно пострадала транспортная логистика, являющаяся ключевым звеном во внешней цепочке поставок и обеспечивающая экспортно-импортные операции. Наиболее пострадавшими секторами экономики считаются туризм, сфера услуг, автомобилестроение, производство потребительских товаров, розничная торговля.

Также серьезно пострадал сектор электронной коммерции (e-commerce), развитие которого было так актуально в условиях цифровой экономики. Крупные ритейлеры активно развивали свою деятельность в онлайн форме. При таком условии ведения бизнеса огромную роль играет налаженная, четкая логистическая цепь поставок и возможность оперативного осуществления грузоперевозок. К сожалению, в первом квартале 2020 г. онлайн ритейлинг терпит большие потери. По оценке специалистов потери в продажах у онлайн-бизнеса достигает 50%, что существенно сказывается на экономике не только на уровне организации, но и государственном [1].

Всемирная Торговая Организация (ВТО) прогнозирует, что спад торговли из-за пандемии коронавируса превысит данный показатель 2008-2009 гг., вызванный всемирным кризисом. На рис. 1 приведена статистика объема мировой торговли на период 2000 – 2022 гг., опубликованная ВТО в апреле 2020 г. [2].

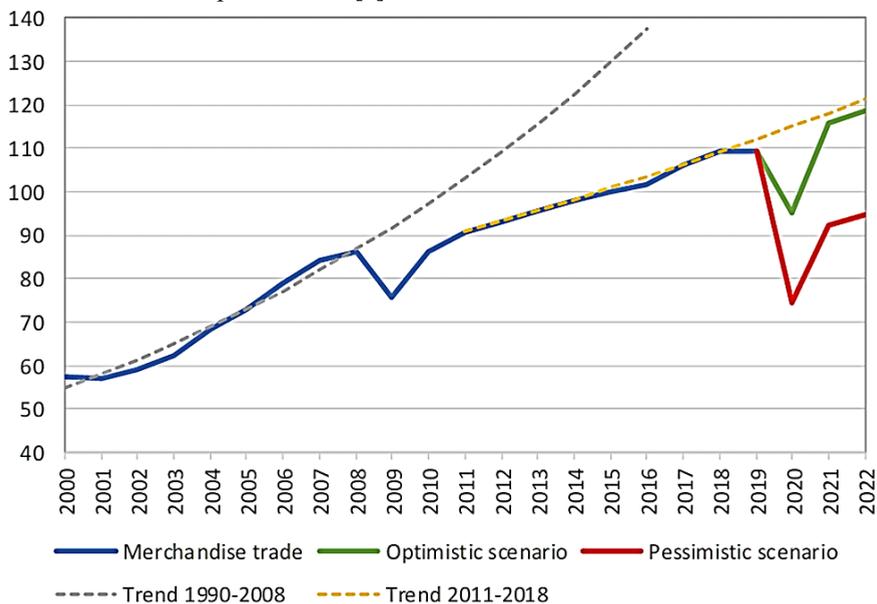


Рисунок 1. Объем мировой торговли 2000 – 2022 гг.

Распространение вируса еще продолжается, поэтому сложно оценить точные потери, которые неизбежно потерпит как локальная экономика стран, так и мировая. Всемирная торговая организация прогнозирует два сценария развития кризиса 2020 г.: оптимистичный и пессимистичный. Сроки, когда можно будет утверждать, по какому из путей идет развитие экономики, можно будет определить после полной остановки распространения коронавируса [2].

В мае 2020 г. определить масштабы кризиса и влияние пандемии на внешнеэкономическую деятельность и мировую торговлю в России пока еще сложно. По данным таможенной статистики за период январь-декабрь 2019 г. по сравнению с январь-декабрь 2018 г. внешнеторговый оборот России снизился на 3,0% и составил 666,6 млрд долл. США. При этом показатель экспорта уменьшился на 6,0%, а импорта увеличился на 2,2% [4].

На рис. 2 приведена структура внешнеторгового оборота России с группами стран за 2019 г. Среди стран-членов Евросоюза лидирующие позиции во внешней торговле с РФ занимают Германия, Нидерланды и Италия. А ключевыми внешнеторговыми партнерами со стороны АТЭС являются Китай, США, Республика Корея и Япония. В 2019 г. на долю Китая приходится 16,6% торгового оборота России, что в денежном соотношении составляет практически 111 млрд долл. США [4].

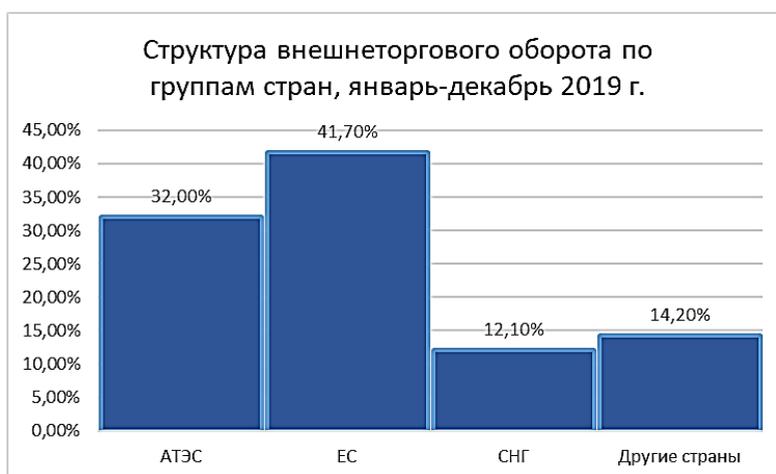


Рисунок 2. Структура внешнеторгового оборота по группам стран за период январь-декабрь 2019 г.

В связи с тем, что крупными партнерами России во внешней торговле являются страны, сильно пострадавшие от коронавирусной инфекции, экономисты прогнозируют в 2020 г. еще больший спад торговых оборотов страны. При оптимистичном прогнозе ВВП нашей страны сократиться на 4,0%. В случае затяжных мер по преодолению распространения вируса объем ВВП за 2020 г. может снизиться вплоть до 8,0%-10,0%.

По данным Федеральной таможенной службы (ФТС) изменения темпов роста оборотов внешней торговли и, в частности, экспорта и импорта за январь-февраль 2019 и 2020 гг. в распределении по странам представлены в табл. 1 [4].

Анализ таблицы показывает, что наибольший спад торгового оборота, экспорта и импорта имеет место с Нидерландами и Японией. С остальными государствами, несмотря на снижение показателей, наблюдается и положительная динамика в отношении импорта. Единственная страна, в торговых отношениях с которой не наблюдается резкого снижения, это США.

Таблица 1

Внешняя торговля России в 2019-2020 гг. (по данным ФТС России)

Страна	Январь- февраль 2019 г	Январь- февраль 2020 г	Темп янв.- фев. 2019/20	Экспорт темп янв.-фев. 2019/20	Импорт темп янв.-фев. 2019/20
Оборот	100 739,4	92 618,9	-8,1%		
Экспорт				-12,8%	
Импорт					1,7%
Китай	16 564,5	17 346,2	4,7%	9,6%	-0,3%
Германия	9 079,3	7 190,3	-20,8%	- 32,9%	3,3%
Нидерланды	8 150,1	5 664,1	-30,5%	-32,8%	-3,3%
Беларусь	4 913,5	4 087,6	-16,8%	-27,4%	1,0%
США	3 236,4	3 842,6	18,7%	23,2%	13,8%
Турция	3 875,0	3 747,0	-3,3%	-6,9%	13,5%
Италия	3 675,0	3 341,2	-9,1%	-16,6%	4,8%
Казахстан	2 581,8	2 807,0	8,7%	19,2%	-13,4%
Франция	2 194,8	2 668,4	21,6%	-4,2%	51,3%
Япония	2 784,7	2 539,1	-8,8%	-7,6%	-10,5%

Стоит отметить, что сейчас все страны мира оценивают последствия от пандемии коронавируса сильнее, чем в мировой экономической кризис 2008-2009 гг. Особенно сильно пострадает рынок транспортно-логистических услуг. Данный сегмент экономики наиболее чувствителен к снижению спроса и нестабильной внешнеэкономической ситуации в целом. В кризис 2008-2009 гг. российский объем рынка транспортно-логистических услуг сократился более чем на 8,0%, ВВП при этом снизилось на 7,8% [5].

По первичным оценкам экономистов период восстановления всемирной экономики должен начаться к концу 2020 г – началу 2021 г. При оптимистическом сценарии всемирная торговля сможет максимально близко вернуться к своим исходным показателям, которые имели место до пандемии (оптимистичный сценарий отображен зеленой линией на рис.1). Такое положительное развитие событий невозможно без грамотно разработанной мировой внешней политике, которая будет распространяться на все страны мира, задействованные во внешнеэкономической деятельности.

Эксперты Российского экспортного центра проанализировали изменения международного спроса в условиях пандемии коронавируса и определили потенциальные ниши для наращивания российского экспорта (табл. 2) [6].

Процесс восстановления экономики, возобновления ресурсов повлечет за собой и необходимость структурных изменений на уровне локальных и мировых организаций. Им недостаточно будет вернуться к привычным принципам ведения бизнеса. Пандемия заставит организации пересмотреть все свои процессы, уделив особое внимание управлению и оптимизации, а иногда и вовсе созданию, актуальной цепочки поставок. Вирус, который

распространился в мировом масштабе, показал все слабые места в хозяйственной деятельности не только на уровне предприятий, но и на уровне стран [3].

Таблица 2

Изменения международного спроса на товары по отраслям

Отрасль	Спрос на товары
Машиностроительная и химическая промышленность	полимерная упаковка, защитная одежда из полимеров и резины, моющие средства и поверхностно-активные вещества.
Металлургия	на золото со стороны стран — держателей американских долговых бумаг, по мнению которых золото является наиболее защищённым активом
Лесопромышленный комплекс	на упаковочную бумагу, тару и упаковку из картона, на санитарно-гигиеническую бумагу и производство медицинской мебели
Фармацевтическая, парфюмерная и косметическая сферы	на лекарства, субстанции для их производства, а также на мыло, гели для душа, влажные салфетки и аэрозоли, обладающие дезинфицирующими свойствами, на мобильные госпитали, увеличение поставок медицинского оборудования
Агропромышленный комплекс	на всю линейку продовольственной продукции, в первую очередь на зерновые, корма, маслосемена и растительные масла, рост запросов на поставку этилового спирта, мясные продукты (Китай)
Легкая промышленность	медицинские маски, халаты и бахилы

В связи с вышесказанным определяются тенденции внешнеэкономической деятельности и мировой торговли, к ним относятся следующие:

- период восстановления всемирной экономики должен начаться к концу 2020 г. – началу 2021 г., но некоторые эксперты рассматривают пессимистический прогноз до 2022 г.;
- структурные изменения на уровне локальных и мировых организаций;
- современное управление внешними потоками требует внимания и немедленного пересмотра;
- организация эффективной внешнеэкономической деятельности должна гарантировать развитие как отдельно взятой организации, так и мировой экономики, должна включать в себя комплексные решения.

Таким образом, можно сделать вывод, что ведение внешнеэкономической деятельности является стратегически важной задачей, обеспечивающей успешное развитие государства в целом. Современное управление внешними потоками требует внимания и немедленного пересмотра. При этом организация эффективной внешнеэкономической деятельности, которая будет гарантировать развитие как отдельно взятой организации, так и мировой экономики, должна включать в себя комплексные решения. Только так можно будет оценить все пробелы в имеющемся процессе и улучшить его.

Литература

1. COVID-19: как построить устойчивую цепочку поставок? [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.ey.com/ru_ru/advisory/how-to-build-a-supply-chain-thats-resilient-to-global-disruption – (Дата обращения: 07.05.2020).

2. Trade set to plunge as COVID-19 pandemic upends global economy [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.wto.org/english/news_e/pres20_e/pr855_e.htm – (Дата обращения: 07.05.2020).
3. COVID-2019: последствия для транспорта и логистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://seanews.ru/2020/04/07/ru-covid-2019-posledstviya-dlja-transporta-i-logistiki/> – (Дата обращения: 07.05.2020).
4. Портал внешнеэкономической информации. Обзоры внешней торговли [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/monitoring/foreign_trade_statistics/monthly_trade_russia/ – (Дата обращения: 10.05.2020).
5. Симонова Л. Research Пандемия COVID-19 и рынок транспортно-логистических услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://logistics.ru/upravlenie-logistikoy-i-kompaniey/pandemiya-covid-19-i-rynok-transportno-logisticheskikh-uslug> – (Дата обращения: 10.05.2020).
6. Михайлова А. Мобильные госпитали, золото и полимеры: как коронавирус переориентировал российский экспорт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ved.gov.ru/news/26796.html> – (Дата обращения: 14.05.2020).

THE ROLE OF LEGAL STATE POLICY IN THE EPOCH OF DIGITALIZATION OF ECONOMY ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN

J.A. Nematov, F.K. Sidikova

Plekhanov Russian University of Economics in Tashkent, Uzbekistan

nematov_jasur@mail.ru
feruzik2003@yandex.ru

Abstract

The article is devoted to improving legal policy implemented by the state in the Republic of Uzbekistan taking into account the peculiarities of introduction and development of information and communication technologies (ICT) for regulating public relations in era of economy digitalization. The significance of the development and use of new scientific methodology in implementation of lawmaking activity through the application of interdisciplinary approach in solving the problems of information sphere is substantiated.

Keywords

Law-making activity, normative and legal regulation, conceptual and categorical apparatus, digital economy, information and communication technologies, information community entities, public services, blockchain, mining, cryptocurrency.

Information and communication technologies (ICT) are one of the key factors that influence on formation of modern society. ICT have direct impact on people's lifestyles. ICT are becoming increasingly determinative in many forms of economic activity in particular in such areas as education and social and labor.

In general, the interaction of public authorities and government through ICT, individualized in relation to a single subject of civil society, allows solving effectively and efficiently social issues, thereby stimulating development of national economy.

The essence of such cooperation between state and society is to transfer them to information space, where it is possible to use full potential of human knowledge, generate new ideas and gain skills in implementing promising areas of social development in order to achieve sustainable economic growth and increase material well-being. In addition, as a result of ensuring transparency of emerging renewed social relations, democratic processes are improved, responsibility for managing state is increased, observance of human rights and freedoms is guaranteed, cultural diversity is developed, and interethnic harmony is strengthened.

At the same time, stable, free and global exchange of information and knowledge requires mutual tolerance and respect for ethical aspects of different sectors of society, which requires an appropriate regulatory framework.

Okinawan Charter of Global Information Society (2000), Geneva Declaration of Principles: "Building information society is a global challenge for new millennium" (2003) and Tunis Commitment (Program for Information Society (2005) are recognized as universal acts in the sphere of using ICT at international level.

Understanding of provisions of these international documents by subject of national rulemaking comes down to the fact that the state is obliged to take a number of measures to solve the following problems using ICT, namely:

- 1) implementation of structural reforms in order to create an open competition platform for goods, jobs and services, adapted to existing labor market, providing for development of human resources and ensuring social harmony;
- 2) rational management of economy and other areas using the advantages of modern information technologies;
- 3) development of information networks that provide fast, reliable, and secure access to new technologies, their maintenance and application;
- 4) satisfaction of demand for ICT specialists who meet the requirements of information age;
- 5) facilitating the provision of real-time public services necessary to increase the level of accessibility of power.

Practice of implementing the requirements of international law in information sphere, using the example of the Republic of Uzbekistan, shows that with the adoption of new Constitution, the state initially secured the right of everyone to freedom of thought, word and belief. In addition, it delegated the right to seek, receive and disseminate any information, with the exception of directed against the existing constitutional system and other restrictions provided by law.

In pursuance of this constitutional norm, a significant package of laws has been adopted that meet the requirements put forward by international organizations.

A new milestone of digitalization of society was adoption by government and civil society institutions of Strategy for Action on five priority areas of development of the Republic of Uzbekistan in 2017-2021, which included, among other issues, improving e-government system, introducing modern forms of providing information concerning rights, freedoms and legitimate interests of individuals and legal entities, transition of using ICT in economy, social sphere, management system, cardinal improving the quality of education through in-depth studying computer science, creating demand time of a system of information security and protection of information, timely and adequate control of threats in information sphere.

National Agency for Project Management under the President of the Republic of Uzbekistan (Agency) was designated as an authorized body in order to organize effectively public administration system, introduce and develop digital economy, improve investment attractiveness and implement tasks outlined by the Strategy.

In final report of the activity of the Agency for 2019, the following summary indicators are given compared to 2018, in particular:

- a number of users of the Unified portal of inter active public services of the Republic of Uzbekistan (EPIGU) has increased two times;
- a number of electronic payments through EPIGU has increased more than 5 times;
- total amount of state duties, fees and other payments paid through EPIGU has increased 13 times;
- an amount of payments through Unified Billing System has increased by 70% and sum of payments has increased in two times.

In 2019, the Agency reviewed and issued conclusions on more than 150 draft regulations in the sphere of ICT. Along with this, draft Concepts of the development of Electronic government system in the Republic of Uzbekistan for 2020-2025 and Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan providing for the approval of the Concept of National Strategy “Digital Uzbekistan – 2030” have been prepared. In addition, an automated information system “Control and monitoring the implementation of investment projects” was developed [1].

These figures confirm that it is impossible to imagine any relationship without using ICT in modern conditions, which in the near future will obviously definitely raise the problems of normative and legal regulation of the activity of the subjects of information community at all levels of data interchange.

The existing national system of legislation will not eliminate collisions arising in information sphere, therefore, the law enforcer will not be able to resolve quickly them, since responding to global challenges will due to transience become an after-fact.

In this regard, legislative acts being drafted and adopted should work in the main part in advance of preventing real and predictable threats in order to prevent significant harm to the state and society.

An analysis of current legislation of Uzbekistan in information sphere indicates that norms contained in it are largely blanket in nature and are tied to technical interpretation of conceptual and categorical used apparatus. Whereas, draft laws must comply with the rules of legislative technology. It means that draft law should be presented in concise, clear, simple and pure language, excluding a different interpretation of rules in compliance with legal terminology. The use of ambiguous words and expressions, figurative comparisons, epithets and metaphors is not allowed. The concepts and terms used in draft law should be uniform in application in accordance with their meaning adopted in legislation, excluding the possibility of different interpretations. In necessary cases, in draft laws, a brief definition of legal, technical and other special terms and concepts is given, generally accepted abbreviations are applied and explanations of other abbreviations are presented. References in articles of draft law to other laws and their individual provisions are applied in cases where it is necessary to show mutual relationship of legal norms or to avoid repetition. At the same time, references can only be made to legislative acts that have entered into force. Moreover, references to invalid laws and bills, references are inadmissible [2].

Subordinate regulatory acts are also characterized by a certain procedure for their development and subsequent adoption, which should be explanatory in order to understand uniformly and apply correctly norms contained in laws [3]. Consequently, the adoption of subordinate regulatory acts also gives rise to legal consequences, that is, occurrence of responsibility of official or body that adopted it. Otherwise, any other document that has not withstood the observance of this order cannot be used to regulate relations. Official interpretation of concepts and terms used in regulatory act is given by body that accepted it. Therefore, ignoring the specified requirements of legislative technique leads to non-constitutionality of the norm [4].

Another equally important aspect is that the state for objective reasons will not be able to ensure legality based on established principles of building a system of legislation, guaranteed by the use of traditional methods of law enforcement of public relations in the era of ICT development, since in international and national rulemaking there appeared new or perfect, digital, social relations that fundamentally change the idea of building classical legal systems, by calling them transnational.

This statement is based on key objectives for rapid transition of the republic to digital economy, through:

- implementation and development of activity in the sphere of crypto-asset turnover, including mining (activity to maintain distribution platform and create new blocks with the ability to receive remuneration in the form of new units and commission fees in various cryptocurrencies), smart contracts (electronic contract, execution rights and obligations under which is carried out by automatically making digital transactions), consulting, issue, exchange, storage, distribution division, management, insurance, crowdfunding (collective financing), as well as blockchain technologies to diversify various forms of investment and entrepreneurial activity;
- training qualified personnel in the development and use of blockchain technologies with practical skills using modern information and communication technologies;
- comprehensive development of cooperation with international and foreign organizations in the sphere of activity on crypto assets and blockchain technologies, attracting highly qualified foreign experts in the field of developing blockchain technologies for joint implementation of projects in digital economy;
- creating necessary legal framework for implementation of blockchain technologies, taking into account the best practices of foreign countries;
- ensuring close interaction between government bodies and business entities in implementation of innovative ideas, technologies and developments for further development of digital economy.

Meanwhile, the establishment of priority of economic interests of subjects of information community over common sense to lose material benefits of national wealth of the state is great, including in connection with the provision of tax benefits to this area and assessment of transactions carried out by participants not within the framework of existing legislation on currency regulation [5].

Therefore, a reasonable question arises, a transfer of the most of financial and credit sphere to settlements using crypto assets will not lead to the loss of the value of national currency as a means of payment and, as a result, to the collapse of state economic system. As well as it may lead to the loss of confidence of current system of national legislation, as a guarantor of observance and protection of fundamental rights, freedoms and legitimate interests of individual, and generally accepted and approved by all members of the society, means of regulating public relations, provided, in case of violation, with judicial legal protection.

It is well known that cryptocurrency is not a financially secure mean of calculation in monetary relations; it is decentralized to be introduced into circulation as a result of the use of cryptographic methods.

If we proceed through the prism of the concepts of blockchain, mining and cryptocurrency, then the state will need to revise consistently legal superstructure of the society, that is, ensure that consciousness, culture and ideology of society are perceived, more progressive interpretation and understanding of the essence of general principles of law, taking into account the development of ICT.

Along with it, in order to make legal superstructure demanded by time as an effective tool for solving its tasks, a systematic, scientifically substantiated program of its internal development and improvement is necessary. This program should cover both law-making and law enforcement activity and reflect general strategic line of the state on creation and use of law in the process of digitalization of public relations. This strategic line and practical ways of its implementation can be called legal policy of the state in digital economy.

It seems that it should have the following goals, concretized in relation to different branches of law, namely:

- 1) determination of types of public relations subject to legal regulation;
- 2) formulation of methods of legal regulation of various types of public relations;
- 3) development of systemic requirements for organization of rule-making activity of public authorities and administration;
- 4) planning of directions of legislative and law enforcement activity for current and long term.

Moreover, each of these goals should have specific content for relevant branches of law.

At the same time, a high level of development and use of scientific foundations in lawmaking is very important for implementation of noted legal policy.

Since law has as its source material living conditions of society, future changes in legal superstructure require a comprehensive analysis of economic and social processes and anticipation of their inherent trends.

It is clear that foresight goes beyond legal system. It is not enough to know current legal norms in order to anticipate changes in social environment. It is necessary to analyze deeply economic, political, social and psychological, demographic and other phenomena in society, which together determine features of legal regulation. It is also significant the state of public consciousness, degree of development of state and public measures of social control, etc. It is essential to take into account the fact that legal norms and institutions have their own internal laws of construction and improvement. All this confirms the idea that practical solution to the problems of legal regulation of using ICT requires an interdisciplinary approach.

Taking this feature into account is the main condition for optimal construction of legal norms in order to solve a problem that is practically important for modern society, introduce and develop digital economy, to which scientific community has recently paid deserved attention in the Republic of Uzbekistan.

Literature

1. National Agency for Project Management under the President of the Republic of Uzbekistan Available at: <http://napm.uz> (Access date: 04.05.2020).
2. Articles 13, 20-22 of the Law of the Republic of Uzbekistan “On procedure for preparing draft laws and their submission to Legislative Chamber of Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan” of October 11, 2006 № LRU-60; Parts 1, 7, 10 of Article 24 of the Law of the Republic of Uzbekistan “On normative and legal acts (New edition)” of December 14, 2000 №160-II; Chapter 5 of the Rules for legal and technical execution of bills submitted to Legislative Chamber of Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan and laws submitted to Senate of Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan, approved by joint Decree of Kengash of Legislative Chamber and Kengash of Senate of Oliy Majlis of December 30, 2010 №237-II / 150-II / Available at: www.lex.uz (Access date: 05.05.2020).
3. Methodological instructions on procedure for preparing, legal and technical execution and conducting legal expertise of draft normative legal acts introduced by state and economic administration bodies, local government bodies at Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, approved by Order of the Minister of Justice of April 9, 2012. №83-mx, registered at the Ministry of Justice of April 9, 2012 №2352; Rules for preparation and adoption of departmental normative legal acts, approved by Order of the Minister of Justice of February 28, 2014 № 53-mx, registered with the Ministry of Justice of February 28, 2014 №2565 / Available at: www.lex.uz (Access date: 05.05.2020).
4. Part 2 of Article 16 of the Constitution of the Republic of Uzbekistan; Part 3 of Article 7 of Clause 5 of the Law of the Republic of Uzbekistan “On normative legal acts (New Edition)” dated December 14, 2000 №160-II; Provisions on legal expertise and state registration of regulatory acts adopted by ministries, state committees and departments. Appendix to the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan Available at: www.lex.uz (Access date: 04.05.2020).
5. Clause 1 of the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan “On measures for development of digital economy in the Republic of Uzbekistan”. Available at: www.lex.uz (Access date: 04.05.2020).

ASSESSING DOING BUSINESS WITH A DOING BUSINESS INDEX

S.V. Osnovin¹, L.G. Osnovina²

1 –Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus

2 –Belarusian State Agrarian Technical University, Minsk, Republic of Belarus

1976_1976@mail.ru

Lora-f@tut.by

Abstract

Each organization operates in certain conditions, the environment, but the impact of factors on the organization is of a different nature. The success of the enterprise to a certain extent depends on changes in both internal and external environment. Such changes should be identified and evaluated by management in order to recognize threats and emerging trends, emerging chances and favorable situations, as well as take appropriate steps to reduce the risk of negative consequences or adapt to the current situation.

Keywords

Assessment, doing business, doing business index.

At the micro level, an organization may have a slight effect (on suppliers), but changes at the macro level are uncertain and the organization is not able to change anything. But you can make an effort to predict changes, identify trends and adapt to them.

Thus, the enterprise is not able to change the external environment to a large extent, but it can try to identify factors, indicators that will signal forthcoming changes in the environment, industry.

The World Bank's annual studies are published in the Doing Business report and assess the ease and simplicity of doing business in 189 countries. The country's place in the ranking is determined by the index, which is based on 10 indicators.

Figure 1 shows the dynamics of the ease of doing business index in the Republic of Belarus according to the World Bank's Doing Business reports for the period 2012 – 2019 [1 - 3].

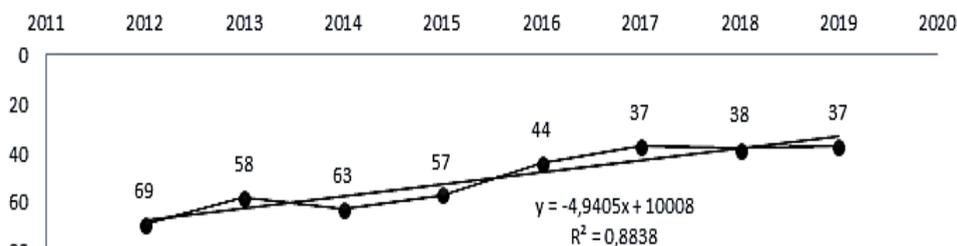


Figure 1. Dynamics of ease of doing business in the Republic of Belarus

As can be seen from Figure 1, the general profile of the Republic of Belarus in terms of ease of doing business has changed over the years in a positive direction. It is much more practical to compare the rating of the Republic of Belarus with neighboring countries, since such a rating makes the investment portrait of the country attractive to foreign investors, Figure 2 [1 - 3].

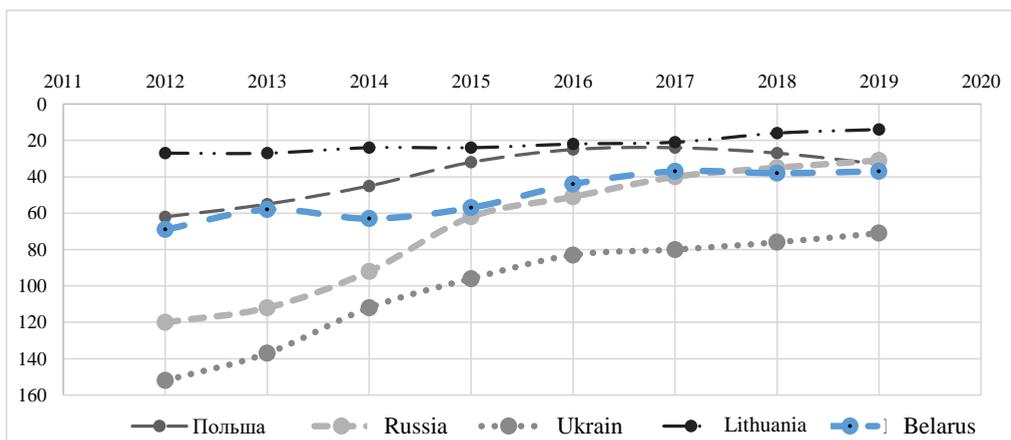


Figure 2. Comparative analysis of the dynamics of the index of ease of doing business in countries neighboring Belarus

Analyzing the data shown in Figure 2, we see that the Republic of Belarus occupies (37th place) and is higher than Ukraine, but lower than other countries: The Republic of Poland - 33rd place, the Russian Federation - 31st place, Lithuania - 14th place, Latvia - 19th place, according to as of 2019.

Table shows the ranking of the countries of Belarus's neighbors by place in the Doing Business ranking as of 2019.

Table

Ranking of neighboring countries of the Republic of Belarus for 2019

Rank	Country	Rank
1	Latvia	14
2	Lithuania	19
3	Russian Federation	31
4	Republic of Poland	33
5	Republic of Belarus	37
6	Ukraine	71

If we consider Belarus, Russia and Poland, then the difference between the ratings is present, but it is within ten places, therefore, the investor will be interested in a structural analysis of the country by indicators for making decisions in whose economy to invest money capital. Then the question arises, what indicators will foreign investors pay attention to when deciding on investment and which indicators should be paid attention to the management of the oil refining industry.

To formulate a strategy for the selected industry, one should choose a parameter or parameters that will be "sensitive" to changes in the external environment. To determine such parameters, we analyze the relationship of 10 indicators of the ease of doing business index and investment in fixed assets of oil refining using the graphical method.

It should be noted that when constructing such models, two vertical scales and a horizontal one is used. The horizontal axis is the time period in years. The left vertical axis is the place in the Doing Business ranking, the right vertical axis is investment in fixed assets of the oil refining industry in billion rubles.

A distinctive feature of these models is the visual divergence of the graphs, that is, if the number of investments is growing, the graph has positive dynamics, at the same time, if the country improves its position in the ranking by indicator, the graph will take a downward view.

The dynamics of all indicators and investments in fixed assets of the oil refining industry of the Republic of Belarus are shown in Figures 3 and 4.

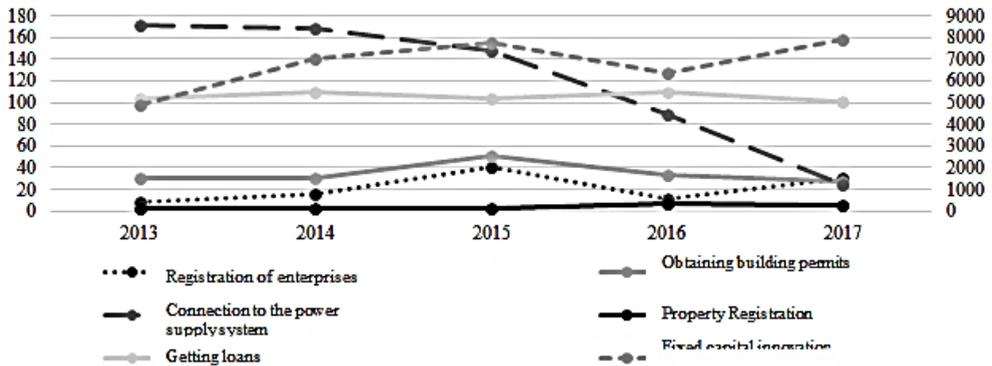


Figure 3. Dynamics of investments in fixed assets of oil refining (billion rubles) and Indicators

Figure 3 shows that the relationship described above between investments in fixed assets and indicators is observed in the following parameters: obtaining loans; connection to the power supply system.

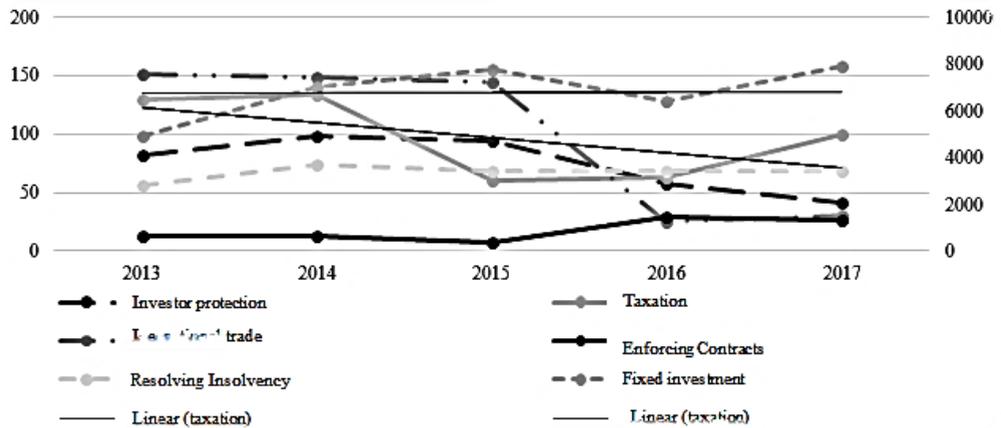


Figure 4. Dynamics of investments in fixed assets of oil refining (billion rubles) and indicators

From Figure 4 we see that the dependence described above between investments in fixed assets and indicators is observed according to the following parameters: international trade; taxation.

Thus, using the graphical method, it was revealed that there is a relationship between investments in fixed assets and indicators of the index of ease of business based on the following parameters:

- obtaining loans;
- connection to the power supply system;
- international trade;
- taxation.

These indicators form the investment attractiveness of the Republic of Belarus and lead to an increase in investment in the industry itself, including oil refining [4, 5]. This contributes to the

formation of not only macroeconomic programs at the state level, but should also be reflected in the formation of the strategies of oil refineries, since this is included in the sphere of influence of the external environment. At the same time, time lags, should also be taken into account: there is a lag between the reaction rate of investors and the release of the Doing Business rating.

Literature

1. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank Doing Business 2019 Training for Reform: 16th edition – Washington, DC: World Bank Publications, The World Bank Group, 2019. – 302 c.
2. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank Doing Business 2018 Reforming to Create Jobs– Washington, DC: World Bank Publications, The World Bank Group, 2017. – 303 c.
3. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank Doing Business 2017 Equal Opportunity for All: 14th edition – Washington, DC: World Bank Publications, The World Bank Group, 2017. – 346 c.
4. Industry of the Republic of Belarus: statistical compilation // National Statistical Committee of the Republic of Belarus. - Minsk, 2018. – 194 p.
5. The structure of the manufacturing industry // National Statistical Committee of the Republic of Belarus [Electronic resource]. - 2019. - Access mode <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/graficheskii-material/struktura-obrabatyvayuschei-promyshlennosti/>. – (Access date: 04.10.2019).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РОССИИ, БЕЛАРУСИ И КАЗАХСТАНА)

Е.В. Павловский

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Гродно, Республика Беларусь

pavlovskij.egor@gmail.com

Аннотация

В статье проводится статистический анализ динамики основных показателей миграции населения в трех странах: Россия, Беларусь и Казахстан. Выявляются общие и особенные черты динамических рядов миграции для каждой страны. Дается качественная характеристика наличия общностей и особенностей в динамике миграционных процессов указанных стран.

Ключевые слова

Миграция, динамический ряд, корреляция Спирмена, коэффициент прибытия, коэффициент выбытия, коэффициент миграционной привлекательности.

Введение. Современная мировая социально-экономическая ситуация, характеризующаяся ростом социального неравенства, увеличением количества внутренних политических конфликтов, несоблюдением прав человека, породила рост миграционных потоков во все развивающиеся и развитые страны. Мигранты играют важную роль в демографической ситуации каждой страны: зачастую именно мигранты обеспечивают положительный прирост численности населения принимающей стороны, погашая естественную убыль населения. Эффективная миграционная политика обеспечивает стране рост количества и качества рабочей силы, рост потребления и ВВП.

Стоит отметить, что мигранты, являясь одним из основных поставщиков рабочей силы в некоторых странах, стали объектом конкурентной борьбы между государствами и регионами. Выбытие граждан – отрицательный для страны индикатор, иллюстрирующий зачастую низкое качество жизни в стране или тяжелую политическую ситуацию. Именно поэтому сравнение миграционной ситуации в динамике – важный этап изучения эффективности миграционной политики страны.

Цель исследования заключается в выявлении общих закономерностей и отличительных особенностей динамики количества прибытий и выбытий в трех странах: России, Беларуси и Казахстане.

Метод исследования – статистический анализ рядов динамики миграции (с помощью оценки трендовой составляющей и автокорреляций), а также сравнение динамических процессов механического движения населения в трех странах по рассчитанным коэффициентам корреляции Спирмена.

Полученные результаты. Ввиду явных различий в объемах миграции в каждую из указанных стран (миграционный оборот России в 2018 г. почти в 25 раз превышал оборот миграции Республики Беларусь) с целью обеспечения сопоставимости данных нами были рассчитаны относительные показатели, характеризующие механическое движение населения в трех странах за 2000-2018 гг.: коэффициенты выбытия, прибытия и миграции. Исследование проводилось по данным о международной миграции каждой страны. После этого производился расчет коэффициентов корреляции Спирмена, позволяющий определить

схожесть динамики каждого показателя по трем странам, выбор которого обусловлен гипотезой о ненормальности распределения выборок до 30 единиц.

Представим результаты расчетов коэффициентов корреляции Спирмена на уровне значимости 0,05 в табл. 1:

Таблица 1

Значения парных коэффициентов корреляции Спирмена для рядов динамики миграции России, Беларуси и Казахстана

Коэффициент выбытия		
	Россия	Беларусь
Россия	1	0,491176471
Беларусь	0,491176471	1
Казахстан	-0,023529412	0,817647059
Коэффициент прибытия		
	Россия	Беларусь
Россия	1	0,588235294
Беларусь	0,588235294	1
Казахстан	-0,932352941	-0,620588235
Коэффициент миграции		
	Россия	Беларусь
Россия	1	0,602941176
Беларусь	0,602941176	1
Казахстан	0,097058824	-0,347058824

Примечание: курсивом обозначены коэффициенты корреляции с Р-значением менее 0,05

Источник: рассчитано автором на основе данных [1, 2, 3]

Исходя из вышеприведенных данных, можно сделать вывод о том, что динамика коэффициентов механического движения населения схожа у двух стран: России и Беларуси, что объясняется достаточно тесной корреляционной связью динамики всех трех показателей по этим двум странам (коэффициент корреляции варьируется от 0,49 до 0,6). Это во многом объясняется тесными связями двух государств в миграционной политике, отсутствием границ между двумя странами, что позволяет мигрантам распределяться на их территории, а также сотрудничеством в области образования, что порождает рост образовательной миграции и т.д.

Казахстан же, напротив, обладает уникальной динамикой вышеуказанных показателей, что было подтверждено значениями коэффициентов корреляции, значимость которых не подтверждена (Р-значение > 0,05) или коэффициентов корреляции имеющих отрицательный знак (например, по коэффициенту прибытия), что говорит о полном несоответствии динамики этого коэффициента как с Россией, так и Беларусью.

Стоит отметить, что для коэффициентов прибытия и выбытия по каждой стране было проверено наличие автокорреляции (в условиях отсутствия тренда) первых двух порядков и выявлено, что она присутствует во всех шести рядах, что говорит о зависимости каждого следующего коэффициента от предыдущего, так как наибольший значимый коэффициент корреляции в шести случаях был отмечен на первом лаге (табл.2).

Таблица 2

Значения коэффициентов автокорреляции для рядов динамики миграции России, Беларуси и Казахстана

Страна	Направление миграции	
	Прибытия	Выбытия
Россия	0,863	0,812
Беларусь	0,608	0,769
Казахстан	0,905	0,761

Источник: рассчитано автором на основе данных [1, 2, 3]

Данные табл. 2 подтверждают теорию о том, что количество мигрантов зависит от прошлых значений, что происходит во многом из-за явления воссоединения семей и мигрантских сетей [4]. Изложенное в таблице позволяет утверждать наличие одной общей черты миграционных ситуаций всех трех государств – эффекта «снежного кома», который говорит о том, что каждый прибывший или выбывший мигрант порождает миграцию других людей (родственников или друзей).

Также нами был рассчитан коэффициент миграционной привлекательности по формуле:

$$\text{КМП} = \sqrt{K_{\text{п}}(1: K_{\text{в}})},$$

где КМП – общий коэффициент миграционной привлекательности;

$K_{\text{п}}$ – коэффициент прибытия населения;

$K_{\text{в}}$ – коэффициент выбытия населения.

Данный коэффициент ориентирован на констатацию такой ситуации, когда высокая интенсивность прибытия сопровождается низкой интенсивностью убытия населения (критическое значение коэффициента = 1). Динамика коэффициентов миграционной привлекательности для трех стран за 2000-2018 гг. представлена на графике:



Рисунок. Коэффициент миграционной привлекательности за 2000-2018 гг.

Источник: рассчитано автором на основе данных [1, 2, 3, 5]

Рассчитанные коэффициенты миграционной привлекательности подтверждают, что более схожей динамикой обладают миграционные ситуации в России и Беларуси, что подтверждается схожей тенденцией (с 2005 по 2012 гг.) и коэффициентом корреляции Спирмена, который при уровне значимости 0,05 составил 0,48.

Также стоит отметить, что для двух стран (Россия и Беларусь) за рассматриваемый период коэффициент не достигал критического значения 1 и ниже, что говорит о том, что все 15 лет коэффициент выбытия в двух странах был всегда ниже, чем коэффициент прибытия. В Казахстане же, например, в 2000 году коэффициент составил 0,55, что значительно ниже 1.

Выводы. Все вышесказанное говорит о том, что миграционная ситуация в Беларуси и России обладает схожей динамикой, что подтверждено коэффициентами корреляции Спирмена по всем показателям механического движения населения для двух стран. Россия и

Беларусь обеспечили высокие показатели прибытия за счет создания положительного миграционного климата и слаженной миграционной политики. Казахстан же по причине сложных климатических условий, языковых особенностей и правовых препон пока не достиг высоких показателей прибытия, но следует отметить, что значения коэффициента выбытия имеют отрицательную динамику, а это говорит о том, что в стране созданы условия, обеспечивающие низкую вероятность выезда граждан за границу.

Направления дальнейших исследований. В рамках развития исследуемой тематики стоит изучить качественный состав мигрантов каждой из указанной стран, а также провести сравнительный анализ структурных изменений в миграции России, Беларуси и Казахстана.

Литература

1. Общие итоги миграции населения / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/naselenie-i-migratsiya/migratsiya/godovye-dannye/obshchie-itogi-migratsii-naseleniya/> (Дата обращения: 20.10.2019).
2. Международная миграция / Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# (Дата обращения: 20.10.2019).
3. Демографическая статистика / Комитет по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stat.gov.kz/official/industry/61/statistic/8> (Дата обращения: 20.10.2019).
4. Taylor, J. Differential migration, networks, information and risk / J. Taylor. – Greenwich: JAI Press, 1986. – 42 p.
5. Давлетшина, Л.А. Методологические вопросы анализа влияния миграции на социально-экономическую ситуацию: монография / Л.А. Давлетшина, Е.А. Егорова, П.А. Смелов, Н.Д. Эпштейн. – М.: КНОРУС, 2017. – 192 с.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛИЗИНГОВОЙ ОТРАСЛИ КАК ДРАЙВЕР ЕЕ ИНФОРМАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

О.А. Пуйго

Гомельский Государственный Университет им. Ф. Скорины, Гомель, Республика Беларусь

jeremy16615@hotmail.com

Аннотация

Развитие технологий в последние годы дало возможность предприятиям и субъектам бизнеса, в различных отраслях и секторах экономики, развивать альтернативные бизнес-модели, которые ранее считались неосуществимыми или даже невозможными, а также предоставлять более полный и качественный спектр услуг, снижая при этом свои затраты. Не стала исключением и лизинговая отрасль, которой необходима цифровизация и внедрение информационных технологий, для сохранения конкурентоспособности на мировом рынке.

Ключевые слова

Лизинговая отрасль, лизинговые компании, информационные технологии, цифровые технологии.

В настоящее время лизинговая отрасль, как в международном масштабе, так и в отдельных странах, имеет стремительный рост, увеличивая объемы бизнеса уже пятый год подряд после мирового экономического кризиса. Международный лизинговый рынок продолжает оставаться устойчивым, динамичным и стремительно развивающимся, суммарный объем которого на 2019 год превысил 1 триллион долларов. Однако, из-за пандемии коронавируса во всем мире, ожидается всеобщий экономический спад, в том числе и в лизинговой индустрии, хотя точные потери на данный момент оценить трудно.

В течение последнего десятилетия цифровые и информационные технологии изменили способ ведения бизнеса организациями в разных отраслях, и мировая финансовая и лизинговая индустрии не являются исключениями. Клиентам лизинговых компаний необходимо удобство во взаимоотношениях с лизингодателями и оперативная помощь и поддержка в процессе осуществления лизинговой деятельности. Благодаря цифровизации, лизинговые компании, как между собой, так и с клиентами, могут быстро взаимодействовать и обмениваться информацией в любое время и в любой точке мира, что является неотъемлемой частью развития отрасли. Лизинговые компании, предлагая расширенный опыт работы с клиентами, становятся более клиентоориентированными, отвечая современным высоким их ожиданиям в бизнесе [1].

Осуществление лизинговых платежей на современном рынке уже трансформируется и, вероятно, изменится еще больше с дальнейшим развитием информационных и цифровых технологий. Так, к примеру, платежи с использованием пластиковых карт имеют тенденцию к устареванию, в то время как мобильные и электронные кошельки становятся более предпочтительным платежным способом.

Также информационные технологии вызвали изменения в маркетинговой политике не только в лизинговой отрасли, но и в бизнесе в целом. Это позволило компаниям, помимо использования стандартных маркетинговых моделей использовать цифровые технологии в политике привлечения клиентов и распространения своей продукции или услуг. Интеграция процесса осуществления лизинговых сделок с информационными и цифровыми технологиями, предоставляет индивидуальные и более ориентированные на клиента услуги,

что в свою очередь увеличивает коэффициент удержания и улучшает доходы компании и ее конкурентоспособность на рынке.

Еще одним направлением взаимодействия является сотрудничество лизинговой отрасли с компаниями из сферы информационных технологий, с целью улучшения организации своей деятельности. Такая интеграция позволяет лизинговым компаниям получать доступ к наиболее полному массиву информации о конъюнктуре рынка, данных о клиентах и их платежеспособности и т.д. Также появляется возможность создания единой информационной базы по объектам лизинга, что позволило бы потенциальным лизингополучателям существенно сократить издержки связанные с поиском компаний, способных на взаимоприемлемых условиях удовлетворить их потребности [2].

Благодаря взаимодействию финансового и лизингового сектора с информационными и цифровыми технологиями, стало возможно использование инновационных средств в организации их деятельности, таких как:

1. Искусственный интеллект - который может использоваться лизинговыми компаниями для автоматизации процесса оценки кредитоспособности лизингополучателя, основанной на численных статистических методах.
2. Виртуальная реальность. Может использоваться, например, в автомобильном лизинге, и предложить лизингополучателям возможность визуализации и настройки транспортных средств, получаемых в лизинг, с целью оптимального выбора.
3. Технология блокчейн – позволяющая выполнять быстрые и точные транзакции, наиболее оптимальным способом и с минимальными рисками. В 2015 году компании Visa и DocuSign создали специальное программное обеспечение на базе блокчейна для повышения удобства оплаты аренды автомобиля и совершения лизинговых платежей за него. Платежи автоматически списываются по мере эксплуатации транспортного средства согласно договору. Подобное же решение может использоваться при продаже машин и постановке их на учет [3].

Благодаря цифровизации, использование больших объемов данных, финансовыми и лизинговыми компаниями, позволит привести к более полному пониманию потребностей клиентов, поведению конкурентов, функционированию рынков, продуктов и услуг, что даст возможность компаниям принимать более взвешенные решения. Использование информационных баз, позволяет финансовым и лизинговым компаниям оценить потенциально новые рыночные возможности, разработать новые продукты и услуги, а также сохранить клиентов, повысив степень их удовлетворенности.

По данным Cisco, в настоящее время в мире насчитывается около 20,6 миллиардов сетевых устройств, более четырех миллиардов пользователей интернета, три миллиарда пользователей социальных сетей и почти три миллиарда активных пользователей мобильных сетей. Мировое пространство глобализировано и тесно связано, а цифровые технологии используются каждый день в повседневной жизни.

Цифровизация и внедрение информационных технологий уже вошло в мировую лизинговую отрасль, оптимизировав операции финансовых компаний и помогая им улучшать их производительность, значительно сокращая расходы. Для клиентов лизинговых компаний, эти технологии позволяют получать непрерывное и качественное обслуживание и поддержку. Ожидается, что к концу 2020 года, более 85% всех взаимодействий компаний с клиентами будет проходить через чат-ботов, преимущество которых: возможность осуществлять круглосуточную поддержку.

Таким образом, лизинговой отрасли, следуя мировым тенденциям других отраслей, просто необходимо взаимодействие с информационными и цифровыми технологиями, чтобы отвечать современным потребностям клиентов и сохранять конкурентоспособность на мировом рынке.

Литература

1. The impact of digital technology on the leasing industry [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.world-leasing-yearbook.com/feature/the-impact-of-digital-technology-on-the-leasing-industry/>. – (Дата обращения: 30.04.2020).
2. Цифровая экономика и перспективы лизингового бизнеса[Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://mgimo.ru/upload/iblock/1fb/cifrovaya-ehkonomika-i-lizingovyy-biznes.pdf>. – (Дата обращения: 30.04.2020).
3. Блокчейн [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/>
Статья:- Блокчейн_(Blockchain). – (Дата обращения: 30.04.2020).

FEATURES OF IMPLEMENTATION OF THE PUBLIC PROCUREMENT SYSTEM IN THE REPUBLIC OF BELARUS

I.P. Rajchev

Supervisor - PhD, Professor B.V. Sorvirov

Francis Skorina Gomel State University, Gomel, Republic Belarus

ilia121099@mail.ru

Abstract

The article is devoted to studying the peculiarities of implementation of the public procurement system in the Republic of Belarus. In this paper the essence, basic principles, forms of conducting, in particular, the system of tenders, and regulatory framework for public procurement in Belarus are considered, and the main legislative acts regulating this system are given.

Keywords

Public procurement, tenders, regulation of the system, legal acts.

In the conditions of market economy there is an objective necessity of state regulation of economic activities of enterprises. State regulation of procurement is a purposeful activity of the country, which consists in the work of certain legislative, executive and controlling government agencies, which using a system of functions, forms and methods contribute to the achievement of the best proportions between total demand and total supply and form the optimal conditions for effective operation of enterprises and the national economy as a whole.

In the Republic of Belarus, administrative and economic methods of regulation are used in government regulation of public procurement. Administrative methods are based on the ability of state power to influence the situation in the country and are expressed in the form of bans, permits, and coercion. Prohibition and permit are defined as licensing, export and import quotas, etc. Coercion is expressed in the form of rules and requirements that all firms have to comply with, for example, wholesale rules, which are implemented in the form of electronic commerce [1].

Regulatory and legal regulation of public procurement in the Republic of Belarus is based on certain legal acts, among which the following can be highlighted:

1. Law of the Republic of Belarus of July 13, 2012 № 419-3 «On public procurement of goods (works, services)».
2. Presidential Decree No. 112 «On holding electronic auctions» of 27 February 2012.
3. Decree of the President of the Republic of Belarus No. 590 «On some issues of public procurement of goods (works, services)» of 31 December 2013.
4. Decree of the President of the Republic of Belarus No. 591 «On holding procurement procedures in construction» of 31 December 2013.

According to the Law of the Republic of Belarus of July 13, 2012 No. 419-3 «On public procurement of goods (works, services)» legal regulation in the field of public procurement is implemented: The President of Belarus, the Council of Ministers of the Republic of Belarus, state bodies authorized in the area of public procurement, other state bodies and organizations whose scope of activity is within their competence.

The President of the Republic of Belarus shall have the following powers in the field of state procurement: he shall choose and establish a single state policy, elect a state body which shall have powers in the field of state procurement.

The Council of Ministers of the Republic of Belarus has the following powers in public procurement: to ensure the functioning of the unified state policy, to conclude intergovernmental

agreements of the Republic of Belarus relating to public procurement, to take measures relating to the functioning of these agreements, to determine the list of products, public procurement of which is carried out with the participation of exchange trades, to set the threshold for the oriented value of products, works and services in the use of exchange trades, to request price proposals, and also to establish the process of price formation.

State bodies that have powers in the field of public procurement have the following powers: within the limits of their capabilities, they carry out general coordination of the activities of state bodies, conduct consultations and recommendations on public procurement, give answers to questions that arise with regard to the application of legal acts in public procurement, deal with incoming complaints on the activities of the customer, commissions, stock exchanges and make decisions on the current situation, develop the system of public procurement, approve a certain structure of documents used in public procurement. In addition, they carry out joint activities on public procurement with non-residents of the country.

The Republic of Belarus has established a national regime for products, work and services produced by foreign companies and suppliers of these benefits, unless their activities are regulated by international treaties of the Republic of Belarus, certain regulations. The national treatment applies to benefits of foreign origin and to suppliers offering these benefits, if such treatment is applied by a foreign country to benefits produced by domestic producers or to national suppliers of these benefits.

Conditions of admission of foreign suppliers to participate in public procurement are determined by the Council of Ministers of the Republic of Belarus, it also establishes a preferential amendment, its size [2].

In Belarus, a significant share of public procurement is carried out through the system of tenders. Tender is a type of competitive selection of proposals based on competition and equal participation of all willing subjects of economy, for supply of goods, provision of services or performance of works under conditions preliminarily announced in documentation, within the specified time limits on the principles of competitiveness, fairness and efficiency. Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus of 22.08.2012 № 778 «On some measures to implement the Law of the Republic of Belarus «On public procurement of goods (works, services)» defines the website www.icetrade.by as the official website on public procurement to post information on public procurement and acts of legislation governing the sphere of public procurement. The operator of the official site is the information republican unitary enterprise «National Centre for Marketing and Price Study». This site hosts and operates the information system «Tenders», created to post information about purchases made by companies through their own funds. At the moment www.icetrade.by is a single national information resource, which provides information about the needs and purchases made by various companies in the Republic of Belarus [3].

This site provides public access to the procedure of procurement at the expense of own funds. The invitation to tender is also placed in the public domain in the IP «Tenders» and must contain: the name of the type of procurement procedure; name and location of the organization; description of the subject of the procurement, its quantitative index or variant of its calculation, as well as the place and terms of delivery of products that are the subject of the procurement; where the procurement is financed from; method of obtaining the procurement documentation; time for forming and submitting proposals, place of their submission; mandatory conditions to the list of participants in the procurement procedure.

The organizer of the tender additionally arranges mailing of invitations for participation in the tender for public procurement to manufacturers, which are included in the Register of producers of goods and their sales organizations, the number of which reaches, as a rule, more than 10 participants, as well as he has the right to send such invitations to any other possible suppliers known to him or to place this proposal in the media.

According to the Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus of March 15, 2012 № 229, preparation and application for participation in the tender and electronic auction should have a period of 20 calendar days or more, and for other methods of procurement, and if the monetary value of a particular procurement is less than 3000 basic units on the day when the organizer

submits an application - more than 5 calendar days from the day when the proposal was placed in the public access in the information system «Tenders».

Any legal or natural person, including individual entrepreneurs, has the right to participate in the tender system regardless of the legal form of organization, form of ownership, location and place of receipt of capital, which meets certain requirements established by the organizer in the procurement documentation in accordance with the procurement procedure at its own expense. The exceptions are legal entities and sole proprietors, who are in the register of suppliers, temporarily not allowed to the procurement, as well as listed in the register of commercial organizations and individual entrepreneurs with a high risk of offenses in the economic environment.

The creation and control of the register of suppliers temporarily excluded from public procurement is performed by the Ministry of Antimonopoly Regulation and Trade, these registers are publicly available on the official website in the information system «Tenders».

The following suppliers are entered in this register for the period of up to 1 year:

- legal entities and individuals, including IEs, who are the winners of the tender, but avoid entering into a contract, except if the organizer has changed the terms of the procurement procedure;
- legal entities and individuals, including IEs, with whom agreements were terminated by court decision due to failure to fulfill or improper fulfillment of these agreements, do not include agreements that were terminated for reasons caused by uncontrolled force;
- legal entities and FIs whose employees have been found to have committed procurement offences include bribe-taking, as well as individuals, including FIs, who have also been found to have committed such offences.

The successful bidder in the tender system is the person who offered the best conditions compared to other bidders, while adhering to the necessary criteria and the option of evaluation and comparison indicated in the documentation for the particular procurement. The winner of the tender is announced for all participants of this process no later than 2 days after the decision is made.

Public authorities in the field of public procurement have the right to form the peculiarities of procurement for enterprises through their own funds, these features are publicly available in the IP «Tenders». These features include: the provision of benefits and priority to participants in the procurement process who offer products manufactured by enterprises of public associations of disabled people; coordination with government agencies on the selection of suppliers providing imported products; application of a 15% preferential amendment to the price for participants in the procurement process who provide domestic products [4].

Thus, public procurement systems in the Republic of Belarus are implemented on the basis of certain principles and are regulated by legal acts, especially the Law of the Republic of Belarus of July 13, 2012 No. 419-3 «On public procurement of goods (works, services)». Also, the information system «Tenders», which is implemented in electronic form in accordance with certain regulatory legal acts, has been significantly developed in Belarus.

Literature

1. Amelchenya Y. Professionally about the topical: features of the regulation of the procurement of goods (work, services) and the prospects for improving legislation. [Electronic resource]. – Available in: <http://pravo.by/novosti/novosti-pravo-by/2018/august/30059/> – (Date of access: 28.04.2020).
2. On public procurement of goods, works, services: Law of the Republic of Belarus of July 13 2012 № 419-3. [Electronic resource]. – Available in: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11200419> – (Date of access: 27.04.2020).
3. Public procurement, tendering system. [Electronic resource]. – Available in: <http://www.icetrade.by/articles/vie15> – (Date of access: 27.04.2020).

4. On improving relations in the field of procurement of goods (works, services) at their own expense: Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus on March 15 2012, № 229 [Electronic resource]. – Available in: <http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=C21200229> – (Date of access: 30.04.2020).

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ КИТАЯ И БЕЛАРУСИ

М.Г. Рубеж

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Республика Беларусь

rubezhmaria@tut.by

Аннотация

Статья посвящена выделению механизма управления предприятиями государственной формы собственности. Сделан акцент на структурах, которые такой взаимодействием осуществляют. Проведен анализ функций таких структур. В статье показано, что предприятия государственной собственности в Китае рассматриваются именно через акционерный капитал, а механизм управления ими осуществляется косвенно через акционеров – отдельные государственные структуры.

Ключевые слова

Предприятия государственной собственности, акционерный капитал, механизм управления.

Исторически предприятия государственной собственности играют лидирующую роль в развитии экономики страны через модернизации, инновационные технологии, индустриализацию такие предприятия становятся лидерами. Так, например, во Франции, Норвегии, Южной Кореи, Австрии, Сингапуре, Индии, Бразилии. Компания Сингапурские авиалинии считается одной из лучших авиакомпаний в мире и, вместе с тем, является государственным предприятием, демонстрируя лучшую модель управления и технологического прогресса. Бразильская мануфактура под названием Эмбраер – авиакомпания, которая использует гражданские самолеты для региональных рейсов, бизнеса и сельского хозяйства. Компания Рено, являясь четвертой по объемам автомобилестроения в мире и Корейская Покко – крупнейший мировой производитель стали [1].

Temasek – крупнейшее государственное инвестиционное агентство в Сингапуре, Baosteel – государственное предприятие по производству стали в Китае, EdF – крупное государственное предприятие по производству и продаже энергии во Франции, NTT – крупнейшее предприятие средств связи также принадлежит к государственной собственности [3] и т.д. Как видно, производство основных ресурсов остается в собственности государства.

Механизмы государственного управления предприятиями государственной собственности связаны с различными теориями взаимодействия государства и таких предприятий. Среди теорий, конечно, выделяют классиков, неоклассиков, которые в разные периоды времени выступали за и против вмешательства государства в экономику.

Под предприятиями государственной формы собственности в Китае, и в ряде других стран азиатского региона понимают любую организационную структуру, которая в соответствии с законом относится к предприятию, в котором государство осуществляет права владения, пользования и распоряжения. Это включает в себя и ООО, и ОАО, и ЗАО. В тоже время крупные корпорации будут относиться к предприятиям государственной формы собственности, если, зарегистрированные и работают в соответствии с законами, если целями их деятельности является производство товаров и услуг, которые могут, в принципе быть произведенными предприятиями частного сектора.

Структурно предприятия государственной собственности Китая и Республики Беларусь схожи по большому размеру долей крупных акционеров, которыми в основном

выступает государство. Так, в Китае доля физических лиц и иностранных инвесторов среди владельцев акций – незначительные: 2,38 и 2,66%, соответственно. Государство и государственные структуры являются владельцами больших долей акций: 31,97 и 19,86% соответственно. Такие предприятия в Китае принято многими авторами определять, как корпорации. То есть сегодня государственные органы в Китае владеют двумя группами инструментов вмешательства в экономику – как регулятор и как акционер. Китайские корпорации сегодня можно классифицировать (как и предприятия государственной собственности по классификации OECD) на 4 больших группы – корпорации с пакетом акций, позволяющим влиять на принимаемые решения, корпорации с пакетом акций государства, не позволяющим влиять на принимаемые решения, корпорации, которые полностью находятся в собственности государства и корпорации без доли государства. Рассмотрим механизм управления предприятиями государственной собственности в Китае и Республике Беларусь [2].

Предприятия государственного сектора, которых большинство оказывают значительное влияние на занятость, уровень цен и промышленную структуру через кадровую политику, ценообразование, бизнес-стратегии, такие как инвестирование и финансирование.

Исходя из действующего законодательства Республики Беларусь - Указа Президента Республики Беларусь от 4 июля 2012 № 294 «О порядке распоряжения государственным имуществом», а также анализа структуры неналоговых доходов бюджета систему объектов управления можно представить следующим образом:

- государственные организации (республиканские и коммунальные унитарные предприятия, казенные предприятия, учреждения);
- объекты недвижимости и иное имущество, относящееся к основным средствам;
- капитальные строения (здания, сооружения), изолированные помещения, машино-места, незавершенные законсервированные капитальные строения, иное недвижимое имущество, незавершенные незаконсервированные капитальные строения, доли в праве общей собственности на них;
- машины, оборудование, транспортные средства, иное движимое имущество, относящиеся к основным средствам;
- акции (доли в уставных фондах) хозяйственных обществ (товариществ).

В октябре 2008 года в Китае вышел закон о предприятиях, принадлежащих государству, в котором после реформирования государственного сектора в Китае сформировалась трехзвенная модель управления предприятиями государственной собственности. Она имеет следующий вид:

Органы государственного управления (Министерство финансов)
--

- *разработка правил управления государственным имуществом административными учреждениями;*
- *рассмотрение и составление проектов планов хозяйственной деятельности государственных предприятий, получение прибыли от деятельности центральных государственных предприятий и т.д.*

Комиссия по ценным бумагам Китая [4]

- *разработка и пересмотр законодательства, регулирующего обращение ценных бумаг;*
- *регулирование торговли, эмиссии и расчетов по акциям, ценным бумагам с фиксированной процентной ставкой и фондов ценных бумаг;*
- *контролирование деятельности акционеров и биржевых брокеров;*
- *наблюдение за листингом акций иностранных компаний и первичными публичными предложениями (такими как H-Shares листинга Гонконгской фондовой биржи).*

Комиссия по контролю и управлению государственным имуществом (SASAC) [5]

- *принятие решения о инвестировании средств в предприятия государственной собственности;*
- *надзор и управление предприятиями государственной собственности, которые находятся под надзором Центрального правительства Китая;*
- *берет на себя ответственность и осуществляет надзора сохранностью государственного имущества и прирост стоимости имущества предприятий государственной собственности (разрабатывает и оптимизирует индексную систему оценки сохранности и прироста стоимости имущества предприятий; реализует статистику и аудит таких предприятий; устанавливает и внедряет правила распределения дохода предприятий между высшим административно-управленческим персоналом);*
- *назначает и снимает с должности высший административно-управленческий персонал предприятий, оценивает их работу;*
- *осуществляет контроль за ежедневной деятельностью наблюдательных органов;*
- *контролирует смету текущих расходов предприятия, следит за тем, чтобы деньги предприятия тратились на цели государства, отвечает за разработку бюджета предприятия и др.*

Совет директоров предприятия

- *исполняет решений Комитета по контролю и управлению государственным имуществом КНР;*
- *формирует бюджета компании;*
- *подготавливает планы о распределении прибыли и убытков;*
- *подготавливает проект реорганизации.*

Наблюдательный Совет

- *проверка финансовой отчетности;*
- *контроль за исполнением должностных обязанностей членами Совета директоров и должностными лицами высшего руководящего звена компании.*

Для предприятий государственной собственности в Китае характерно отсутствие общего собрания акционеров. Его полномочия осуществляет Совет директоров. Но, все решения по выпуску ценных бумаг, увеличения, уменьшения уставного капитала, реорганизации и ликвидации предприятия принимает Комитет по и управлению государственным имуществом.

В Китае модели управления предприятиями государственной собственности можно представить следующим образом: Предприятия управляются нанятыми руководителями. Но инвестициями предприятий государственной собственности распоряжается Комиссия по контролю и управлению государственным имуществом.

SASAC представитель находится и в Совете директоров корпорации и в Наблюдательном Совете. Секретарь Коммунистической партии Китая – обычно возглавляет совет директоров или является исполнительным директором. Часто это ключевая фигура в руководстве корпорации. Самыми важными членами Совета директоров являются бывшие члены Комитета Коммунистической партии, а представители Комитета партийной дисциплинарной комиссии, как правило, составляют Наблюдательный Совет.

Как владелец и управляющий государственными ресурсами SASAC имеет право отменить то или иное решение председателя Совета директоров.

Предполагается, что предприятия государственной собственности выступают примером, образцом для всех остальных предприятий.

В тринадцатилетнем плане развития Китая обозначены цели развития предприятий государственной собственности. В частности, выделить предприятия, которые реализуют коммерческие цели и предприятия, которые реализуют общественные интересы, расширить предприятия смешанного государственно-частного владения, увеличить присутствие предприятий государственной собственности (имеется в виду акционерные общества с долей государства) в списке Fortune 500 с 54 в 2016 году до 108 в 2020 году. Механизмами достижения этих целей стали следующие:

1. Объединение предприятий с долей государственной собственности в крупные холдинги, корпорации, группы. Целью такого объединения является повышение конкурентоспособности крупных китайских компаний, уменьшение агрессивных ценовых войн между мелкими компаниями и восстановление конкуренции на базе технологических преимуществ и других ключевых конкурентных особенностей.
2. Повышение производительности и снижение затрат на рабочую силу. Это подразумевает сокращение рабочих мест и автоматизацию труда на предприятиях. Что, соответственно, позволит повысить конкурентоспособность по цене китайских товаров на мировом рынке и увеличит долю присутствия в различных отраслях на мировом рынке.
3. Инициатива «Один пояс, один путь» одной из целей определяет вывод на мировые рынки предприятия государственной собственности, которые имеют региональное значение. Через участие в международных проектах Инициативы «Один пояс, один путь» эти компании получают возможность выйти в лидеры на мировых рынках, и, соответственно, занять место в Fortune 500.
4. Определенные условия входа на рынок Китая для международных компаний. Компании в сфере автомобиле- и авиастроения должны создать совместные частно-государственные организации в Китае. Такую цену платят желающие попасть на рынок Китая. Все это также способствует развитию предприятий государственной собственности Китая.

Механизм управления предприятиями государственной собственности в Республике Беларусь можно представить следующим образом. Государство управляет принадлежащими ему акциями через *институт представителей государства*. Обратимся к законодательству Республики Беларусь. В указе Президента Республики Беларусь от 19 февраля 2008 г. № 100 «О некоторых вопросах владельческого надзора», представителями государства в органах управления хозяйственных обществ, акции которых принадлежат Республике Беларусь либо административно-территориальным единицам, могут являться работники, в том числе государственные служащие государственных органов и иных государственных организаций, уполномоченных управлять акциями хозяйственных обществ на основе гражданско-правового договора с такими органами и организациями. Таким образом, механизм управления предприятиями государственной собственности в Республике Беларусь реализуется через систему мер по участию государства в управлении хозяйственными обществами, т. е. владельческий надзор. Реализация владельческого надзора не зависит от процента акций, находящихся в собственности государства (в собственности Республики Беларусь). Целью участия государства в управлении хозяйственными обществами через назначение представителей государства в органы управления обществ является повышение эффективности их деятельности, реализация целей и задач государственной экономической политики и защита экономических интересов государства. Этот механизм в целом, работает, однако, все зависит от тех целей и задач, которые через него реализуются.

Литература

1. 153 CEOs in January 2015 on protectionism and government ownership // Jan Stuesson, Scott McIntyre, Nick C Jones [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.pwc.com/gx/en/psrc/publications/assets/pwc-state-owned-enterprise-psrc.pdf>. 2018.- (Дата обращения: 12.05.2020).
2. OECD Comparative Report on Corporate Governance of State-owned Enterprises // OECD Trade Policy Papers [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.oecd.org/corporate/guidelines-corporate-governance-SOEs.htm>. 2017. – (Дата обращения: 12.05.2020).
3. Public Enterprises: Unresolved Challenges and New Opportunities // United Nations [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://publicadministration.un.org/publications/content/PDFs/E-Library%20Archives/2005%20EGM%20Public%20Enterprises_Unresolved%20Challenges%20and%20New%20Opportunities.pdf. 2017. – (Дата обращения: 12.05.2020).
4. Доу Пэн, Стратегия совершенствования процесса интернационализации рынка ценных бумаг Китая // Интернет-журнал «Науковедение» [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/strategiya-sovshenstvovaniya-protsessa-internatsionalizatsii-rynka-tsennyh-bumag-kitaya> – (Дата обращения: 12.05.2020).
5. Комиссия по контролю и управлению государственным имуществом (SASAC) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://en.sasac.gov.cn/2018/07/17/c_7.htm 2018. – (Дата обращения: 12.05.2020).

СТАБИЛЬНОСТЬ И ИЗМЕНЧИВОСТЬ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ОБЪЕКТИВНАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ

С.С. Рябова

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Республика Беларусь

s-6093981@yandex.ru

Аннотация

В работе проанализированы целевые установки налоговой системы Республики Беларусь, связанные с вступлением в 2019 году новой редакции Налогового кодекса. С точки зрения либерализации налогового законодательства рассмотрен принцип презумпции добросовестности налогоплательщика и применение риск-ориентированного подхода при планировании налоговых проверок. Проанализирована налоговая политика в отношении повышения инвестиционной привлекательности страны и привлечения инвестиций в экономику. Рассмотрены изменения в налоговом поле в условиях сложной эпидемиологической ситуации в стране.

Ключевые слова

Принципы налогообложения; налоговая нагрузка; налоговая система; общая система налогообложения; риск-ориентированный подход.

Налоговая система страны является эффективным инструментом развития экономики. Каждое государство создает налоговую систему, способствующую решению его социально-экономических задач. Современное состояние экономик стран находится в неопределенности. Встает вопрос, как изменить налогообложения, чтобы организации и домашние хозяйства могли удерживать равновесие в непростых экономических условиях.

Налоговая система Республики Беларусь трансформировалась с 1992 года, когда произошёл переход на налогообложение в условиях перехода к рынку. Тогда появились налог на добавленную стоимость и налог на прибыль и упразднен налог с оборота. Налоговое законодательство постепенно стало обрастать множеством подзаконных актов вслед за развивающимися рыночными отношениями. Стройная система налогообложения выстроилась только к 2010 году, когда была принята Особенная часть Налогового кодекса Республики Беларусь. Практически тот же состав налогов, но измененные принципы налогообложения появились в новой редакции Налогового кодекса Республики Беларусь, вступившего в силу с 2019 года. На входе стояла задача совершенствование налогового администрирования, простота, понятность, легкость восприятия законодательных норм, возможность уменьшения налоговой нагрузки [1].

Что оказалось на выходе? В налоговую систему Республики Беларусь включаются налоги, действующие на всей территории страны (республиканские) и формирующие общий режим налогообложения организаций, такие как налоги из выручки: налог на добавленную стоимость и акцизы; налоги из прибыли и дохода: налог на прибыль и налог на доходы иностранных организаций, не осуществляющих деятельность в Республике Беларусь через постоянное представительство; имущественные налоги: налог на недвижимость и земельный налог; налоги на взаимодействие с окружающей средой: экологический налог и налог на добычу (изъятие) природных ресурсов. Подоходный налог стоит особняком и уплачивается индивидуальными предпринимателями и физическими лицами [2].

Помимо общего режима налогообложения в налоговой системе функционируют особые режимы налогообложения, которые можно разделить на две группы. В первую можно

включить режимы, упрощающие налогообложение малого бизнеса: единый налог с индивидуальных предпринимателей и иных физических лиц, налог при упрощенной системе налогообложения, сбор за осуществление деятельности по оказанию услуг в сфере агротуризма, единый налог для производителей сельскохозяйственной продукции, сбор за осуществление ремесленной деятельности, единый налог на вмененный доход. Во вторую группу можно причислить налогообложение определенных игровых доходов: налоги на игровой бизнес, налог на доходы от осуществления лотерейной деятельности, налог на доходы от проведения электронных интерактивных игр.

В налоговом кодексе также присутствуют сборы и пошлины, имеющие своей целью реализацию фискальной функции государства.

В Налоговом кодексе 2019 года был введен принцип презумпции добросовестности налогоплательщика, который априори являются добросовестными, пока не доказано иное. В развитие этого принципа продолжал развиваться риск-ориентированный подход к налоговым проверкам. То есть планирование проверок происходит в зависимости от добросовестности налогоплательщика. Для этого введен новый механизм отнесение налогоплательщиков к группам риска на основании критериев, обуславливающих потенциальную опасность для государства и общества. Критерии определяются в соответствии с методикой формирования системы оценки степени риска. Применение риск-ориентированного подхода позволяет на основании данных налоговых органов выявить организации, имеющие высокие риски совершения налоговых правонарушений и не вмешивается в деятельность законопослушных налогоплательщиков [3].

В отношении стабилизации налоговой нагрузки на экономику правительством была установлена максимальная планка в размере 26%, что должно было стимулировать экономическую и инвестиционную привлекательность страны. Совокупная налоговая нагрузка на экономику с 2009 по 2019 год представлена в табл. 1 [4].

Таблица 1

Совокупная налоговая нагрузка в Республике Беларусь, % от ВВП

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Налоговая нагрузка на экономику (без ФСЗН)	27,3	24,7	26	25,9	24,3	24,8	25,1	25	25,8	25
Платежи в ФСЗН)	12	10,7	10,8	12,2	12,1	12	12,4	10,7	10,6	11,2
Совокупная налоговая нагрузка (с учетом отчислений в ФСЗН)	39,3	35,4	36,8	38,1	36,4	36,8	37,7	35,7	36,4	36,2

Совокупная налоговая нагрузка велика, например, по сравнению со странами Таможенного союза – Россией, где она составляет 31,6% и Казахстаном, где она составляет 23,8%. Хотя за последнее десятилетие есть достаточно устойчивая динамика снижения налоговой нагрузки на экономике, в том числе совокупной.

Попытка стимулирования инвестиционной привлекательности страны за счет налогообложения была сделана в Налоговом кодексе в отношении введение дифференциации размеров ставок налога на прибыль. Так ставка налога на прибыль в отношении дивидендов, основной размер которой составляет 12%, может уменьшаться на 6% или 12% при условии отсутствия ее распределения, соответственно, в течении 3 лет и 5 лет.

Такая политика поддержания на одном уровне налоговой нагрузки и снижения налога на прибыль по нераспределенным дивидендам может в будущем принести свои плоды и повысить инвестиционную привлекательность страны.

Активную позицию в отношении налогового администрирования занимает Министерство по налогам и сборам Республики Беларусь, вводя все новые и новые сервисы бесконтактного взаимодействия налоговых служб с налогоплательщиками, используя при этом современные Интернет-технологий. Как итог, снижение временных затрат на уплату налогов. Так, в рейтинге «Ведение бизнеса» показатель «Налогообложения» с 2009 года по 2019 год имеет устойчивую динамику снижения (табл. 2), а это один из значимых показателей, к которому обращаются инвесторы при изучении стран для вложения капитала [5].

Таблица 2

Показатели «Налогообложение» в рейтинге «Ведение бизнеса» Республики Беларусь

Показатель	2009	2012	2014	2015	2016	2018	2019
Количество налогов	124	18	10	7	7	7	7
Общая налоговая ставка (% от прибыли)	144,4	62,8	54	52	51,8	53,3	53,3
Количество времени для уплаты налогов (часы в год)	1188	654	319	183	176	184	170
Место в рейтинге	183	156	133	60	63	99	99

Сложившаяся система налогообложения корректируется с учетом изменений экономической ситуации в стране. Так, корректировка налогов, которые уставлены в белорусских рублях, производится на уровень инфляция. При этом не вносятся изменения в Налоговый кодекс, а принимаются ежегодно соответствующими указами.

Сложная ситуация, сложившаяся в 2020 году, предопределила изменение налогообложения организаций, так как они попали в трудные экономические условия.

Принятый 24 апреля 2020 года указ о поддержке экономики предопределил изменения в налоговом администрировании, так Министерство по налогам и сборам ввело отсрочку с последующей рассрочкой и налоговый кредит в отношении имущественных налогов и арендной платы за земельные участки. В состав внереализационных расходов разрешается относить затраты на проведение санитарно-противоэпидемических мероприятий. Таким образом, налоговая система отреагировала на снижение предпринимательской активности и появление новых видов затрат с учетом эпидемиологической ситуации в стране.

Состояние неопределенности в экономике страны пока не позволяет точно определить точки бифуркации в налоговой системе, которые позволят формировать налоговые доходы бюджета. С определенной долей вероятности можно сказать, что это не последнее изменение в налоговой системе Республики Беларусь в 2020 году.

В части налогообложения частный бизнес уходит на второй план, так как в большей мере пострадал этот сегмент рынка. Основной упор будет сделан на организации государственного сектора экономики. Госсектор сейчас будет выступать не столько эффективным государственным бизнесом, сколько инструментов поддержания социальной стабильности в стране. Можно прогнозировать, что основные налоговые доходы будут от косвенных налогов (НДС и акцизы), а также подоходного налога, хотя и их величина будет снижена по сравнению с запланированными доходами бюджета.

Таким образом, принятая в 2019 году новой редакцией Налогового кодекса Республики Беларусь определила траекторию развития системы налогообложения в Республике Беларусь как либеральной. Это обусловлено введением принципа презумпции добросовестности налогоплательщика и риск-ориентированного подхода в налоговом контроле. Стабильность налоговой системы подтверждается устойчивым понижательным трендом налоговой нагрузки на экономику.

Инвестиционную привлекательность страны определяют показатель «Налогообложения» в рейтинге «Введение бизнеса» и дифференциация ставок налог на прибыль в отношении дивидендов.

Изменившаяся эпидемиологическая ситуация, повлиявшая на развитие экономики в заданном ключе, потребовала проведения изменений в налоговой системе. Налоговые органы Республики Беларусь отреагировали отсрочкой по уплате имущественных налогов и введением в состав внереализационных расходов затрат на проведение санитарно-противоэпидемических мероприятий.

Литература

1. Селицкая, Э. Какие изменения в Налоговый кодекс предлагается внести с 2019 года [Электронный ресурс] / Э. Селицкая // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. – 2020. – Режим доступа: <http://www.pravo.by/novosti/obshchestvenno-politicheskie-i-v-oblasti-prava/2018/august/29909/> – (Дата обращения: 02.04.2020).
2. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) [Электронный ресурс] : Кодекс Респ. Беларусь, 29 дек. 2009 г., №71-3 : в ред. от 30 дек. 2018 г., № 159-3 // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
3. О мерах по совершенствованию контрольной (надзорной) деятельности [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 16 окт. 2017 г., № 376 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
4. Аналитические доклады «О состоянии государственных финансов Республики Беларусь» [Электронный ресурс] // Министерство финансов Республики Беларусь. – Режим доступа: http://minfin.gov.by/budgetary_policy/analytical_reports/. – (Дата обращения: 02.04.2020).
5. Налогообложение [Электронный ресурс] // Всемирный банк. – Режим доступа: <http://russian.doingbusiness.org/ru/data/exploretopics/paying-taxes>. – (Дата обращения: 02.04.2020).

DIGITALIZATION OF LOGISTICS PROCESSES AS A FACTOR OF ENHANCING PRODUCTIVITY OF LOGISTICS

A.E. Sereda

School of business of Belarussian State University, Republic of Belarus

Abstract

This article discusses positive aspects of digitalization of logistics processes as well as offers methods as to overcome negative consequences that might arise when implementing new technologies.

Keywords

Innovations, digitalization, implementation, technologies, e-commerce, logistics, development, education, economy.

As of today, it would be highly inaccurate to assert that technology hasn't been shaping the world – the things we do for a living as well as for entertainment – in a very peculiar and at the same time fascinating way. The technological advances have found their way into every facet of life and they are there to stay. However, it begs the question whether the benefits that society gains out of such intrusion outweigh the drawbacks or we are better off with moderate amount of technological progress. In this article, a closer look will be taken at the positive as well as negative aspects of digitalization in logistics and how the negative aspects can be mitigated.

To begin with, it would be reasonable to define what digitalization actually is. Digitalization is generally known as the use of various control systems for operating equipment such as machinery, processes in factories, boilers and heat-treating ovens, switching in telephone networks, steering and stabilization of ships or aircraft and other applications with minimal or reduced human intervention [1].

Digitalization has a lot to do with the arrival of the Internet in 1990s, which made it possible to exchange information from across the world. In a nutshell, this is what it's all about – information being tossed around and exchanged between parties involved in various kinds of activities; however, it is not that simple.

As the time goes on, new technologies devised to handle this information in the most productive way possible find their way into the market and have already become another significant factor of production. As a matter of fact, people now have to acquire specific education to handle those technologies; so complex they have become.

Second, digitalization or automatic control in logistics specifically refers to the use of control systems, machinery or software to improve the efficiency of operations. A good example would be a structure of e-commerce company structure presented in Figure 1 [1].

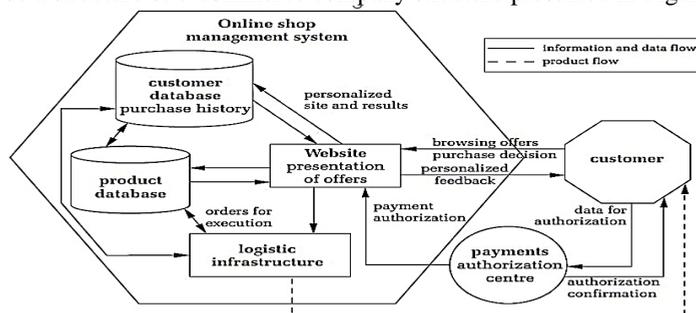


Figure 1. Model of information and product flow in an e-commerce company

Needless to say that today they provide a lot more options than they used to before. For this reason, ALS (Advanced Logistics Services) constitute one of the dominant directions of the current research in the field of logistics. Regardless of all this, in 2017 the field of logistics was still 80% manually operated and as of 2020, the statistics haven't changed much [2]. Nevertheless, the process of digital transformation has begun.

The areas of logistics heavily affected by digitalization will continue to transform, compelled by Adam Smith's invisible hand which drives the companies to reduce costs and lower the prices as a result. It appears to be reasonable to first list these areas and give a succinct description of how they are affected [2]:

1. Intralogistics. Warehouse digitalization technologies can be broadly categorized into devices that assist the movement of goods and those that improve their handling. Warehouses working in automatic mode are designed in a way that minimizes the need for human factor. Their conception, data management, overview and order in warehouse and storage processes are mainly designed to eliminate errors by storage that are often the direct result of a human error.

Moreover, all mechanically controlled processes, control operations are under the management of the control system. Therefore, the time for storage or removing of pallets is shortened. For an example, it is advised to take a look at Ocado Retail's new fully automated warehouse that has tested the potential of some of the new technologies. This trend has been followed by many companies like DHL and XPO Logistics [2].

2. Production and assembly line. Trend in the development of automated production and assembly workplace is affected by the necessary minimization of transport and handling operations. The minimization of these activities influences the direction of development of new production machines and equipment, including transport and handling equipment.

3. Transport, transfer and handling means. Material handling and its transport in production enterprises is one of the aspects affecting the total costs for production of the product. Reducing production costs in the areas that can be influenced by the use of new technologies and organization of work is one of the ways how to reach the set goal.

Reducing the rate of manual work in routine, and also difficult activities, that are periodically repeated is the easiest by the use of robot handler, unmanned vehicles and similar technologies. This fact is presented in production enterprises by using of transport routes by material processing, from material receiving to store, transport of semi-finished products among operators, then storing of the final product in the warehouse and its allocation by sale.

Realistically speaking, digitalization in logistics offers a great deal of obvious and profound advantages. Just to specify, among them are the following [1]:

1. Real-time access to loading and data analysis. This feature provides access to load data and the ability to run reports, which, in turn, enhances the logistician's ability to make more far-reaching and lucrative business decisions.

2. Reduction of mistakes. When it comes to manual data entry, there can be a number of mistakes that can just crop up here and there and typically result in unnecessarily increased shipping costs.

3. Organizational control. The systems oftentimes turn out to have enough flexibility to seamlessly adapt to the firm's business rules and, in addition to this, powerful enough to compel all users, be it internal or external, to abide the policies that secure efficient and profitable shipping.

According to the US Census Bureau, an average warehouse worker wastes nearly seven weeks per year in unnecessary motion, which accounts for more than 4.3 billion USD in labor alone in the domestic market. There is the branch of technology designed to combat just that – robotics [2].

For instance, Alibaba, the world's largest retailer, has upgraded to robotic labor in one of its warehouses which resulted in drastically reducing the labor workforce by 70% creating opportunity for highly skilled workforce [2].

4. Improved customer service. This is granted by the ability to track in real time cargo, auto pick-up, adequate insurance and cargo accounting by incorporating it into order specifications. Some companies' new automated pallet-handling systems cut shipment-processing time by 50 percent [2].

As an example of how promising it is, DHL International (DHL) has built almost 100 automated parcel-delivery bases across Germany to reduce manual handling and sorting by delivery personnel [2].

5. Scalability and speed. The software ensures uncomplicated entry into the system and more agile management. Moreover, all transport invoices can be consolidated into a single weekly invoice, no matter how many shipments there are in each location.

At the time of writing this article, there is no need to squint to see the whole new logistics paradigm come into view. Logisticians are already putting to use such technologies as automated guided vehicles (AGVs) whose job is to move cases and pallets. Apart from that, some companies have come to deploy swarm robots (like Amazon's Kiva Robots) designed to move shelves with goods to picking stations and cutting-edge conveyors capable of moving goods in any direction [3].

In addition, advanced automated storage/retrieval systems (AS/RSs) can store goods in huge racks, with robotic shuttles moving in three dimensions on rails attached to the structure. New handling devices automate the picking, sorting and palletizing of goods. Picking systems usually utilize a robotic arm with sensors to determine the shape and structure of an object, then grasp it. Other devices might stay fixed and have goods brought to them (as a rule by AGVs). Some travel to the goods to retrieve and move them at once.

Advanced conveyor systems use scanners that can pick up bar codes on any side of a package to determine the appropriate action. Autonomous palletizers use robotic arms to build pallets from individual units and cases, often using advanced analytics to determine the optimal placement for each box.

Beyond the machines that mimic human hands and arms, other innovations will improve the productivity of specialists in warehouses. Drones are already in use in the warehouse for inventory management and outside the four walls for yard management. It is expected to see much greater deployment of drones for those uses. It is predicted that drones will achieve 20 billion dollars of business impact from faster and cheaper last-mile delivery services in both rural and urban areas [2].

The same goes for autonomous trucks that will allegedly make 30 billion dollars of business impact as a result of savings in fuel costs, maintenance costs, employee costs and insurance [3].

Furthermore, exoskeletons augment human motion with mechanical power through gloves or additional support for legs. The systems feature electronic motors that augment the person's own strength to allow them to move more goods or move goods more easily and safely.

In fact, there are many more technologies underway as the Figure 2 shows [2].

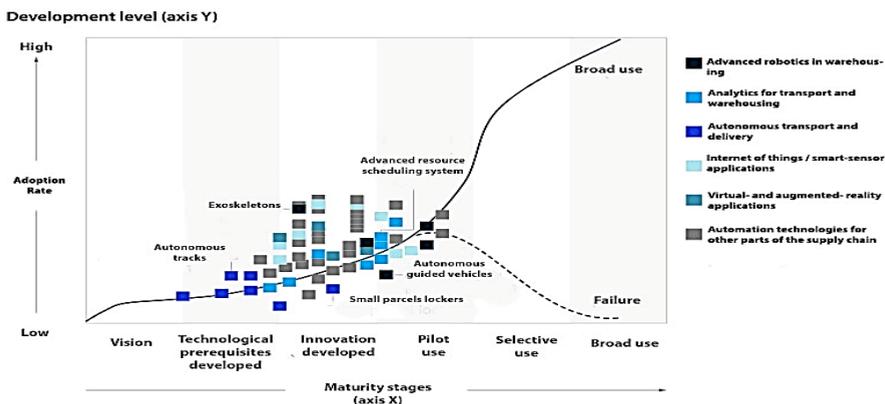


Figure 2. Logistics technology development

According to some experts' estimates, approximately 250,000 robots are now in use in the United States, accounting for the third highest in the world, behind Japan and China. In addition, the logistics digitalization market was 49.2 billion USD in 2018 and is expected to be 96.2 billion USD in 2024, to register a CAGR (compound annual growth rate) of 12.1% during the forecast period (2019-2024) [2].

World Economic Forum has also quantified the value at stake when it comes to technological development in logistics. This information is presented in Figure 3 [3].

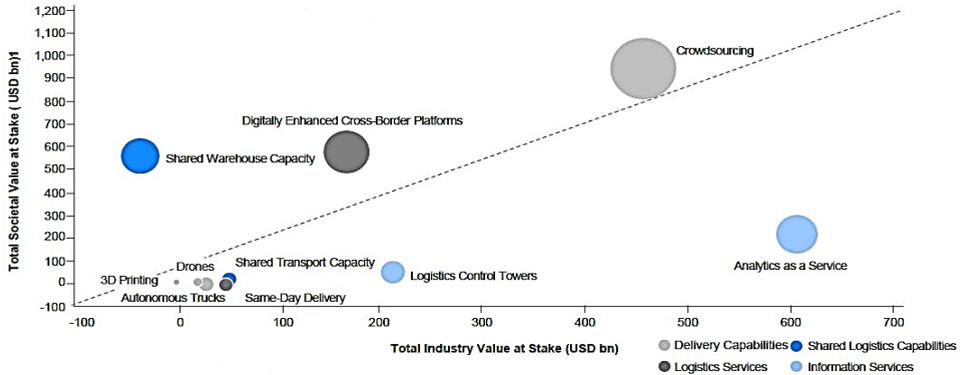


Figure 3. Digital initiatives: value at stakes

According to the data in Figure 3, there is 1.5 trillion dollars of value at stake for logistics players and 2.4 trillion dollars impact on the society as a result of digital transformation of the industry through 2025. The estimates of the societal benefits include reduction in carbon emissions and traffic congestion, and benefits for customers. Value at stake manifests itself in five categories: data-driven information services, crowdsourcing, digitally enhanced cross-border platforms, long-term bold play capabilities, and customer and societal benefits.

With all the benefits that come with integrating state-of-the-art technology and robotics, why hasn't it been implemented everywhere then? There are certain reasons which might provide plausible explanation [2]:

1. The unusual competitive dynamics of e-commerce. The risk manifests in a few ways. One is that e-commerce companies have a lot of buying power; if they do not like a logistics company's offer, they can easily shift their business to competitors.

That tends to keep prices low and may keep logistics companies from making an adequate return on a big investment in digitalization. Another wrinkle is that most large e-commerce companies, such as Amazon and JD.com, have built their own logistics capabilities. It is estimated that if Amazon's logistics unit were a separate company, it would be the fifth-largest third-party-logistics company in the world. Working with these companies can present challenges for shippers [2].

2. Lack of clarity about which technologies will prevail. No one wants to invest in and buy technology that becomes obsolete shortly after acquisition. Not only would that leave a company less efficient than competitors who made better choices, it would also leave it worse off than those competitors who made no investment at all. As a consequence, it explains why many companies seem averse to investing in emerging technologies; as long as the old versions work, there is no need to strive to come up with new ways of operating supply chains.

3. The initial costs and lack of skilled personnel to handle the technology may hinder the growth of the market. New technology requires new knowledge, or, at the very least, ability to learn new technological skills. The knowledge that yesterday's graduates acquired as students may well become a thing of the past pretty quickly once something novel has emerged and been integrated.

The system of education should be reformed in such a way that only those courses are taught that has practical value as well as are future-oriented so that no one would be stuck in unemployment.

Another problematic aspect is that there is danger that technology can replace a human worker and make his job obsolete. Digitalization is inevitable and one day nearly all companies will operate some kind of cutting-edge technology that will make a number of jobs performed by humans obsolete. However, it will increase the demand for professionals who are capable of operating that technology. Therefore, it makes sense to consider two things:

1. Technology-oriented education. Students should be made aware of and taught how to operate new technologies that have already been implemented or are in the stage of development.

2. Technology as a team player. There should be an incentive for companies to develop technologies that will relieve the workforce from demanding and dangerous tasks and, at the same time, need to be operated and supervised by the workers – it will mitigate the need to lay off large numbers of people, for they will still be needed to work with the technology and to be in control.

Digitalization might become a powerful ally of any company and its employees in the way that it mightily contributes to safety, precision and speed of production and delivery of goods as well as services in demand. However, just as anything that has positive side to it, technology harbors a destructive potential as far as human capital is concerned and the most potent way to resolve the problems that are bound to arise is through technology-oriented education and tightly-knit collaboration with the private businesses apart from creating incentive to not reduce the number of employees.

Literature

1. Six Benefits of Logistics Digitalization in a Transportation Management System [Electronic resource] // Adam Robinson. – 2020. – Available at: <https://cerasis.com/logistics-digitalization>. – (Date of access: 06.05.2020).
2. Digitalization in Logistics: big Opportunity, bigger Uncertainty (by April 2019) [Electronic resource] // McKinsey&Company. – 2019. – Available at: <http://www.mckinsey.com/industries/travel-transport-and-logistics/our-insights/digitalization-in-logistics-big-opportunity-bigger-uncertainty>. – (Date of access: 03.05.2020).
3. World Economic Forum: Digital Transformation of Industries. Logistics Industry [Electronic resource] // World Economic Forum. – 2016. – Available at: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/wp-content/blogs.dir/94/mp/files/pages/files/dti-logistics-industry-white-paper.pdf>. (Date of access: 01.05.2020).

ЧТО ОЗНАЧАЕТ ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА ДЛЯ ПОИСКА РАБОТЫ?

М.Д. Сотникова

Научный руководитель -к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

sotikmary@rambler.ru

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению сложившейся для многих ситуации, связанной с поиском работы во время пандемии коронавируса.

Ключевые слова

Коронавирус, поиск работы, вакансии, удаленная работа.

По мере того, как компании переходят на удаленную работу для борьбы с пандемией коронавируса, все большее число работников увольняются. На следующих графиках показана ситуация, которая настигла всех с началом пандемии:

- Люди перестали ходить куда-то (рис. 1).

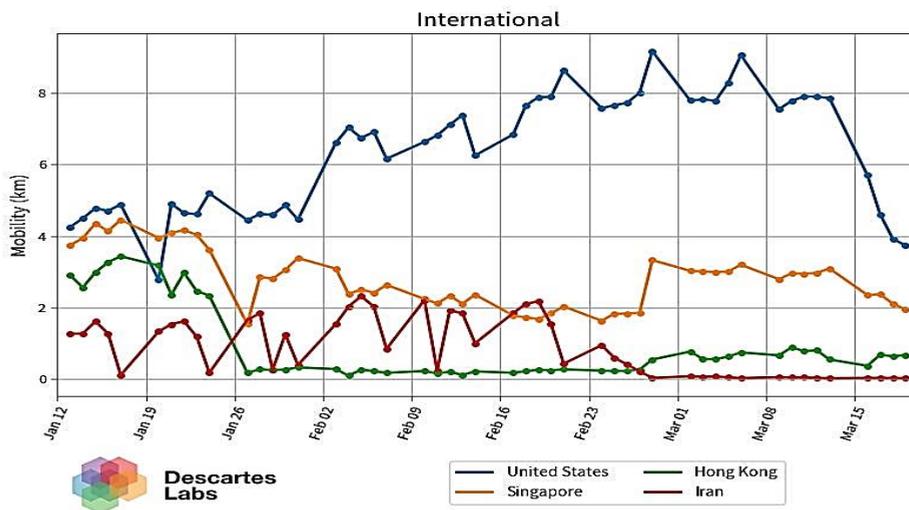
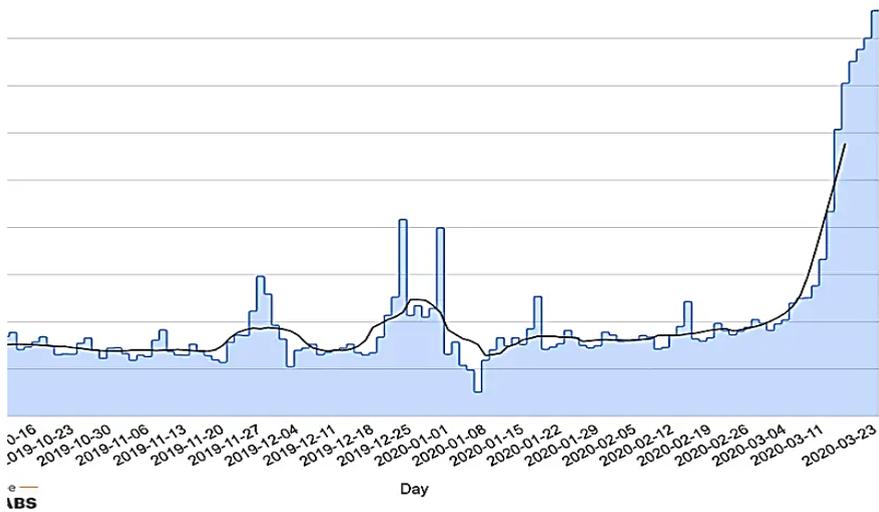


Рисунок 1 Изменение поведения людей во время коронавируса

- Две трети американцев перешли на удаленную работу (рис. 2).



- Рисунок 2. Процент американских сотрудников, работающих удаленно
- Взрывной рост клиентов сервиса веб-конференций Zoom (рис. 3).

Usage of Zoom in the Last Month

Compared to average usage one month ago

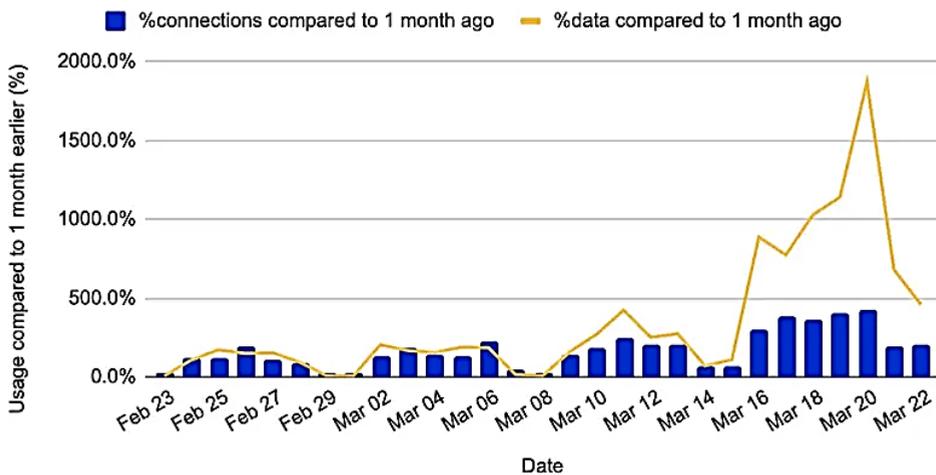


Рисунок 3. Динамика изменения количества пользователей ZOOM

Возникает логичный вопрос, следует ли продолжать человеку рассылать резюме или смириться с тем фактом, что никто не станет нанимать сотрудников в ближайшем будущем. Это правда, что экономисты предсказывают рецессию, но «карьерные эксперты» утверждают, что лучше продолжать работать удаленно и подавать всевозможные заявки, немного видоизменив свой подход в соответствии с неопределенностью настоящего времени.

Даниэль Бопарлант Мозер, управляющий директор и исполнительный тренер bltCareers в Эшвилле, штат Северная Каролина: «Компании могут не нанимать сотрудников в настоящий момент, поскольку руководители пытаются понять, как вести бизнес виртуально, но они определенно будут нанимать их в будущем. Люди, которые продолжают выстраивать

отношения и делиться своими идеями, будут находиться в более выгодной позиции, когда компании снова начнут нанимать сотрудников» [1].

Большинство HR-отделов и менеджеров просто помогают остальным освоить логику и распорядок дня тех, кто работает удаленно, поэтому может быть сложно связаться с людьми в первые несколько недель перехода, говорит Кэтлин Ландерс, исполнительный директор SEQUENCE Sequence Counseling and Consulting Services. Кроме того, «у людей много проблем - у них могут быть пожилые родители, родственники в других странах, маленькие дети, которые заботятся даже о своих проблемах со здоровьем».

Необходимо быть готовыми к тому, что вакансии исчезнут, даже если они были доступны некоторое время. Это не значит, что они не откроются снова через несколько месяцев. Ландерс признает, что сама готовилась нанять кого-то, но решила отложить это на несколько недель. Кэтрин Ландерс: «Если я скажу, что мой бизнес будет поддерживать тот же уровень дохода, а потребители все равно будут хотеть этот продукт, то я буду двигаться вперед».

С учетом всего сказанного все еще есть возможность - стоит активно работать над поиском работы. Вот некоторые советы, которые по мнению экспертов, помогут людям ориентироваться при попытках найти работу во время пандемии и сопровождающего ее экономического спада [2].

1. Подумайте, насколько срочен ваш поиск.

Если человек может позволить себе приостановить поиск работы, возможно, он(а) захочет подождать, говорит Ландерс, потому что сейчас может быть непросто попасть на радар менеджера по найму. Нэнси Хэлперн, основатель Polit IQ, консалтинговой фирмы, базирующейся на Манхэттене, которая занимается развитием эмоционального интеллекта: «Если вы в настоящее время работаете, подумайте о том, как сделать свою работу более привлекательной. Если вы не работаете, не думайте, что ваша следующая работа - идеальная работа. Она может оказаться краткосрочной.»

В то время как многие отрасли промышленности пострадали от пандемии COVID-19 и будут по-прежнему сильно поражены, другие все еще могут нанимать сотрудников. Если же человек безработный и нуждается хотя бы во временной работе, следует подумать о том, чтобы поискать где-то, где есть возможность, которой можно воспользоваться в данный момент.

2. Настройте удобную онлайн-сеть.

Почти все мероприятия будут отменены на некоторое время, поэтому нужно будет найти новую сетевую стратегию. По словам Халперна, следует искать в Интернете единомышленников и узнавать о виртуальных событиях, искать профессиональные группы, чтобы присоединиться на Facebook, YouTube, Instagramm и ВКонтакте. Все платформы предлагают широкий спектр вариантов с группами для каждой профессии. Например, если человек ищет работу в области маркетинга, он может присоединиться к группе специалистов по глобальному маркетингу и коммуникациям Facebook. Халперн: «Присоединяйтесь к беседе, публикуйте комментарии и делайте себя заметными. Просто будьте профессионалом в общении, публикуйте соответствующие статьи и добавляя темы, которые позволяют вам продемонстрировать свой опыт».

3. Оставайтесь на связи.

Возможно, у кого-то недавно было многообещающее собеседование, и предложение о работе, казалось, уже на горизонте, но теперь компания перешла на удаленную работу, а потенциальный сотрудник не получили ответа от менеджера по найму. Что делать? Эксперты советуют связаться с менеджером по найму по электронной почте, чтобы убедиться, что они пытаются помочь своим сотрудникам привыкнуть к новой установке.

Например, в вашем электронном письме может быть написано: «Я с нетерпением жду возможности узнать больше, когда это будет удобнее для вашей организации». Это говорит о том, что вы знаете, что это необычное обстоятельство, и признает, что людям нелегко.

Необходимо убедиться, что вы также демонстрируете вдумчивое отношение. Вместо того, чтобы просить их помочь вам, спросите, есть ли что-нибудь, с чем вы можете им помочь. Идея заключается в том, чтобы общаться с людьми по-человечески.

Работа в сети должна зависеть от того, что нужно компании. Это также возможность продемонстрировать, каким сотрудником вы будете.

4. Обеспечьте поток нужной информации.

Кризис COVID-19 может дать уникальный взгляд на культуру компании. Обратите внимание на то, как руководство справляется с этой чрезвычайной ситуацией и относится к своим сотрудникам, следя за компанией в социальных сетях и следя за любым освещением в СМИ, говорит Хайди Парсонс, генеральный директор и основатель TorchLight Hire в Александрии, штат Вирджиния. Например, разрешает ли компания сотрудникам работать дома? Они поддерживают рабочих другими творческими способами? Они уволили сотрудников?

Настройте оповещения Google для компаний, в которых вы хотите работать, и слушайте звонки инвесторов. Когда у вас будет возможность пройти собеседование, вы сможете продемонстрировать, что понимаете проблемы, с которыми сталкивается руководство, и угрозы, с которыми сталкивается компания в результате этой пандемии. Вы можете упомянуть то, что вы прочитали и прослушали, и использовать свои конкретные знания, чтобы рассказать о том, как вы могли бы помочь компании достичь своих целей при приеме на работу.

5. Используйте время, чтобы отразить.

Лица, ищущие работу, часто пользуются первой доступной возможностью или начинают поиск, не задумываясь над тем, что они хотят делать дальше. Воспользуйтесь преимуществами замедления рынка труда, получив четкое представление о том, где вы хотите работать, а также о типе роли и должности, которую вы ищете.

Как вариант, можно создать односторонний документ, в котором перечислены ваши целевые отрасли, компании, названия должностей и все, что вам нужно. Само собой разумеется, что вы должны откликаться на каждую публикуемую вами заявку, которая соответствует некоторым или всем вашим критериям. Но помимо вакансий, вы также можете сосредоточиться на том, на какие компании вы хотите работать и с кем вы можете связаться в этих компаниях. (Возможно, у компании еще нет открытой вакансии, но вы можете использовать свою сеть, чтобы помочь себе начать налаживать необходимые связи.)

Будьте готовы подумать о своей роли более широко и, возможно, придете к смежной позиции, в которой также потребуется ваш опыт и навыки. Например, вы могли быть нацелены на маркетинговую роль, но из-за меньшего количества людей, тратящих деньги, компания может быть более склонна нанимать кого-то на коммуникационную роль во время этого кризиса. Ландер: «Играй в длинную игру. Сейчас происходит много изменений».

6. Совершенствуйте свои навыки.

Сейчас самое подходящее время для повышения квалификации. Проанализируйте должностные инструкции, перечисляя все необходимые навыки и опыт. Затем подумайте, есть ли у вас именно этот навык, если вы обладаете этим навыком, но не использовали его в течение нескольких лет, или вам не хватает этого навыка полностью. Используйте эту информацию, чтобы определить, что вам нужно освежить в памяти, чтобы стать еще лучшим кандидатом, когда рынок труда снова начнет расти.

Например, если вы подаете заявку на должность специалиста по социальным сетям или маркетингу, для публикации данных, скорее всего, потребуется опыт работы с Google Analytics и Hootsuite. Будучи сертифицированным в одной или двух областях, ваше резюме будет выделяться [3].

Существует множество бесплатных онлайн-курсов, а также бесплатные учебные пособия, которые помогут в повышении квалификации и приобретении необходимых навыков.

Литература

1. Топ-8 графиков о том, как изменился мир с начала пандемии COVID-19 [Электронный ресурс] // Вести.RU Экономика – Режим доступа: <https://www.vesti.ru/doc.html?id=3251158> (Дата обращения: 11.05.2020).
2. Kathleen Landers, MSW, LCSW-C [Электронный ресурс] // SEQUENCE Sequence Counseling and Consulting Services – Режим доступа: <https://www.sequenceservices.com/staff/kathleen-landers/> (Дата обращения 12.05.2020).
3. Что делать, если на вашу работу влияет COVID-19 [Электронный ресурс] // COVID-19 Ресурсы – Режим доступа: <https://www.indeed.com/career-advice/coronavirus-job-resources> (Дата обращения: 13.05.2020).

ОЦЕНКА РИСКОВ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ ПРИ ПЕРЕВОЗКЕ ОПАСНЫХ ГРУЗОВ

Т.В. Степанова¹, А.А. Замятина²

1 –СПбУ ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

zamiatinaaa@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассматриваются основные методы качественной оценки рисков. В статье приводятся результаты анализа оценки рисков транспортной компании, проведенной методами SWOT – анализа и розы рисков. По результатам анализа выявлены сильные и слабые стороны предприятия, указаны возможности снижения риска транспортной компании.

Ключевые слова

Риск, SWOT-анализ, метод Дельфи, оценка рисков, экспертные оценки.

Управление рисками возможно на основе оценки их параметров. Оценка риска – это процесс идентификации, анализа и определения величины риска. Идентификация риска требует предварительного определения источников риска – опасностей, угроз, уязвимостей. Качественный анализ оценки рисков основан на классификации рисков по одному или нескольким признакам, выявлении факторов риска и ситуаций, приводящих к негативным последствиям. Методика качественной оценки рисков носит описательный характер, подводящий к определению выводов и рекомендаций по предотвращению риска [5].

К распространенным методам анализа относится SWOT –анализ, роза и спираль рисков, метод Дельфи.

SWOT –анализ направлен на выявление сильных (strengths), слабых (weaknesses) сторон, возможностей (opportunities) и угроз (threats). Целью рассматриваемого метода является анализ факторов, влияющих на результат хозяйственной деятельности компании и совершенствующих систему менеджмента компании. Результаты анализа рекомендуемого метода дают возможность усилить сильные стороны менеджмента компании, предотвратить возникновение потенциальных угроз, преодолеть слабые стороны предприятия и угрозы внешней среды.

Метод «розы» рисков используется на основе экспертных оценок. Эксперты на основе документации и бизнес-плана дают бальную оценку факторов, влияющих на риск. Данный метод позволяет сопоставить влияние различных факторов риска. По данным проведенного исследования строится графическое изображение в виде «розы» рисков, на котором видны наиболее рискованные факторы.

Метод Дельфи предназначен для получения согласованного мнения группы экспертов.

Независимость мнений экспертов обеспечивается заочным характером участия. Индивидуальные мнения приводятся к согласию посредством многотурового обсуждения. Достоверность и оригинальность мнений и оценок обеспечивается анонимностью процедуры анализа.

Этапы проведения анализа методом Дельфи:

- отбор экспертов;
- разработка анкеты для первого тура опроса;
- тестирование анкеты;
- отправка анкеты персонально каждому эксперту;

- анализ, обобщение информации первого тура и возвращение экспертам для ознакомления;
- повторное обсуждение и оценка экспертов до достижения согласованного мнения.

Анализ рисков компании ООО «ТП Янтарь» проведем с помощью методов SWOT – анализ и спирали рисков. Транспортная компания ООО «ТП Янтарь» работает на рынке транспортно-экспедиторских услуг с 1998 года. За 21 год было обслужено более двух миллионов тонн различных грузов. Компания работает в городе Санкт-Петербурге, однако перевозит грузы по территории всей страны. Основной вид деятельности: 52.29 - Деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками (по коду ОКВЭД).

Для успешного развития компании ООО «ТП Янтарь» необходимо постоянно совершенствовать свою маркетинговую и логистическую стратегии и адаптировать их к имеющимся условиям внешней среды. Для выбора маркетинговой политики используется такой надежный инструмент как SWOT-анализ, который позволяет оценить различные аспекты внутренней и внешней среды с целью выявления угроз и новых возможностей для компании.

Данное исследование конкурентной среды является основой для разработки мероприятий и рекомендаций, положенных в основу развития логистической и маркетинговой деятельности исследуемой транспортной компании [1, 2].

Представим данные SWOT – анализа в таблице.

Таблица

SWOT – анализ ООО «Янтарь»

Внутренняя среда	Сильные стороны:	Слабые стороны:
	1. Широкий перечень оказываемых услуг	1. Неустойчивое положение на рынке логистических услуг
	2. Наличие собственного автопарка	2. Недостаточная информация о конкурентах
	3. Высокое качество оказываемых услуг	3. Отсутствие стратегических целей
	4. Сотрудничество с контейнерным терминалом	4. Используются только автомобильные перевозки
	5. Положительная репутация у клиентов	5. Отсутствие возможности отслеживания товара в пути
	6. Сравнительно низкая стоимость перевозки	
	7. Высококвалифицированный персонал	
Внешняя среда	Возможности:	Угрозы:
	1. Расширение географии перевозок	1. Рост себестоимости услуг
	2. Повышение функциональности и наполняемости сайта	2. Увеличение налогов в связи с политикой системы налогообложения
	3. Увеличение рекламы	3. Усиление конкуренции
	4. Разработка имиджа компании	4. Зависимость от клиентов
	5. Создание собственной клиентской базы	5. Инциденты с опасными грузами, вызывающими серьезные последствия
	6. Увеличение количества филиалов	6. Появление новых сильных конкурентов
	7. Совершенствование системы управления качеством услуг и обслуживания клиентов	
8. Расширение перечня услуг		

SWOT – анализ ООО «Янтарь»

Внешняя среда	Возможности:	Угрозы:
	9. Пополнение и обновление собственного автопарка	
	10. Постановка стратегических целей предприятия	
	11. Строительство собственного склада или взятие в аренду	
	12. Расширение возможностей перевозок различными видами транспорта	

По результатам анализа данных, приведенных в таблице 1 можно отметить наличие реальных возможностей для развития компании и укреплении своих позиций на рынке. Так, расширение перечня услуг, расширение географии услуг, разработка имиджа компании и создание клиентской базы позволят не только найти новых клиентов, но и удержать их, а пополнение собственного автопарка, улучшение функциональности сайта и строительство собственного склада – работать с большей отдачей и комфортом для клиента. Постановка стратегической цели позволит установить основной ориентир для достижения успеха, станет базой для разработки более конкретных планов и проектов [4].

Роза рисков.

Данный метод основан на выставлении экспертных оценок. Для анализа рисков была образована группа экспертов из числа сотрудников компании. Они оценивали предложенный список рисков по 10-балльной шкале, от 1 до 10. Чем выше балл, тем больше рискованность. На основе полученных данных построена роза (звезда) рисков.



Рисунок. Роза рисков

Перечень рисков с выставленными экспертами оценками [3] :

- риск потери имущества из-за плохих природных условий - 3;
- риск изменения политической и экономической ситуации в стране - 7;
- риски, причиной которых является низкая квалификация контрагентов в логистической системе (халатность, утрата документов, их задержка) - 6;

- риск увеличения транспортных издержек (повышение цен на топливо, повышение цен на пользование платными дорогами) - 9;
- риски, обусловленные нарушением техники безопасности и пожарной безопасности - 5;
- экологический риск (в особенности связан с перевозкой опасных грузов) - 5;
- технический риск (связан с эксплуатацией технических средств логистической системы – их поломка, ремонт, техническое обслуживание) - 6;
- коммерческий риск (связан с нарушением сроков поставки, невыполнением финансовых обязательств) - 10.

На рисунке графически проиллюстрировано в виде «розы рисков» проведенное экспертами аналитическое исследование.

«Роза рисков» оцениваемой компании ООО «ТП Янтарь» по мнению экспертов указывает на высокий риск увеличения транспортных издержек и высокие коммерческие риски. Результаты данного исследования рекомендуется учитывать в управленческой политике данной транспортной компании.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 15.04.2011 N 272 (ред. от 12.12.2017, с изм. от 22.12.2018) «Об утверждении Правил перевозок грузов автомобильным транспортом»
2. ГОСТ 19433-88 Грузы опасные. Классификация и маркировка.
3. Зубова Л.В. Риски и экономическая безопасность: монография. /Л.В. Зубова, Мартыненко О.В., Степанова Т.В., Султыгова М.Б., Фарбер В.А. - СПб.; СПбГУЭУ, 2018. - 122 с.
4. Негреева В.В., Степанова Т.В., Замятина А.А. Обеспечение безопасности транспортировки опасных грузов // Сервис безопасности в России: опыт, проблемы, перспективы. Современные методы и технологии предупреждения и профилактики возникновения чрезвычайных ситуаций: Материалы XI Всерос. научно-практической конф. – Санкт-Петербург, 2019. – 436 с.
5. Оценка риска и его последствий [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/6317962/> – (Дата обращения: 15.04.2020).

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ МЧС

М.Б. Султыгова

СПбУ ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

Soulytova@mail.ru

Аннотация

Бесперебойное функционирование всех внутрифирменных процессов хозяйствующих субъектов, в том числе учреждений МЧС РФ зависит от уровня их экономической безопасности. Финансово-хозяйственная деятельность хозяйствующих субъектов РФ подвергается значительному количеству опасностей, вызовов и угроз, вызываемых внешними и внутренними факторами. Факторы, влияющие на основные составляющие деятельности хозяйствующих субъектов РФ, неоднородны и требуют постоянного наблюдения, анализа и контроля». Учет, мониторинг и анализ данных факторов весьма трудоемкий процесс, требующий значительных временных и определенных финансовых затрат, что обуславливает необходимость выделения полноценной системы, отвечающей за обеспечение экономической безопасности хозяйствующих субъектов РФ. Для того, чтобы обеспечить полноценный мониторинг и учет данных факторов в отсутствие соответствующей системы обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов РФ невозможно. Сама же система нуждается в соответствующем теоретическом, методологическом и правовом обеспечении.

Ключевые слова

Инвестиционный проект, экономическая эффективность, экспертные оценки, методики, нормирование.

Бесперебойное функционирование всех внутрифирменных процессов хозяйствующих субъектов, в том числе учреждений МЧС РФ зависит от уровня их экономической безопасности. Финансово-хозяйственная деятельность хозяйствующих субъектов РФ подвергается значительному количеству опасностей, вызовов и угроз, вызываемых внешними и внутренними факторами. Среди существующих точек зрения ученых-экономистов, занимающихся проблемами эффективности, различают три подхода: «ресурсный», «затратный», «ресурсно-затратный» («смешанный»). «Ресурсно-затратный» или «смешанный» подход – это подход, при котором эффект деятельности соотносится с приведенными затратами, объединяющими объемы применяемых ресурсов и текущих затрат. Влиянию изменения фактора экономической эффективности потребленного капитала будет способствовать проектный подход.

Учитывая сложность и многогранность понятия, сущности и структуры экономической безопасности, необходимо учитывать значительное число как экономических, так и нормативно-правовых особенностей деятельности конкретной учреждений МЧС РФ.

В связи с этим следует обратить внимание и на подход, предложенный А.В. Анцевым [2, с. 19], рассматривающим *проект как совокупность плановых документов*. Согласно данной трактовке, проект — это совокупность документов, содержащих принципиальное или окончательное решение, дающее полное представление об объекте и последующие данные для разработки документации. Таким образом, экономическая безопасность как проект определяется как совокупность управленческих решений организационно-экономического характера, регулирующих процесс деятельности учреждений МЧС РФ в условиях воздействия различного рода угроз в соответствующей нормативно-правовой форме.

Таким образом, экономическая безопасность учреждений МЧС РФ представляет собой совокупность мероприятий, направленных на обеспечение экономических интересов учреждений МЧС РФ, посредством повышения показателей угроз в условиях ограниченных финансовых и временных ресурсов [3, с. 14].

На сегодняшний день сочетание двух подходов – проектного и процессного – представляется весьма эффективным. В тоже время для внедрения и применения данной методики требуется разработка соответствующего корпоративного стандарта для унификации процедур управления и единых мер применения процессного или проектного подходов в зависимости от проводимых мероприятий.

При введении системы проектного управления в учреждениях МЧС РФ с линейной структурой управления часто происходит переход к матричному управлению, когда каждый сотрудник одновременно подчиняется руководителям структурного подразделения и проекта, что вызывает определенные проблемы в связи с отсутствием четких приоритетов в решении задач, стоящих перед персоналом [1].

В теории управления выделяют три типа матричной структуры.

1. Слабая матрица представляет собой систему управления организацией, при которой большая часть властных полномочий находится в руках непосредственного руководителя. Такой тип управления характеризуется слабыми проектными связями.

2. Жесткая матрица представляет собой систему управления, при которой наблюдается максимальная отдача сотрудников в проекте за счет командного единения и сильных связей. К недостаткам такого типа управления относится отсутствие лидера, обладающего решающим словом при принятии управленческих решений, что может привести к смещению целевых установок при отсутствии должного командного единения.

3. Сбалансированная матрица предполагает поиск принципов взаимодействия между линейными и проектными менеджерами, позволяющих автоматизировать деятельность подчиненных. Руководство учреждений МЧС РФ в таком случае осуществляет общий контроль и в процессе мониторинга лишь корректирует текущие цели и задачи с учетом проектов.

Обеспечение гармоничного сочетания процессной и проектной деятельности в учреждениях МЧС РФ предполагает следующие этапы:

1. Разработка структуры операционной деятельности учреждений МЧС РФ. На данном этапе руководителями проекта проводится формальное описание организационно-функциональной структуры бизнес-процессов, выделение всех функций учреждений МЧС РФ, назначение исполнителей. Частичная реструктуризация бизнес-процессов позволяет заменить избыточные и дублирующие функции на недостающие.

2. Создание механизмов реализации процессов в проектной форме:

- построение альтернативных вариантов реализации процессов;
- адаптация системы управления учреждениями МЧС РФ и переход к выполнению проектов;
- формирование регламентов взаимодействия владельцев процессов с руководителями проектов.

3. Создание механизмов унифицированного выполнения проектов.

Процессы, необходимые для исполнения проектов, группируются и описываются в форме процедур [4, с. 25]. За каждой процедурой закрепляется менеджер, контролирующей ее эффективную реализацию и дальнейшее развитие, что обеспечивает равенство между проектами и процессами.

Эволюция применения процессного и проектного подходов к учреждениям МЧС РФ бизнес-процессов в учреждениях МЧС РФ проявляется в следующих организационно-штатных структурах.

1. Процессный подход – основная и вспомогательная деятельность реализуются как совокупность повторяющихся процессов (табл. 1).

Структура учреждений МЧС РФ, применяющей процессный подход

Вспомогательная деятельность	Основная деятельность
Кадры	<p>D1) выработка и реализация государственной политики в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности, а также безопасности людей на водных объектах в пределах компетенции МЧС России;</p> <p>D2) организация подготовки и утверждения в установленном порядке проектов нормативных правовых актов в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах;</p> <p>D3) осуществление управления в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности, безопасности людей на водных объектах, а также управление деятельностью федеральных органов исполнительной власти в рамках единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций;</p> <p>D4) осуществление нормативного регулирования в целях предупреждения, прогнозирования и смягчения последствий чрезвычайных ситуаций и пожаров, а также осуществление специальных, разрешительных, надзорных и контрольных функций по вопросам, отнесенным к компетенции МЧС России;</p> <p>D5) осуществление деятельности по организации и ведению гражданской обороны, экстренному реагированию при чрезвычайных ситуациях, защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и пожаров, обеспечению безопасности людей на водных объектах, а также осуществление мер по чрезвычайному гуманитарному реагированию, в том числе за пределами Российской Федерации</p>
Финансы	Выполнение работ
Юристы	Оказание услуг

2. Использование проектного подхода в целях выхода на новые рынки, внедрения инноваций (табл. 2).

Таблица 2

Структура учреждений МЧС РФ, применяющей проектный подход 1

Вспомогательная деятельность	Основная деятельность	Проектная деятельность
Кадры	Осуществление деятельности по организации и ведению гражданской обороны, экстренному реагированию при чрезвычайных ситуациях, защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций и пожаров, обеспечению безопасности людей на водных объектах, а также осуществление мер по чрезвычайному гуманитарному реагированию, в том числе за пределами Российской Федерации	P1- инновации
Финансы	Выполнение работ	P2- новые рынки
Юристы	Оказание услуг	Pn- другие проекты

3. Использование проектного подхода в учреждениях МЧС РФ основной деятельности (табл. 3).

Таблица 3

Структура учреждений МЧС РФ, применяющей проектный подход 2

Вспомогательная деятельность	Основная проектная деятельность
Кадры	P1
Финансы	P2
Юристы	Pn

4. Использование проектного подхода в учреждениях МЧС РФ бизнес-процессов в целом (табл. 4)

Таблица 4

Структура учреждений МЧС РФ, применяющих проектный подход 3

Основная проектная деятельность			
P1	Кадры	Финансы	Юристы
P2	Кадры	Финансы	Юристы
Pn	Кадры	Финансы	Юристы

Данное разделение по типам организаций позволит перейти к более точному пониманию экономической безопасности и адаптировать систему показателей экономической безопасности к целям и задачам конкретного учреждения МЧС РФ. Проведем соотношение вышеперечисленных типов организаций и экономической безопасности, полученные результаты представим в табл. 5.

Таблица 5

Соотношение типов организаций и экономической безопасности

№	Тип организаций	Подход к ЭБ
1	Процессный подход	Традиционный
2	Использование проектного подхода в целях выхода на новые рынки, внедрения инноваций	Проектный 1
3	Использование проектного подхода в учреждениях МЧС РФ основной деятельности	Проектный 2
4	Использование проектного подхода в учреждениях МЧС РФ D1,D2,B3,D4 -процессов в целом	Проектный 3

Возникающие несовпадения первоначального согласованного и зафиксированного представления о проекте (projectbaseline) и того, что получается в действительности, и называются обычно отклонениями [3]. Перспективами исследования является разработка методики оптимизации временных и финансовых ресурсов учреждения МЧС России. Понимаемый в этом смысле термин «отклонения» эквивалентен термину «deviations», используемому в англоязычной литературе [4].

Современная система государственного программно-целевого планирования одним из основных направлений реализации геополитических и экономических интересов страны определяет реализацию ресурсного потенциала и достижение установленного уровня, которого возможно достичь также посредством использования проектного подхода. Чем выше уровень рисков, тем соответственно ниже устойчивость предприятия ракетно-космической промышленности в условиях неопределенности, где предпочтительнее принятие мер по минимизации рисков на данном этапе [5]. Необходимо говорить о целесообразности оценивания рискоустойчивости предприятий исполнителей в ходе выполнения гособоронзаказа в интересах развития системы МЧС. В практике управление проектами существует несколько способов снижения риска. Для этого необходим методический подход оценивания пороговых значений экономической безопасности учреждений МЧС. После

определения уровней влияния последствий рисков на проект, определяются последствия риска в форме угроз на желаемый результат.

Матрицу последствий риска в форме угроз на желаемый результат представляется оценивать с помощью проектного подхода. Перспективами данного исследования является разработка методологии проектного подхода в экономической безопасности хозяйствующих субъектов.

Литература

1. Негреева В.В., Алексахина Е.И. Целевые индикаторы программы совершенствования социальной сферы организации //Актуальные проблемы менеджмента: новые методы и технологии управления в регионахматериалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 2020. С. 195-197.
2. Султыгова М.Б. Проблемы внедрения и реализации проектного управления//Материалы VI Международной научно-практической конференции: Прогнозирование инновационного развития национальной экономики в рамках рационального природопользования 2017. – С. 270-280.
3. Компанейцева Г.А. Проектный подход: понятие, принципы, факторы эффективности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 17. – С. 363–368. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2016/46249.htm>. (Дата обращения: 05.05.2020).
4. Зубова Л.В., Коровин Э.В., Зубов А.О. Модель принятия управленческих решений, направленных на предупреждение чрезвычайных ситуация различного характера//Сервис безопасности в России: опыт, проблемы, перспективы. Современные методы и технологии предупреждения и профилактики возникновения чрезвычайных ситуаций Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции. Составители А.В. Зыков, Н.В. Федорова. 2019. С. 32-36.
5. Коровин Э.В. Методология формирования рынка жилищных услуг/Коровин Э.В.; под ред. А. А. Горбунова; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, Ин-т региональной экономики и упр., Каф. предпринимательства и упр. жилищно-коммунальным хоз-вом. Санкт-Петербург, 2005.

РОЛЬ АРМЕНИИ В РАМКАХ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ЕАЭС

Э.А. Тагарян

Армянский государственный экономический университет, Ереван, Армения

edgar-tagharyan@mail.ru

Аннотация

В мировой экономике сектор высоких технологий, несомненно, будет продолжать не только поддерживать, но и увеличивать свою роль и значение в устойчивом темпе. Новая глобальная эпидемия коронавируса, особенно в последние месяцы, стала серьезной проблемой для мировой экономики. В этом контексте была подчеркнута необходимость в информационных и удаленных технологиях и их динамичное развитие, создавая благоприятную почву для нового быстрого развития сектора высоких технологий. Вопрос о том, насколько готовы государства-члены ЕАЭС увеличить свою долю в новых разработках в целом, и в Республике Армения в частности, имеет особое значение.

Ключевые слова

Рынок технологий, глобальная эпидемия, экономическое картирование.

Введение

Не секрет, что сегодня мировая экономика сталкивается с риском нового кризиса из-за быстрого распространения вируса под названием COVID-19 и нарушения нормального развития национальных экономических систем. В связи с этим национальные экономики стали так называемыми «изолированными» или «закрытыми» в своих рамках, что сводило к минимуму интенсивность национальных экономических отношений. В этом контексте развитие информационных и дистанционных технологий стало «буфером», который, очевидно, нейтрализует негативные последствия этой «изоляции», если не полностью, то хотя бы - существенно. Прежде всего, это дает возможность удаленной организации работы, оперативного управления и, конечно, максимально возможного поддержания рабочих мест.

Кроме того, отрасль весьма привлекательна не только с точки зрения создания добавленной стоимости, но и с точки зрения обхода материальных и ресурсных ограничений. А Армения, как известно, не выделяется высокой степенью ресурсной безопасности. Поэтому привлечение инвестиций в высокотехнологичный сектор для экономического развития и развитие отрасли в новом темпе является одним из лучших стратегических направлений, в основе которого лежит не развитие природных ресурсов, а развитие собственного человеческого капитала и интеллектуального потенциала [1]. С другой стороны, Армения является членом ЕАЭС, что, естественно, создает новые возможности иметь свою долю на этих рынках, расширять и углублять деловые связи. По мнению некоторых исследователей, расширение интеграции в рамках Евразийского экономического союза приведет к ежегодному росту ВВП в странах-членах на 2,5% за счет углубления торговых связей, производственной кооперации и технологического развития, а также роста ВВП на 4% в Армении [2].

Источником эффективного экономического сотрудничества является, прежде всего, наличие совместных интересов со странами-партнерами, а затем открытие практических путей их реализации. Что касается первого, следует отметить, что нынешние реалии, вызванные глобальной эпидемией, создали значительные проблемы для стран ЕАЭС. Первым индикатором этого является резкое снижение курса рубля, в основном из-за цен на нефть (75,45 рубля за доллар США [3]). Таким образом, можно предположить, что интересы наших

стран-партнеров должны измениться с ориентации на ресурсы. В этом контексте, для того чтобы определить практические пути совместных интересов в сфере высоких технологий, особенно важно изучить потенциал сектора высоких технологий и провести сравнительный анализ со странами-партнерами.

Потенциал высокотехнологичной сферы в Армении

В мире, где быстро развиваются интеграционные процессы, развитие технологий имеет свое особое место и является ключевым фактором для экономического развития страны. В этом смысле Армения не исключение. Республика не осталась в стороне от тенденций развития технологий. В РА особенно развивается отрасль информационных и коммуникационных технологий. Как страна с невысоким уровнем ресурсного обеспечения, Армения разрабатывает технологии с начала 2000-х годов. Так, в 2002 году был создан Фонд «Инкубатор предприятий» (EIF), целью которого является создание среды, способствующей развитию технологий, и поддержка роста информационных и телекоммуникационных технологий в Армении посредством совершенствования технологий [4]. Правительство РА приняло ряд решений, касающихся инновационной деятельности, среди которых «Решение о Программе развития инновационной системы (2005-2010)», «О проведении конкурсов инновационных проектов и утверждении порядка финансирования», «Об определении приоритетных направлений развития инновационного сектора». Постановлением Протокола N2 Правительства Республики Армения от 20 января 2005 года была принята концепция «Об инновационной деятельности в Республике Армения», и уже в 2006 году вступил в силу Закон РА «О государственной поддержке инновационной деятельности» [5].

Благодаря благоприятной институциональной среде сфера информационных технологий стремительно расширяется. Если с 1998 до 2010 года в Армении действовали около 35-40 ИТ компаний и интернет-провайдеров, где по разным оценкам работали около 1000 специалистов [6], то за последние 11 лет резко увеличилось как число новых местных предприятий, так и иностранных филиалов, об этом свидетельствует рисунок.

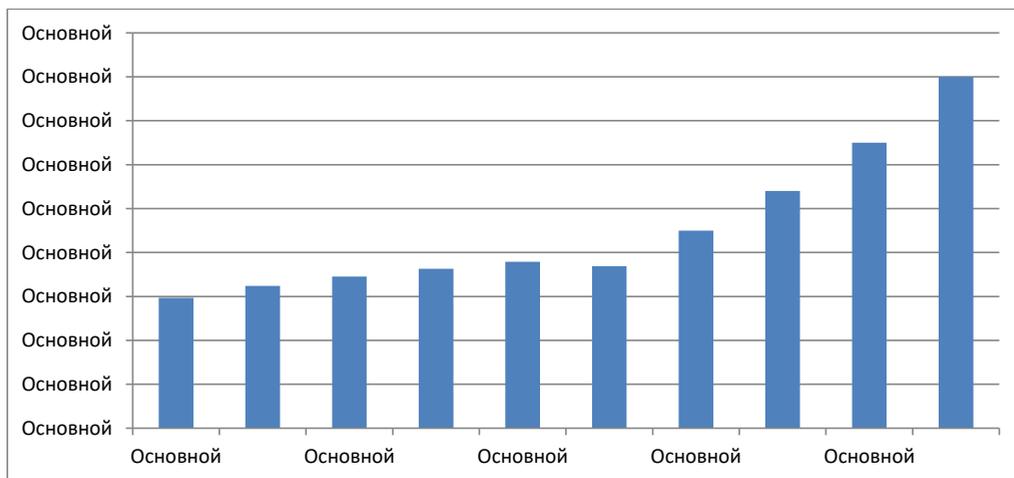


Рисунок. Динамика количества ИКТ компаний в РА за период 2009-2018 гг.

На рисунке показана динамика числа компаний, зарегистрированных в области ИКТ в период за 2009-2018 гг. Таким образом, количество компаний, зарегистрированных в 2018 году, достигло 800 по сравнению с 450 в 2009 году. В 2018г. оборот сектора программирования и услуг Армении составил около 730,2 млн. Долларов США (среднегодовой рост 19,2%). В целом в 2010-2018 гг. среднегодовой рост составил 32,6%.

Не секрет, что ключом к успеху и устойчивому развитию сектора ИКТ является наличие профессиональной рабочей силы, внедрение новой бизнес-культуры, управленческих

и мотивационных механизмов. В связи с этим, по мнению ряда исследователей, важнейшее преимущество в Армении является [7]:

1. Большинство организаций в отрасли не являются результатом реорганизации советских организаций. Они были созданы с нуля, и наследие прошлого оказывает на них меньшее влияние. Эти организации имеют особенности с точки зрения миссии, организационной культуры и общих ценностей.

2. Высокий уровень мобильности отрасли, в результате которой она быстро пересекает национальные границы, определяет высокий уровень конкуренции в привлечении квалифицированных кадров. Это означает, что организациям необходимо разработать гибкую систему управления персоналом, чтобы работать в быстро меняющейся среде и двигаться в соответствии с требованиями рынка.

3. Конкурентным преимуществом является высокая квалификация ИТ-специалистов и относительно низкая заработная плата по сравнению с развитыми странами.

Заключение

В результате исследования можно сделать ряд выводов, в частности:

1. Новый вызов мировой экономике в форме новой глобальной эпидемии закладывает основу для так называемого «нового экономического картирования», которое создает новые возможности для увеличения доли своей страны на рынке технологий.

2. Хотя технологическое сотрудничество с Арменией может быть более существенным на Ближнем Востоке, ЕАЭС является широкой платформой для установления новых деловых отношений с Россией, Казахстаном и другими государствами-членами ЕАЭС.

3. В последние годы динамика развития ИТ-сектора заставит Армению искать новые рынки сбыта информационных продуктов. И в этом контексте ЕАЭС может стать одним из лучших рынков для реализации результатов интеллектуального капитала Армении.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета по науке РА в рамках научного проекта № 19Т-5В015.

Литература

1. Мелкумян А., Григорян Э. Особенности управления персоналом в сфере информационных технологий, государственное управление, 1, 2019.
2. Фонд корпоративного инкубатора «Исследования в области информационно-коммуникационных технологий в Армении», доклад, 2018. – 60 стр.
3. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИТ- СЕКТОРА В РАМКАХ ИНТЕГРАЦИИ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socdev.asj-oa.am/686/1/271-274.pdf> – (Дата обращения: 02.05.2020).
4. Official exchange rates on selected date [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/eng/currency_base/daily/ – (Дата обращения: 02.05.2020).
5. Что такое EIF? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eif.am/arm/about/> – (Дата обращения: 04.05.2020).
6. Инновационная политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.innovcentre.am/hy/article/55> – (Дата обращения: 07.05.2020).
7. Обоюдная выгода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2014/01/16/oboyudnaya-vyigoda/> – (Дата обращения: 07.05.2020).

МЕТОДИКА SMART – ЭФФЕКТИВНАЯ СИСТЕМА В МЕНЕДЖМЕНТЕ КАЧЕСТВА НА ОСНОВЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

М.Т. Хусейнов

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

mhusejnov@yandex.ru

Аннотация

В статье раскрывается ряд вопросов о том, как установить цели для сотрудников (в основном с помощью метода SMART) и как это влияет на СМК компании. Умные цели — это самый распространенный способ ставить цели, своего рода стандарт. Согласно этому стандарту, каждый целевой набор для подчиненных должен соответствовать определенным критериям. Их 5: конкретные, измеримые, достижимые, реальные, определенные во времени. SMART цели могут быть использованы менеджером СМК для своих подчиненных.

Ключевые слова

Принцип SMART, СМК, цифровая экономика, эффективность, бизнес-процесс, целеполагание, стратегические задачи.

Цифровая экономика определяется как экономическая деятельность, основанная на использовании цифровых технологий. Для успешной конкуренции организации внедряют все больше систем управления информацией, развивают продажи товаров и услуг по электронным каналам распределения товаров и услуг.

Почти все предприниматели признают, что использование информационных технологий, при правильном применении, оказывает положительное влияние на бизнес.

Эффективное управление компаний связано с тем, что невозможно обеспечить более высокий уровень качества без совершенствования технологий, а задача такого улучшения связана со стратегическим развитием компании [5].

СМК — это скоординированная структура, которая работает внутри компании и включает эффективные технические, управленческие и организационные методы, которые обеспечивают наилучшее и наиболее полное взаимодействие всех подсистем компании, включая людей, машины и информацию, для удовлетворения потребностей потребителя с точки зрения качества продукции [3].

Система менеджмента качества базируется на таких принципах как:

1. Руководство компанией обязано четко придерживаться системы повышения качества.
2. Совместная работа в команде используется для совершенствования качества.
3. Расчет производственных потерь и потерь от брака и предоставление обратной связи сотрудникам о некачественной работе.
4. Осуществление корректирующих мероприятий.
5. Организация комитета контроля, который осуществляет стратегию снижения дефектов;
6. Разработка стратегии мотивации качественного труда сотрудников.
7. Предоставление стимулов сотрудникам, которые добились ощутимых результатов в СМК.
8. Организация брифингов для регулярного общения участников СМК; в состав участников должны входить руководители компании и специалисты в области качества [5].

Таким образом, единая система управления качеством — это комплекс мер и методов, гарантирующих согласованные действия предприятия на всех уровнях.

Организационно-технической основой этой системы являются механизмы планирования и система стандартизации.

Все отделы, занимающиеся планированием, разработкой, производством, хранением, транспортировкой и потреблением продукции, связаны с СМК.

Постановка целей имеет важное значение для эффективной работы, как бизнеса, так и отдельного подразделения, отвечающего за управление качеством современной компании, вставшей на путь цифровизации.

Процесс целеполагания — это определение и постановка определенной стратегической цели в деятельности предприятия.

Цель состоит в том, чтобы зафиксировать результат, который должен быть достигнут за определенный период времени. Правильно поставленная цель устанавливает критерии ее идентификации. Четкие, понятные и конкретные цели со стороны руководителя повышают активность сотрудников. Цель СМК любой компании – повышение качества [2].

Сейчас во многих компаниях популярно ставить цели по SMART. Для СМК в условиях цифровой экономики это наиболее актуально, так как если цель написана по этому принципу, результативность значительно возрастает. Необходимо максимально четко и ясно ставить перед сотрудниками цели. Чем конкретнее задача, тем конкретнее становятся результаты.

Самый распространенный метод постановки целей — это умные цели или SMART.

Представленный метод - современный, эффективный подход к постановке целей, который действительно работает.

Метод постановки целей по SMART позволяет обобщать всю информацию и данные, уже находящиеся на этапе планирования, определять правильные данные, определять объем ресурсов и определять основные и второстепенные цели. В рамках SMART определяются как общие задачи СМК, которые напрямую влияют на результат, так и частные задачи - важные для отдельно взятого сотрудника [1].

SMART — это тип стандарта постановки целей. Согласно этому стандарту, каждая цель, поставленная перед подчиненным, должна соответствовать определенным критериям.

Всего читается 5 критериев, каждый из которых представляет одну из букв аббревиатуры SMART. Рассмотрим рисунок.

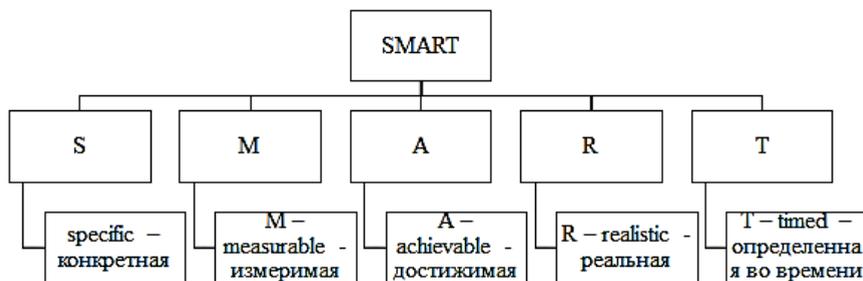


Рисунок. Расшифровка аббревиатуры SMART

Как отмечает А. Жакупов «...эффективно, когда количественная цель, составленная по принципу SMART, имеет три рекомендации»:

- минимум (результат, который может быть достигнут без особых усилий);
- плановое значение (это средний показатель, который показывает, что результат уже был кем-либо, достигнут);
- максимум (результат, который воспринимается реалистично, но редко достигается или не достигается) [1].

Лимитированная задача с тремя вехами создают комфортную зону постановки цели. Достигнув каждого уровня, сотрудник радуется результату, и стремится достичь следующего уровня. Когда цель достигнута, страх неудачи исчезает и появляется сильное желание достичь агрессивной ценности.

В процессе определения основной цели СМК рекомендуется визуализировать мероприятия, которые повысят эффективность их реализации. В этом случае целесообразно использовать максимальную сумму средств, чтобы отобрать идею. Сотрудники, которые контролируют свою деятельность, могут замечать и документировать рост своего профессионализма, отмечать свои победы и поражения. В конце концов, любая умная цель может быть измерена в простой системе оценки [4].

SMART в разрезе менеджмента качества преследует различные цели, но главная цель - создать в компании ситуацию, в которой сотрудники из разных отделов будут работать, руководствуясь основами СМК. Работа специалиста СМК не должна мешать или замедлять работу основного состава. Все сотрудники должны стремиться к общей цели, эффективно и качественно работать, допуская минимальный брак.

Считается, что принцип SMART напрямую связан с BSC (Balanced Scorecard - Balanced Scorecard), но это не так. Создатели BSC не использовали термин SMART. Они использовали понятие «мера». SMART и BSC имеют косвенное отношение. BSC имеет перспективу бизнес-процессов, в которых есть связанные цели. Чтобы связать эти цели, используют принцип SMART.

В то же время эффективность — это не только количество манипуляций, выполненных за определенный период времени, но и преимущество, которое компания получила от работы одного специалиста. Цель совершенствования СМК по SMART является общей. Однако по подразделениям эта цель делится на мелкие, называемые частными: 5 четко определенных и понятных показателей достаточно, т.е. цель:

- конкретная;
- измеримая;
- достижимая;
- реальная;
- определенная во времени.

Основным требованием является возможность быстро и легко измерить их. Вот несколько примеров ключевых показателей эффективности. Вот несколько примеров ключевых показателей эффективности для менеджера СМК: «Допустить объем бракованной продукции менее ...», «Количество потерь от брака менее ...».

Если компания работает в соответствии с системой SMART, то она имеет много преимуществ:

1. Первым преимуществом является мотивация сотрудников. Многочисленные исследования показали, что сотрудники внедряют систему SMART в компании гораздо эффективнее, в среднем на 10-20%.
2. Реализация основных и основных задач СМК компании. С помощью SMART возможно сосредоточиться на других более значимых целях и достичь их в срок. Это значительно сокращает время достижения этих целей и повышает производительность.
3. Анализ эффективности деятельности организации. Управление персоналом упрощается благодаря хорошо разработанного принципа SMART. Это относится как к передовым специалистам, так и к вспомогательному и техническому персоналу.

Недостатки SMART заключаются в том, что интерпретация результатов оценки эффективности не всегда правильна. Это главный недостаток SMART.

Однако неправильной интерпретации можно избежать, если в начале, при разработке системы, тщательно формулировать критерии, в соответствии с которыми SMART будет оцениваться в будущем.

Ученые утверждают, что работа над задачами с оптимальным уровнем сложности повышает уровень результативности. Когда вы видите, как вы продвинулись в решении проблемы, это также мотивирует. Например, люди, которые работают с аудиторией, основываясь на реакции слушателей, сразу же понимают, успешна ли их работа. Наш разум так устроен, что ему нужно понимать ход работы и прогресс, а также важно видеть результат. Цели SMART могут использоваться любым менеджером без ограничений и не только в СМК. Простота использования является одной из причин популярности принципа, так как данный принцип может использоваться кем угодно, когда угодно и для чего угодно.

Литература

1. Жакупов А. «SMART 2.0. Как ставить цели, которые работают». Москва, 2016. – С. 10-27.
2. Николаев, М.И. Метрология, стандартизация, сертификация и управление качеством / М.И. Николаев. – М.: Интуит, 2016. – 116 с.
3. Рахлин, К.М. Методология классификации затрат на качество // Стандарты и качество. – 2017. – № 3. – С. 18-22.
4. Серенков, П.С. Методы менеджмента качества. Методология управления риском стандартизации / П.С. Серенков, В.Л. Гуревич, В.М. Романчук. - М.: Инфра-М, 2018. - 149 с.
5. Федоськина, Л.А. Менеджмент качества и обеспечение безопасности в автомобильном бизнесе: Монография / Л.А. Федоськина. - М.: Инфра-М, 2018. - 320 с.

СПЕЦИФИКА УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ БРЕНДОВ В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

Д.Р. Чуйко

Научный руководитель - к.э.н., доцент Д.В. Соловьёва

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

chuykodaria@yandex.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрены особенности управления развитием брендов в туристской индустрии, представлены основные подходы к пониманию бренда, приведена классификация туристских брендов, а также теоретические способы управления развитием брендов.

Ключевые слова

Управление развитием, бренд-менеджмент, туристские бренды, особенности.

Сегодня стратегический менеджмент уделяет значительное внимание созданию и продвижению брендов своей организации, так как они оказывают непосредственное влияние на финансовые результаты. Бренд может обеспечить привлечение и удержание не только клиентов, но и сотрудников, инвесторов, поставщиков, партнеров, способствующих выстраиванию с ними длительных перспективных отношений. Ценность организации во многом определяется обладанием сильным брендом, что, в свою очередь, диктует необходимость постоянной работы над его развитием и укреплением. Эффективное построение стратегического управления брендами позволит компаниям сохранить конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

В специальной экономической литературе можно встретить многочисленные определения понятия «бренд», которые основываются на различных подходах. Их можно разделить на: подход, ориентированный на материальную составляющую бренда, а также на подход, который фокусируется на его нематериальной природе, имидже, как явления и взаимосвязи с потребителями. Также, стоит отметить, что сегодня многие авторы придерживаются комплексного подхода, учитывающего многоаспектность интерпретации понятия и объединяющего идентификационные функции и нематериальную составляющую бренда [5]. С.А. Старов придерживается третьего суждения и рассматривает его в широком смысле слова. Бренд представляет собой более развитую форму марочного продукта/услуги, когда помимо идентифицирующих и гарантирующих функций он выполняет и другие, эмоционального плана [4], т. е. бренд определяется как товар, отвечающий функциональным потребностям потребителей и предоставляющий им дополнительную ценность, способную удовлетворить эмоциональные и символичные выгоды [4].

Туристская индустрия – одна из динамично развивающихся отраслей современной экономики и является особенным социально-экономическим явлением, которое охватывает жизнь и деятельность многих людей по всему миру. Она способствует развитию сферы досуга и рекреации, реализации личности, занятости населения, стимулирования профессиональных интересов и предпринимательской деятельности, развития регионов в целом. Так, появление на рынке большого количества игроков, а также необходимость дифференциации туристских продуктов обусловили развитие брендинга в туризме, который сегодня является всемирным «феноменом». В современном развивающемся мире он дает шанс для создания и продвижения благоприятного образа не только туристских объектов, но и территорий в целом. Сильный туристских бренд позволяет выделиться компании и упростить потребителю выбор среди

похожих предложений. Создание и развитие эффективно функционирующих туристских брендов можно рассматривать как комплексное инвестирование в рекреационный потенциал территории, что в современных условиях необходимо для укрепления позиций отрасли на внутреннем и международном рынке, а также для привлечения туристских потоков.

Туристская отрасль как объект управления имеет ряд специфических характеристик и особенностей, которые следует учитывать при построении стратегии развития брендов. Задачей бренд-менеджмента является выявление особенностей рынка и дальнейшее использование их в управлении.

Одной из первых особенностей являются масштабы туристского рынка. Это может показать, выявленная в процессе исследования классификация брендов в отрасли (см. Рисунок). Она состоит из двух критериев: по виду туристских услуг и по типу туристского продукта. Такие характеристики были выделены на основе того, что туристская индустрия состоит из объектов, которые представляют интерес для туристов, а также из организаций, занимающихся формированием туристского продукта и оказанием услуг.

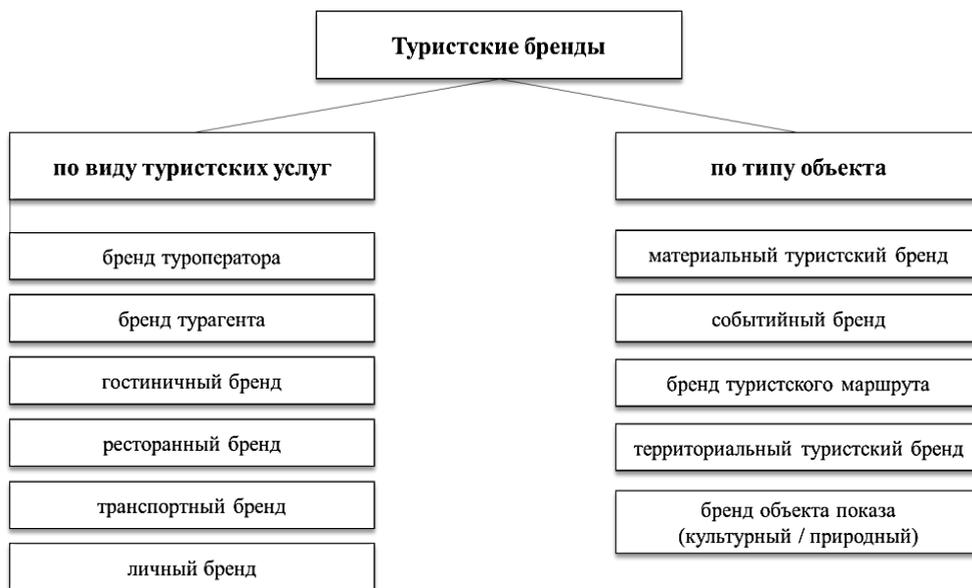


Рисунок. Классификация туристских брендов

Следующая особенность – это зависимость рынка от внешних факторов. Здесь можно говорить о взаимовлиянии: туризм оказывает влияние на экономику, политику, экологию, социальные факторы, которые воздействуют ответно на индустрию. Показательным примером обратного влияния является нынешняя ситуация с объявлением мировой пандемии, когда деятельность многих предприятий, в большей степени, туристских заморозилась. Что касается прогнозов, то многие эксперты уверены, что из-за того, что людям приходится вынужденно долго сидеть дома, они захотят путешествовать, так как к моменту открытия границ в индустрии сможет накопиться большой отложенный спрос. Однако, наиболее вероятен одновременный выход стран из кризиса. Также восстановление туристского рынка может сильно затянуться, опыт прошлых случаев показывает, что после окончания пандемии число потребителей туристских услуг в мире будет расти, а финансовые показатели – нет, и рентабельность туризма станет более низкой. Это наглядно показывает, как внешняя обстановка может повлиять на развитие индустрии и ее управление.

Еще одной важнейшей особенностью является специфика туристского продукта, его неосвязаемость и сохранность. В данном случае для потребителя существует сложность оценки

качества. У неосязаемых услуг перечень «доказательств» сводится к оценке поведения контактного лица, оказывающего услугу, и материальной среды, в которой осуществляются производство и потребление. Потребитель, как правило, не имеет возможности увидеть туристский продукт во время приобретения, а его непосредственное потребление осуществляется на месте производства услуги. Также здесь большую роль играет разнообразие потребительских предпочтений. Туристская отрасль по своей сути является антропоцентричной, то есть в центре стоит человек со своими потребностями, системой взглядов и ценностей [2]. У каждого потребителя отличаются цели поездки, требования к качеству, цене и условиям поездки. Кроме того, каждому сегменту соответствует свой тип туристского рынка.

Специалисты отмечают в качестве особенности комплексный характер туристского продукта, который складывается из целого ряда материальных и нематериальных факторов [2]. Турпродукт создается усилиями многих организаций как туристских, так и других, которые в результате становятся зависимы друг от друга.

Еще одной специфической особенностью туристского продукта, которая оказывает влияние на управление, является сезонный характер, зависимость от природно-климатических условий, что в современном мире является фактором, который следует оперативно решать. Примером является решение такой проблемы с горнолыжными курортами, где развивается всесезонность с созданием и летних видов отдыха.

Бренд-менеджмент в туризме требует особого внимания, учитывая вышеперечисленные особенности, связанные с этой деятельностью. Понимание этих характеристик позволяет разрабатывать точку дифференциации, которая обеспечит туристским продуктам устойчивое конкурентное преимущество. Также, для завоевания и сохранения признания, прежде всего, потребителя, «турпродукт или услугу необходимо индивидуализировать, наделить ассоциациями и образами, придать ему отличительные особенности» [1]. Именно это и призван выполнять туристский бренд. Управление развитием бренда подразумевает то, что разработанный бренд необходимо развивать и контролировать, чтобы получить положительный эффект. Чтобы наилучшим образом реализовать потенциал бренда, разрабатывается комплекс инструментов управления, который охватывает разные уровни: идеологический, визуальный, коммуникационный и креативный.

Эффективное управление развитием брендов требует правильного долгосрочного планирования, которое предполагает учет воздействий изменений маркетинговых программ на знания потребителей. Так, развитие может быть с целью поддержания уже созданного бренда, а также расширения, то есть формирование архитектуры бренда и создания новых [3]. Бренд - стратегия подразумевает под собой формирование образа бренда, его позиционирования и бренд-платформы, а также дальнейшее продвижение и построения коммуникационной стратегии. Для того чтобы занимать лидирующие позиции необходимо постоянно поддерживать и повышать капитал бренда, реализуя стратегии.

Таким образом, управление развитием брендом в туристской индустрии – комплекс маркетинговых программ и инструментов управления, охватывающие идеологический, визуальный, коммуникационный и креативный уровни, которые призваны создать конкурентное преимущество и обеспечить эффективное функционирование туристского бренда, а также это процесс, который требует учета специфики индустрии, позволяющий развиваться отрасли на внутреннем и международных рынках.

Литература

1. Гончарова И.В. Маркетинг туризма: учебное пособие / И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 224 с.
2. Есимова Д., Гайнутдинов Д. Особенности системы управления в организациях сферы туризма//наука и туризм: стратегии взаимодействия, 1. №3. С. 5-11.

3. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом/ К.Л.Келлер. Пер.с англ. 2-еизд. М.:Вильямс, 2005. – 704 с.
4. Старов С.А., Алканова О.Н., Молчанов Н.Н. Бренд, товарный знак и коммерческий символ как объекты управления компании. Вестник Санкт- Петербургского университета. серия 8: менеджмент. Вып. 2, 2012. – С. 33-54.
5. Черник Н.Ю. Основные подходы к определению категории «бренд» / Н. Ю. Черник // Вестник Белорусского государственного экономического университета. – 2012. – № 4. – С. 36-42.

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В СФЕРЕ LIFESCIENCE

П.В. Шкуть, А.И. Жужома

Научный руководитель – к.э.н, доцент Л.В. Минченко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

kotafonia@gmail.com

11928234@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены аспекты информационной безопасности и интеллектуальной собственности и их влияние на современные бизнес-процессы организаций в сфере LifeScience. Актуальность темы обусловлена нарастающим эффектом перехода в цифровую экономику, катализатором которого стала пандемия коронавируса. Для представителей бизнеса в сфере LifeScience работа вообще и разработки инновационных продуктов в частности это постоянный контроль за информационной безопасностью и стратегическое планирование защиты интеллектуальной собственности. Правильное синхронизирование бизнес-процессов, на основе принципов информационной безопасности и защиты результатов интеллектуальной деятельности, позволит не только сохраниться в условиях кризиса, но и выйти на новый уровень развития.

Ключевые слова

Информационная безопасность, интеллектуальная собственность, стратегия защиты, сфера LifeScience.

Сфера Life Science достаточно многолика, мы обусловимся основными направлениями здравоохранение, медицина, фармакология. В настоящее время, учитывая цифровую трансформацию экономики, блокирование привычных коммуникаций в бизнес сообществе, любая организация, в том числе и медицинское учреждение, для улучшения работоспособности и эффективности, должна планировать и контролировать все процессы, которые в ней происходят, с большим эффектом продуманности и заделом оценки потенциальных рисков. Как само собой разумеющееся, главным фактором в данный момент являются цифровые технологии.

Цифровые технологии, которые влияют на бизнес-процессы в здравоохранении направлены на расширение доступа к медицинским услугам, улучшение их качества, а также на повышение рациональности использования ресурсов [1].

Бизнес-процесс - это совокупность действий, которая преобразует один или несколько входных ресурсов в конечный продукт, который либо был запрошен внешним клиентом, либо необходим для внутреннего использования.

Планирование процессов позволяет достигать поставленных целей. А бизнес-процессы не могут протекать без информации. В связи с этим бизнес-процессы неразрывно связаны с информационными технологиями и информационной безопасностью.

Под информационной безопасностью понимается состояние защищенности целей информационной сферы. Информационная сфера представляет собой совокупность информации, информационной инфраструктуры, субъектов, осуществляющих сбор, формирование, распространение, хранение и использование информации, а также системы регулирования возникающих при этом отношений.

В рамках анализа влияния цифровых технологий на организацию бизнес-процессов в сфере здравоохранения информационную безопасность стоит рассматривать как безопасность бизнес-процессов. В связи с чем необходимо идентифицировать риски бизнес-процессов для оценки подверженности угрозам.

Для организации информационной безопасности бизнес-процессы приходится источником данных. При этом к объектам защиты относятся: информация, бизнес-процесс и материальные ресурсы. Информационные активы в бизнес системах будут являться объектами защиты, нуждающимися в поддержании целостности, доступности и конфиденциальности информации.

Необходимо определять риски бизнес-процессов на этапах проектирования, реинжиниринга и в процессе осуществления бизнес-процессов.

Описание бизнес-процессов, их моделирование, контроль и анализ их выполнения – постоянная и последовательная деятельность по устранению рисков.

Эффективность работы медицинских учреждений определяется результатами лечения пациентов, а не самим процессом лечения. Для того, чтобы результаты были положительными, необходимо строго контролировать качество оказываемых услуг. Это невозможно при недостаточном внимании к информационной безопасности. Эта необходимость влияет на построение модели бизнес-процессов.

Также необходимо учитывать особенности процессов в медицинской деятельности, которые возникают из-за существования различных форм медицинской помощи и условий их оказания. На выбор системы управления бизнес-процессами большое влияние оказывают компетентность персонала, их вовлеченность в деятельность учреждения, а также техническое оснащение учреждения.

Специфика работы медицинских учреждений оказывает влияние и на задачи, которые решаются благодаря построению модели бизнес-процессов. Задачи, решаемые в медицинском учреждении:

1. Стандартизация процессов для снижения количества врачебных ошибок и повышения безопасности пациента.
2. Автоматизация рутинных процессов для снижения занятости врачей и концентрации их внимания на лечении пациента.
3. Способность прогнозирования и предотвращения негативных последствий лечения.
4. Предотвращение нехватки ресурсов, необходимых для лечения.

В том числе деятельность медицинских организаций связана с объектами интеллектуальной собственности, а именно, с авторскими правами, изобретениями, полезными моделями. Все они являются частью инновационных процессов любой организации сферы lifescience, вне зависимости от организационно-правовой формы или административной подчиненности.

Зачастую защита прав интеллектуальной собственности ограничивается регистрационным удостоверением, выдающимся Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения, предоставляющим право по отношению к объекту интеллектуальной собственности на:

- применение;
- промышленное производство;
- продажу и продвижение на рынок.

При этом собственник регистрационного свидетельства не вправе запретить другим лицам использовать разработки, такие как способ производства, торговая марка, упаковка и медицинские информационные технологии.

В связи с этим для получения исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности необходимо использовать патентную защиту. В области медицины патент не только удостоверяет право собственности, но и определяет приоритет их использования, авторство. Что в свою очередь, защищает медицинскую разработку на определенный срок.

В целом, для сферы lifescience характерны такие особенности, как:

- значимость лекарственных средств для жизни граждан и ее качества в сфере здравоохранения;
- высокая доля инноваций, инновационных продуктов;
- ключевая роль в потреблении лекарственных средств принадлежит сфере здравоохранения в лице медицинских и фармацевтических работников, как назначающих препараты;
- государственное регулирование сферы обращения лекарственных средств.

В сфере Life Science, которая включает в себя биотехнологии, фармацевтику и медицину за последние годы был произведен существенный научно-технический скачок. Примеру смелых изыскателей должны последовать новые. Государство программирует данный прогресс, закладывая существенные правовые и экономические регуляторы в основу инновационной деятельности предприятий по развитию и насыщению внутреннего рынка товарами собственного российского производства в порядке стратегии импортозамещения, но и не перестает рассчитывать на более интересные конкурентоспособные на внешнем рынке инновационные продукты. Для этих целей предприятиям необходимо прорабатывать стратегию защиты интеллектуальной собственности и информационной безопасности [2].

Гражданский кодекс РФ предусматривает возможность использования и защиты зависимого изобретения. Оно является охраняемым при применении по определенному назначению продукта, в котором используется охраняемое патентом и имеющее более ранний приоритет другое изобретение. Согласно ст. 1358.1 ГК РФ изобретение, относящееся к продукту или способу, также является зависимым, если формула такого изобретения отличается от формулы другого запатентованного изобретения, имеющего более ранний приоритет, только назначением продукта или способа. То есть, если есть действующий патент на активное вещество, то изобретение на его применение будет рассматриваться как зависимое от этого патента.

Необходимость проведения длительных клинических исследований, сложности возникающие при получении разрешения на применения после регистрации патентных прав, правовая защита уже запатентованных продуктов и способов использования объектов интеллектуальной собственности, включающих активное вещество, распространяющиеся в том числе на применение дженериков, которые зависят от оригинального запатентованного препарата.

Помимо зависимости новых и уже запатентованных разработок, изобретения и инновации в этой сфере тесно взаимосвязаны в целом, поэтому многие создаются на базе уже существующих прототипов, или являются модификациями известных соединений, препаратов и способов применения. Это приводит к выбору в пользу модификации существующей разработки, вместо создания новых препаратов. Позитивно можно оценивать высокую конкуренцию среди препаратов, которая стимулирует поиск лекарственных средств нового поколения, обладающих иными механизмами действия и более совершенным эффектом. Однако, необходимо помнить, что специфика заторможенности продвижения новых продуктов и технологий в сфере Life Science кроется в серьезности и глобальности проводимых исследований по опробации этих самых более совершенных эффектов от применения новых лекарственных препаратов и методик лечения, основой которых так же является получаемая информация, нуждающаяся в обработке больших данных и ее охранения в целях информационной безопасности.

Таким образом, предприятиям, входящим в сферу Life Science, руководствуясь заложенными основами государственных стратегий развития, необходимо вступать в более активную и хорошо продуманную стратегию инновационного развития, уделяя особое внимание интеллектуальной собственности и информационной безопасности. Которые способны серьезным образом изменить подход к управлению предприятием, по средствам формирования специфической модели бизнес-процессов.

Литература

1. Жужома Ю.Н., Бостанов А.А. Общие условия стимулирования инновационной деятельности предприятий на современном этапе всеобщей цифровизации / Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и егиональный аспект: материалы VIII межд.науч.-практ. конф., 23.05.2019. Изд-во ООО «НПО ПБ АС», 2019. – С. 272-275.
2. Минченко Л.В., Скоробогатов М.В., Ангелова А.Ю. Технология встраивания КСО в управление предприятием // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент -2020. - № 1(40). - С. 79-85.

РАЗДЕЛ 2.
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ,
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Е.И. Алексашкина¹, А.Е. Дружинин², К.В. Башмакова¹

1 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 – Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

ealexashkina@mail.ru

druandr@mail.ru

kess1108@gmail.com

Аннотация

В статье рассмотрены документы, которыми руководствуются организации при осуществлении закупок. Представлена сравнительная характеристика федеральных законов № 44-ФЗ и № 223-ФЗ.

Ключевые слова

Закупочная деятельность, государственные закупки, закупки юридическим лицом.

Актуальность темы проявляется в том, что закупочная логистика сегодня занимает значимое место в снабжении компании материальными ресурсами. Она изучает процесс движения материалов, сырья, товаров с рынка закупок до заказчика. Стратегия управления закупочной деятельностью материально-технических ресурсов становится высокоэффективным инструментом для компании, так как данный инструмент способен обеспечить ее конкурентоспособность и рассматривается как совокупность мероприятий по комплексному обеспечению функционирования предприятия в соответствии с имеющимися условиями рынка.

По мнению большинства авторов, закупочная логистика в целом представляет собой управление материальными потоками в процессе обеспечения предприятия материальными ресурсами.

Управление процессами закупок является важным обликом работы надлежащих отделов организации, в основном отдела закупок. Компания или крупное производящее материальные ценности предприятие всякий раз нуждаются в сырье, материалах, сопутствующих товарах и, естественно, в услугах, вследствие этого независимо от вида работы всегда проводят закупочные операции. Это нужно для ведения и формирования работы, в первую очередь, сервисной и производственной. Торговые предприятия реализуют закупочную деятельность для дальнейшей продажи товаров или каких-либо услуг.

Закупки осуществляют любые организации независимо от их вида деятельности, например, любые государственные учреждения, также проводят закупки услуг и товарно-материальных ценностей для удовлетворения своих потребностей. На них также возлагаются эти же функции, как и на любые другие организации, выполняющие другие виды деятельности [4].

Регулирование закупочной деятельности организации необходимо для установления единых правил проведения процесса закупок и открытой конкуренции для заключения договора с потенциальным поставщиком.

Юридически значимые документы, которыми руководствуются организации при осуществлении закупок, представлены на рис. 1.

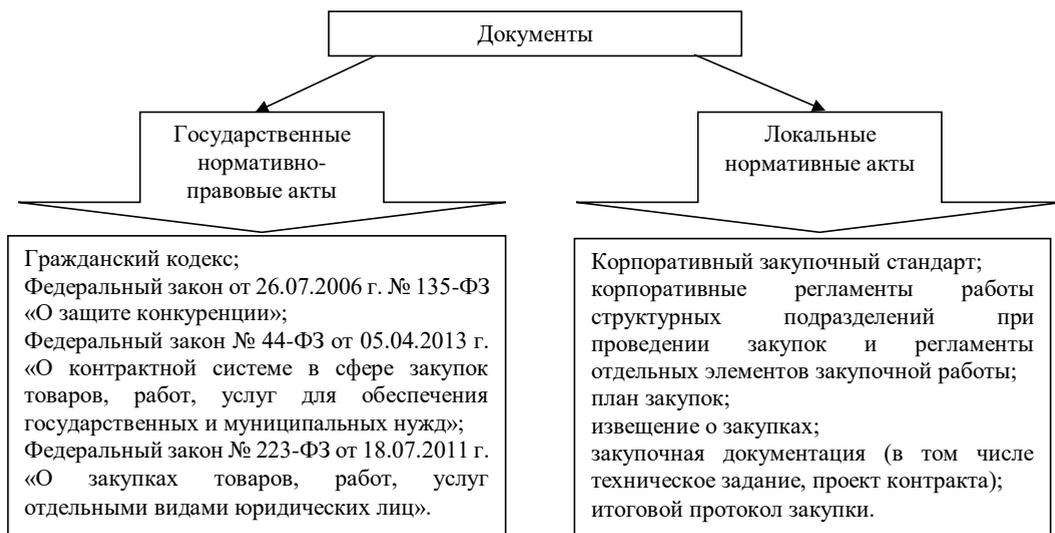


Рисунок 1. Документы, которыми руководствуются организации при осуществлении закупок

Законной базой взаимоотношений компаний, сопряженных с закупкой и реализацией материально-технических ресурсов, считается соглашение, которое приобретает форму договора купли-продажи, а также договора поставки ресурсов. Концепция договорных отношений основывается на Гражданском кодексе Российской Федерации, а также на основе нормативных актов.

Соглашение, то есть договор, считается заключенным и действительным, если было достигнуто соглашение по всем условиям договора между двумя сторонами. При этом основными считаются условия о предмете договора, признанные законодательством, а кроме того, все без исключения условия, относительно которых согласно заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Одним из главных законов в сфере закупок государственных предприятий и муниципальных учреждений, выступает Федеральный Закон 44 «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных муниципальных нужд» от 22 марта 2013 года (далее «ФЗ 44»). Он регламентирует порядок осуществления закупок услуг, работ, товаров для удовлетворения государственными и муниципальными учреждениями и предприятиями своих нужд. Стоит отметить, что данный закон с 1 января 2014 года отменяет действия Федерального закона № 94-ФЗ от 2005 года.

Федеральный закон 44 содержит в себе важные для государственных закупок определения, например:

- «Госзаказчик – это организация, которая нуждается в товарах и услугах и оплачивает закупку» [1];
- «Поставщик – юридическое или физическое лицо, в том числе ИП, которое участвует в закупке и поставляет товары и услуги» [1];
- «Zakupki.gov.ru – сайт единой информационной системы (ЕИС), где заказчики публикуют закупки и отчеты. В ЕИС есть реестры всех заключенных контрактов, недобросовестных поставщиков, жалоб на заказчиков и другая важная информация» [1];
- «Начальная цена контракта (НМЦ)– стоимость поставки товаров, которую устанавливает заказчик. НМЦ нужно обязательно обосновывать. Поставщики не могут предложить цену, выше НМЦ» [1];

- «Заявка на участие – это документы и сведения, которые поставщик подает в письменной или электронной форме, чтобы участвовать в закупке».

Данный документ обеспечивает стимулирование компаний для разработок новых инноваций [1].

Федеральные органы власти, которые контролируют или как-либо участвуют в этом:

1. Министерство финансов.
2. Федеральная антимонопольная служба – контроль, в том числе наказание.

Существует еще один Федеральный закон № 223 «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18 июля 2011 года (далее ФЗ 223) [2].

Сравнение данных законов представлено на рис. 2.

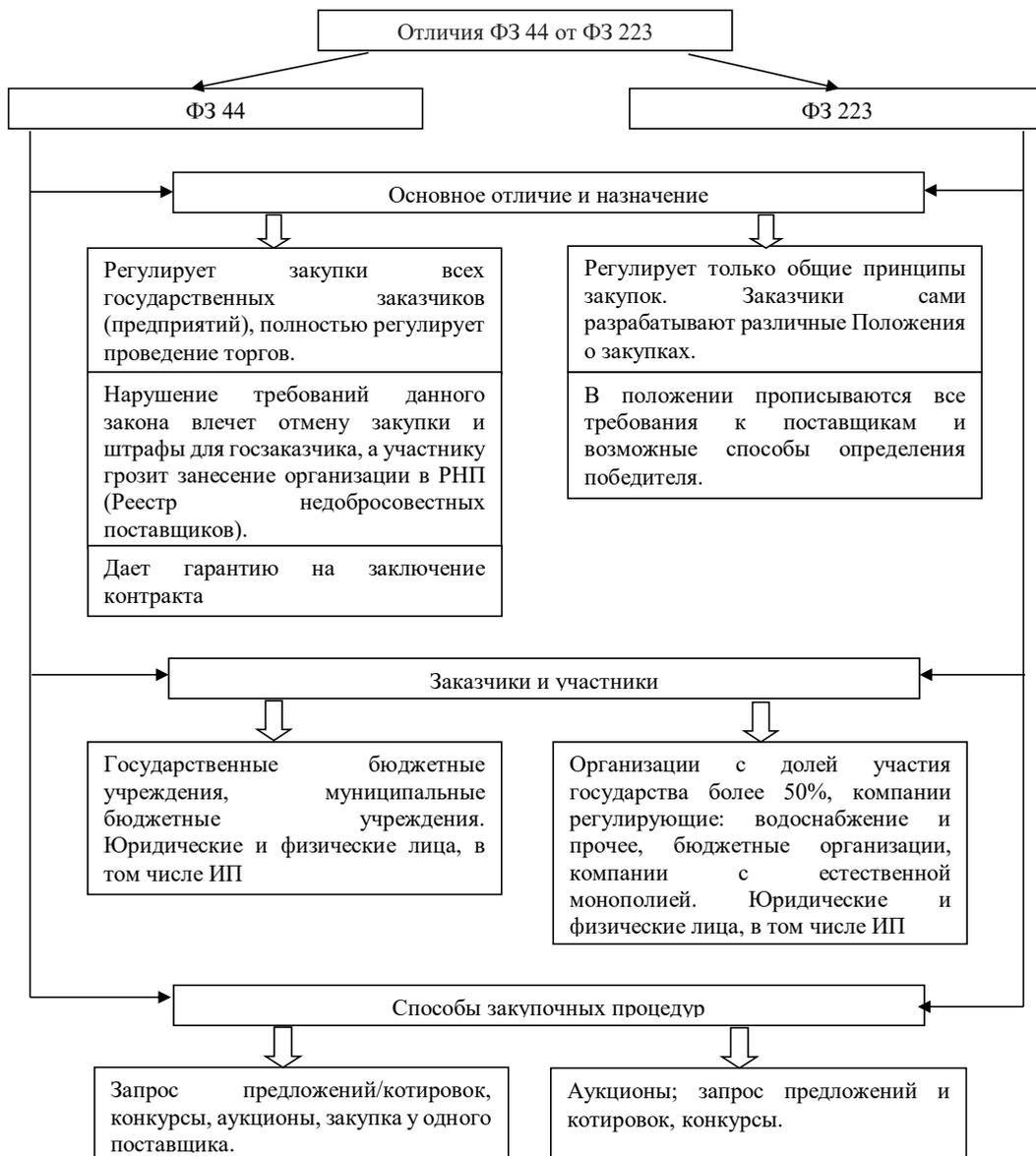


Рисунок 2. Отличия ФЗ 44 и ФЗ 223

С развитием информационных технологий современные компании получили возможность заключать сделки в электронном виде через интернет.

На сегодняшний день интернет открыт для всех. Это может говорить о большой возможности появления различных рисков у участников сделок. Однако существуют системы, которые являются безопасными и могут гарантировать безопасность всех платежей. Такими платежными системами по праву могут считаться надежными: «Instant», «Cyber Plat», «Pay Cash». Стоит отметить, что они применяются банками уже давно [3; 5].

Процесс заключения электронной сделки содержит все без исключения этапы подготовки и реализации договора купли-продажи продукции: начиная с маркетингового исследования и заканчивая оплатой всех счетов. Через интернет происходит выбор поставщика, далее направляется заявка, заключается договор и направляется запрос на выставление счета. В случае положительного ответа покупателю направляется счет, подписанный электронной подписью. Договор юридически считается действительным и считается заключенным с момента его подписания с двух сторон, а также с момента подписания покупателем счета электронной цифровой подписью.

Литература

1. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный Закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ, ред. от 24.04.2020. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624/ (Дата обращения: 12.05.2020).
2. О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц: федеральный Закон от 18.07.2011 № 223-ФЗ, ред. от 24.04.2020.[Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964/ (Дата обращения: 12.05.2020).
3. Емельянова Е.М. Закупочная логистика электронной торговле / Е.М. Емельянова., Д.Ю. Никифорова., Ю.В. Федотова // Наука, образование и инновации: сб. статей. – Уфа, 2016. – С. 58-60.
4. Клименкова А.И. Эффективное управление закупочной деятельностью / А.И. Клименкова // Актуальные проблемы управления: теория и практика: сб. стайте. – Саратов, 2016. – С. 163-167.
5. Плященко В.И. Закупки в условиях перехода к индустрии 4.0: особенности и перспективы // Логистика и управление, 2018, № 1. – С. 13-15.

ОЦЕНКА КОМПЕТЕНТНОСТИ ЭКСПЕРТА КАК ЮРИДИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА, ПОРОЖДАЕМАЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫМ НЕУРЕГУЛИРОВАНИЕМ

Т.К. Антонова, В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

lx-11@yandex.ru
chaika_v@mail.ru

Аннотация

Цель настоящего исследования – определение существующих проблем в области определения и оценки компетенции экспертов, осуществляющих судебную экспертную деятельность. В статье рассмотрены требования, предъявляемые к государственным и негосударственным судебным экспертам, к их компетенции, профессиональным знаниям и навыкам, а также к личным качествам, необходимым для проведения экспертных исследований и написания заключения эксперта. Также указаны проблемы, встающие при оценке соответствия эксперта требованиям, к нему предъявляемым различными нормативно-правовыми актами. Научная новизна заключается в наличии явных пробелов в законодательстве относительно регулирования экспертной деятельности, а также важности их устранения, ввиду их часто непосредственного влияния на выносимые судом решения.

Ключевые слова

Эксперт, экспертиза, судебная экспертиза, экспертная деятельность, заключение эксперта, правовое регулирование экспертной деятельности, компетентность эксперта.

Согласно статье 1 Федерального закона от 31.05.2001 N 73-ФЗ «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» (далее ФЗ №73), государственная судебно-экспертная деятельность – «деятельность, осуществляемая в процессе судопроизводства государственными судебно-экспертными учреждениями и государственными судебными экспертами, состоящая в организации и производстве судебной экспертизы» [4]. Здесь сразу же стоит сделать оговорку о том, что судебно-экспертная деятельность не всегда государственная, поскольку может осуществляться и негосударственными экспертными учреждениями, а также негосударственными судебными экспертами, о чем указывает абзац первый статьи 41 ФЗ №73. При этом не все нормы, регулирующие деятельность государственных судебно-экспертных учреждений и государственных судебных экспертов, относятся к негосударственным учреждениям и экспертам, что отмечено в абзаце 2 статьи 41 ФЗ №73. Далее в настоящей статье государственные и негосударственные экспертные учреждения будут именоваться «экспертными учреждениями», а государственные и негосударственные эксперты – «экспертами».

Согласно статье 9 ФЗ №73 «судебная экспертиза - предусмотренное законодательством Российской Федерации о судопроизводстве процессуальное действие, включающее в себя проведение исследований и дачу заключения экспертом по вопросам, требующим специальных знаний в области науки, техники, искусства или ремесла» [4].

Судебно-экспертная деятельность осуществляется с целью содействия судам, судьям, органам дознания, лицам, производящим дознание, следователям в установлении обстоятельств, подлежащих доказыванию по конкретному делу.

Исходя из указанной цели, очевидно, что к экспертам должны предъявляться строгие и

четко определенные требования как к их компетенции, так и к морально-волевым качествам. Однако, в реальности можно наблюдать несколько иную действительность.

В указанном выше ФЗ №73 отсутствует понятие эксперта. В статье 12 данного ФЗ №73 указано определение государственного судебного эксперта, которым является аттестованный работник государственного судебно-экспертного учреждения, производящий судебную экспертизу в порядке исполнения своих должностных обязанностей. При этом данное определение ни коим образом не применимо к негосударственным судебным экспертам, поскольку статья 12 ФЗ №73 не распространяется на судебно-экспертную деятельность лиц, не являющихся государственными судебными экспертами согласно со статьей 41 данного Федерального закона.

В Гражданском процессуальном кодексе Российской Федерации от 14.11.2002 №138-ФЗ (далее ГПК РФ) также отсутствует понятие эксперта. Таким образом, здесь необходимо прибегать к применению аналогии закона [1].

Определение эксперта присутствует в Арбитражном процессуальном кодексе Российской Федерации от 24.07.2002 №95-ФЗ (далее АПК РФ), а также в Уголовно-процессуальном кодексе Российской Федерации от 18.12.2001 №174-ФЗ (далее УПК РФ): «экспертом в арбитражном суде является лицо, обладающее специальными знаниями по касающимся рассматриваемого дела вопросам и назначенное судом для дачи заключения в случаях и в порядке, которые предусмотрены настоящим Кодексом» [2]; «эксперт - лицо, обладающее специальными знаниями и назначенное в порядке, установленном настоящим Кодексом, для производства судебной экспертизы и дачи заключения» [3], соответственно.

Как видно, ключевыми характеристиками для эксперта являются обладание специальными знаниями, а также соответствие условиям, указанным в соответствующих кодексах относительно процесса.

При этом в АПК РФ указанные специальные знания должны касаться вопросов рассматриваемого дела, а в УПК РФ вообще отсутствует хоть какое-либо пояснение относительно таких специальных знаний.

Некоторые уточнения о природе специальных знаний, которыми должен обладать эксперт, отражены в ГПК РФ и ФЗ №73, где отмечены области таких знаний - наука, техника, искусство или ремесло.

Для государственных судебных экспертов компетенции и профессиональные, квалификационные требования, предъявляемые к ним, рассмотрены в статье 13 ФЗ №73: 1) гражданство Российской Федерации; 2) наличие высшего образования, а также дополнительного профессионального образования в определенной экспертной области, полученного в установленном законом порядке; 3) наличие среднего профессионального образования в области судебной экспертизы для работы в экспертных подразделениях федерального органа исполнительной власти в области внутренних дел; 4) наличие аттестации, подтверждающей обладание необходимыми компетенциями в определенной экспертной области.

Для государственных экспертов ФЗ №73 предусмотрено определение уровня квалификации. Для этих целей эксперт проходит обязательную аттестацию на право самостоятельного производства судебной экспертизы, которую проводит экспертно-квалификационная комиссия согласно нормам закона. Аттестация проводится каждые 5 лет.

Статья 13 ФЗ №73 не применима к негосударственным судебным экспертам. Здесь возникает проблема, связанная с отсутствием четких требований, предъявляемых к компетенции негосударственных экспертов и регулируемых хоть каким-либо нормативно-правовым актом. На практике суды и судья чаще всего ограничиваются наличием специального образования в определенной области, доказанного документом: диплом о высшем образовании, свидетельство о повышении квалификации, диплом о профессиональной переподготовке, диплом о среднем специальном образовании, и т.д. Иногда судьи или участники процесса требуют наличие документа, подтверждающего компетенцию о проведении судебной экспертизы, что, однако, является избыточным и не

отвечающим нормам закона ввиду отсутствия таких требований в нормативно-правовом поле. Более того, часто в судебном процессе возникает заминка и недопонимание относительно необходимости обладания подтвержденными юридическими знаниями, особенно при обращении в экспертном заключении к нормам права или нарушении таких норм. Однако, данные требования также излишни, поскольку знания в определенных специальных областях построены в том числе и на существующем законодательстве, с которым эксперт, очевидно, знаком, и в котором компетентен. Например, определением суда назначается проведение электротехнической экспертизы по вопросу оценки качества и объемов установленных электросетей и специального электрооборудования на молочно-товарной ферме с доильно-молочным блоком. Для ответа на поставленный судом вопрос необходимы знания электротехники и сметного дела. Эксперт-электротехник должен писать заключение в строгом соответствии с ФЗ №73, в котором отражены и требования к оформлению, и к структуре, и к подходам и т.п. Возникает вопрос: с какой целью эксперту, обладающему специальными знаниями в электротехнике и сметном деле, требуется иметь подтвержденные документом (например, дипломом о высшем образовании) в областях юриспруденции или судебной экспертизе?!

Часто при обращении эксперта к различным источникам, написанным на иностранном языке, суд или судья требуют подтверждение знаний экспертом данного иностранного языка. Иногда для этих целей подходят, например, отметки в приложении к диплому о высшем образовании определенного количества часов изучения иностранного языка. Случается, что таких отметок бывает недостаточно или они вообще отсутствуют, и при невозможности подтвердить иными способами свои знания иностранного языка заключение эксперта может быть согласно п. 3 статьи 86 ГПК РФ не принято судьей в качестве доказательства по делу на основании отсутствия у эксперта специальных знаний.

Иной проблемой по доказательству компетенции эксперта является отсутствие какого-либо доказательства (диплома, свидетельства и т.д.) об имеющихся знаниях. При этом эксперт может обладать богатым опытом в определенной области науки, техники, искусства или ремесла. В таких случаях крайне редко суд или судья принимают заключение эксперта, мотивируя невозможностью подтвердить обладание специальными знаниями. Практически единственный выход в таких ситуациях – привлечь данного эксперта в качестве консультанта по делу, который может присутствовать во время заседаний и отвечать на возникающие вопросы или давать консультации по тем или иным проблемам. Однако, очевидно, что «статус» и восприятие такого специалиста в судебном процессе будет значительно ниже, чем если бы он выступал судебным экспертом. Впрочем, это является проблемой, связанной с профессиональной деформацией сознания представителей судебной системы, а также с желанием и стремлением подстраховаться в случае необходимости обоснования выбора и назначения конкретного эксперта на проведение экспертизы.

Помимо специальных знаний в определенных областях эксперт согласно статьям 4 и 6 ФЗ №73 должен знать правовые основы, законодательство для соблюдения прав и свобод физических и юридических лиц, разных личных неимущественных прав, а также иных прав и свобод человека и гражданина в соответствие с общепризнанными принципами и нормами международного права и Конституции Российской Федерации.

Феральный закон №73 помимо обладания специальными знаниями в определенных областях науки, техники, искусства или ремесла эксперт должен на регулярной основе поддерживать свои знания, чтобы они были согласованы с современными достижениями науки и техники и не становились устаревшими и неактуальными. Причем стоит отметить, что это исключительно ответственность самого эксперта, позволяющая ему писать заключения в соответствии с требованиями законодательства.

Кроме вышеназванных знаний эксперт, естественно обязан знать процессуальную составляющую экспертной деятельности, например, «делать подлежащие занесению в протокол следственного действия или судебного заседания заявления по поводу неправильного истолкования участниками процесса его заключения или показаний» [4] или

«обжаловать в установленном законом порядке действия органа или лица, назначивших судебную экспертизу, если они нарушают права эксперта» [4]; знать, как писать заключение, отвечающее всем требованиям закона; уметь проводить исследования, обладая необходимой методологической базой, позволяющей добиться полноты и всесторонности исследования.

Выше были рассмотрены необходимые компетенции эксперта, однако, для осуществления экспертной деятельности только ими обладать недостаточно. Законодательство выдвигает также и требования к различным качествам эксперта. Например, эксперт должен обладать стойким характером, чтобы обеспечивать независимость экспертизы, не поддаваться эмоциям и эмпатии, сочувствуя и желая помочь какой-либо из сторон по делу.

Эксперт должен быть «хладнокровен» и не поддаваться на «воздействие со стороны судов, судей, органов дознания, лиц, производящих дознание, следователей и прокуроров, а также иных государственных органов, организаций, объединений и отдельных лиц в целях получения заключения в пользу кого-либо из участников процесса или в интересах других лиц». Также эксперт должен держать в тайне все ставшие ему известными сведения по делу, а также результаты его исследований, которые станут доступными сторонам для ознакомления только после передачи заключения эксперта в суд.

Эксперт обязан быть объективным, не поддаваясь субъективным суждениям и умозаключениям, выполняя исследование на строго научной и практической основе, на что указывает ст. 8 ФЗ №73. С практической же точки зрения это нередко представляет проблему.

Эксперт должен уметь доходчиво излагать свои мысли и знания, поскольку любое заключение должно быть доступно для проверки обоснованности и достоверности сделанных выводов. Язык, применяемый экспертом в написании Заключения эксперта, не должен состоять исключительно из специальных терминов, непонятных любому из участников процесса. В целях доступности заключения для неспециалиста экспертами часто в самом начале своего заключения вводятся термины, используемые в его работе.

Эксперт должен уметь адекватно оценивать свои знания, их глубину и применимость, обладать прекрасными аналитическими способностями, поскольку статьей 16 ФЗ №73 предусмотрена обязанность эксперта давать мотивированное сообщение о невозможности составить заключение вследствие выхода поставленных перед ним вопросов за пределы его знаний, а также непригодности или недостаточности объектов или материалов дела для проведения исследования.

Эксперт должен быть аккуратным при работе с материалами дела или объектами исследования, поскольку он обязан обеспечивать их сохранность.

Данный перечень требований, предъявляемых к компетенции, квалификации, качествам личности, однозначно, не исчерпывающий, что составляет серьезную юридическую проблему. Особым образом это проявляется в экономике, поскольку экономическая безопасность «традиционно рассматривается как важнейшая качественная характеристика экономической системы» [5, с. 366]. Но даже он отчетливо дает понять о сложности оценить профессиональную пригодность эксперта, а также объективность и научную обоснованность его исследования. Поскольку заключение эксперта основывается исключительно на специальных знаниях, достижениях науки и практики, в которых он является профессионалом, то каким образом, например, судья или стороны процесса смогут проверить достоверность и актуальность сделанных выводов, даже если заключение написано с учетом всех предъявляемых требований?! Объективно и полноценно проверить данное заключение может только специалист в аналогичной области. Для этих целей периодически назначаются повторные или дополнительные экспертизы или заказываются рецензии, однако, это делается далеко не всегда. Очевидно, это также является огромной проблемой, влияющей на соблюдение основных правовых принципов – принципов справедливости и достоверности. Получается, что в случае принятия судьей или судом заключения эксперта в качестве доказательства, а также основываясь на нем при вынесении решения, судья или суд, а также

стороны процесса опираются на доверие, что, в свою очередь, может вызывать вопросы и сомнения в объективности судебного решения.

Литература

1. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 N 138-ФЗ (ред. от 02.12.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 30.03.2020), принят Государственной Думой 23 октября 2002 года.
2. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 24.07.2002 N 95-ФЗ (ред. от 02.12.2019), принят Государственной Думой 14 июня 2002 года.
3. Уголовно-процессуальный кодекс Российской Федерации от 18.12.2001 N 174-ФЗ (ред. от 18.02.2020), принят Государственной Думой 22 ноября 2001 года.
4. Федеральный закон «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» от 31.05.2001 N 73-ФЗ, принят Государственной Думой 5 апреля 2001 года.
5. Макарова О.Н., Мартыненко О.В., Макарова Ю.Н. К вопросу о методологических основах судебно-бухгалтерской экспертизы // Экономика и предпринимательство. Москва, №3-2 (56), 2015. С. 366-370.

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

Е.Г. Архангельская

Ташкентский Филиал «Российский экономический Университет им. Г.В. Плеханова»,
Ташкент, Узбекистан

Ar-len.zo@mail.ru

Аннотация

В статье рассмотрены актуальные вопросы развития цифровой экономики, создания правовой базы необходимой для регулирования применения современных цифровых технологий в отраслях экономики, дальнейшего роста предпринимательской активности. Определены конкретные задачи, решение которых создаст необходимые условия для формирования полноценной цифровой среды в Республике Узбекистан, что безусловно позволит стране в кратчайшие сроки решить вопрос глобальной конкурентоспособности, будет способствовать усилению экономической безопасности Республики и снижению коррупционных проявлений.

Ключевые слова

Структурные реформы, экономическая безопасность, цифровое предпринимательство, правовое обеспечение, технологии блокчейна, криптовалютные активы, майнинг.

В настоящее время особую актуальность в Республике Узбекистан приобретает изучение и научное исследование тенденций и перспектив развития цифровой экономики, создания прочной правовой базы необходимой для регулирования применения современных информационных технологий в отраслях экономики.

Успех широкомасштабных реформ, проводимых в Узбекистане, и в целом экономическая безопасность страны, всего общества во многом зависят от внедрения новых инноваций и реализации программы по цифровизации экономики.

Формирование полноценной цифровой среды, «цифровизация» экономики Республики Узбекистан безусловно позволит стране в кратчайшие сроки решить вопрос глобальной конкурентоспособности и выведет Республику на новые рубежи. Решение этих вопросов будет способствовать усилению национальной безопасности страны и снижению коррупционных проявлений.

Еще в декабре 2018 в послании Президента Республики Узбекистан Ш. Мирзиёева Олий Мажлису была отмечена необходимость начать «разработку в 2019 году Национальной концепции цифровой экономики, предусматривающей обновление всех сфер экономики на базе цифровых технологий, и на этой основе внедрить программу «Цифровой Узбекистан-2030». Основная задача программы состоит в создании правовых, технических, организационных и финансовых условий для развития цифровой экономики в стране и по существу – это обеспечение цифрового пространства для всех сфер жизнедеятельности государства.

В Послании к Олий Мажлису Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева 24 января 2020 года отмечены важные задачи, такие как *«Завершение и внедрение в двух месячный срок разработки программы «Цифровой Узбекистан – 2030», которая предусматривает обновление всех секторов экономики на основе цифровых технологий, увеличение доли цифровой экономики в ВВП как минимум на 30%, тем самым сократив коррупцию, радикальное изменение цифровой экономики в текущем году, реализация проекта*

«1 миллион программистов» с нашими зарубежными партнерами в целях дальнейшего ускорения работ по развитию науки и цифровой экономики и подготовке высококвалифицированных специалистов в этой области» [1].

Формирование и развитие цифровых технологий, цифровизация экономики Узбекистана является одним из приоритетных направлений государственной политики Республики и важнейшим условием экономической безопасности страны. В этом направлении приняты необходимые меры по внедрению системы электронного документооборота, электронных платежей, развитию электронной торговли и совершенствованию нормативно-правовой базы.

В целях реализации указа Президента Республики Узбекистан от 19 февраля 2018 года «О мерах по дальнейшему совершенствованию сферы информационных технологий и коммуникаций», Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы определены в качестве приоритетных задач вопросы широкого и эффективного внедрения цифровой экономики и обеспечения информационной безопасности в стране. Правовой основой поставленных задач послужили также постановления Президента Республики Узбекистан от 3 июля 2018 года «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», указа Президента Республики Узбекистан от 13 декабря 2018 года «О дополнительных мерах по внедрению цифровой экономики, электронного правительства и информационных систем в государственном управлении Республики Узбекистан» и других нормативно-правовых актов.

Основные направления структурных реформ Республики Узбекистан на период 2019-2021 годы предусматривают разработку комплекса мер по повышению эффективности фискальной политики, внедрение альтернативных механизмов финансирования стартапов и проектов субъектов предпринимательства (например, краудфандинг); создание нормативно-правовой базы для развития современных финансовых технологий («Fin-tech»); меры по улучшению деловой среды для сферы электронно-цифровых финансовых услуг; либерализацию торговой политики и экспорта, разработку мер по реформированию авиационного сектора; формирование условий для ускоренного развития электронной коммерции, венчурного финансирования стартапов в технологической сфере; внедрение в отраслях экономики и повседневной жизни блокчейна, интернета вещей и других современных интернет технологий; разработку комплексов мер по дальнейшему совершенствованию предпринимательской среды (получение разрешений для субъектов предпринимательства на строительство, присоединение к электрическим сетям, международная торговля, разрешение банкротства и др.); повышение эффективности функционирования отраслей экономики; укрепление социальной защиты и обслуживания граждан; повышение эффективности использования окружающей среды.

Меры по ускоренному **формированию и развитию цифровой экономики предусмотрены в принятом 28 апреля этого года** Постановлении Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства». Постановлением предусмотрено **ускоренное формирование цифровой экономики** с увеличением ее доли в валовом внутреннем продукте страны к 2023 году в два раза. Закреплены положения о развитии системы электронного правительства. К 2022 году планируется довести долю электронных государственных услуг **до 60%** [2].

В Республике будут осуществляться меры по внедрению комплекса информационных систем в управление производством, дальнейшей автоматизации технологических процессов широкого использования программных продуктов в финансово-хозяйственной деятельности. Постановлением регламентируется обеспечение наиболее полной модернизации цифровой инфраструктуры страны и доступности современных телекоммуникационных услуг в регионах, предусматривается подключение в 2020-2021 годах всех учреждений здравоохранения, школ, организаций дошкольного образования, сел и махаллей к высокоскоростной сети Интернет и повышение качества услуг связи.

Цифровые технологии будут внедряться на всех этапах системы образования. Для повышения уровня цифровых знаний до 2022 года во всех регионах республики будут созданы центры обучения цифровым знаниям в рамках реализации проекта «Пять дальнейших инициатив».

Также указана необходимость производства программных продуктов и создания технологических площадок, увеличение объема услуг в сфере «цифрового предпринимательства» к 2023 году в 3 раза с доведением их экспорта до 100 миллионов долларов [2].

В Республике Узбекистан последовательно реализуются меры, направленные на стимулирование предпринимательской деятельности, увеличение притока инвестиций и создание новых рабочих мест.

Реальные цифровые услуги для населения Узбекистана постепенно расширяются. Большое значение в регулировании этих процессов, а также в дальнейшем развитии цифровой экономики имеет Постановление Президента РУз от 3 июля 2018 года «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан», согласно которому страна официально взяла курс на развитие и внедрение технологии блокчейна, криптовалютных активов и майнинга. Определены задачи по внедрению и развитию в области оборота криптоактивов, включая майнинг, заключению смарт-контрактов, т.е. договоров в электронной форме. Исполнение прав и обязанностей по ним предусматривается осуществлять путем совершения в автоматическом порядке цифровых транзакций.

Также предусмотрено применение технологий блокчейн для диверсификации различных форм инвестиционной и предпринимательской деятельности. Внедрение блокчейна с 2021 года во все сферы экономики, включая деятельность государственных органов, клиринговые операции, систему госзакупок и реесстров, будет осуществляться поэтапно. С 1 октября 2018 года в Узбекистане введен порядок по лицензированию деятельности в области крипто-активов, включая создание крипто-бирж по торговле крипто-активами [3].

В стране реализуются масштабные цифровые инфраструктурные проекты, в том числе по развитию электронных услуг, расширению электронной системы закупок, вовлечению граждан в процесс принятия общественно значимых решений. Постепенно создается экосистема для инновационных стартапов в сфере информационных технологий. Формирование IT-Парка, так называемого общественного центра для стартапов в Узбекистане, послужит своеобразной стартовой площадкой для развития процесса цифровизации экономики.

Важным условием формирования цифровой экономики является создание достаточной правовой базы, необходимой для регулирования процесса создания и применения цифровых технологий в различных отраслях экономики. Правовое обеспечение процессов информатизации, формирование и осуществление единой научно-технической политики в этой сфере требует серьезного обновления. Действующие сегодня законодательные акты Республики Узбекистан определяют экономические, правовые и организационные основы функционирования информационного комплекса. Здесь можно выделить, прежде всего, законы Республики Узбекистан «О телекоммуникациях» и «Об информатизации», «Об электронной цифровой подписи» и др. Кроме того, важнейшие задачи развития и внедрения информационно-коммуникационных технологий изложены в Указе Президента Республики Узбекистан от 30 мая 2002 года «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий».

Следует отметить, что в настоящее время для решения поставленных задач по **формированию и развитию цифровой экономики требуется разработка и принятие закона о цифровых технологиях в экономике, следует закрепить в правовом поле понятия цифровизация, цифровой сектор и другие важнейшие положения, связанные с развитием и применением новых цифровых технологий. Необходимо принятие закона об основах экономической безопасности, обновление действующего гражданского**

законодательства с учетом необходимости правовой регламентации электронных товарных отношений, сделок по оказанию услуг и многих других. Требуется создание правовой базы для внедрения цифровых технологий, в том числе и «блокчейн» с учетом передового опыта зарубежных стран. Соответствующие изменения и дополнения в действующее законодательство должны обеспечить введение в гражданский оборот таких понятий и технологий как: смарт-контракты, общественный электронный консенсус, крипто-валюта и другие.

Как правильно отмечено многими авторами, правовое регулирование цифровой экономики во всех странах сталкивается с невозможностью структурировать цифровую экосистему. Влиять на этот механизм посредством стандартного набора законодательных реформ невозможно [4, с.334]. Несомненно, что темпы цифровизации в разных отраслях экономики будут различными, поэтому изменение законодательной базы должно реализовываться постепенно. Следует законодательно закрепить правовой статус государства, которое является не только главным регулятором в сфере новых цифровых отношений, но и субъектом, ответственным за защиту прав и законных интересов участников рынка.

Таким образом, создание условий для внедрения и развития цифровой экономики в Узбекистане связаны с решением следующих важнейших задач:

1. Разработка и применение в сферах экономики цифровых платформ и технологий последнего поколения.
2. Развитие информационной системы на основе высокоскоростного Интернета.
3. Формирование необходимой цифровой инфраструктуры для системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы исходя из требований экономической безопасности.
4. Принятие мер по осуществлению контроля сохранения добросовестной конкуренции в условиях цифровой экономики.
5. Создание необходимой инфраструктуры для оборота криптовалютных активов, включая смарт-контракты, технологии блокчейна для дальнейшего развития инвестиционной и предпринимательской деятельности.
6. Обеспечение правового регулирования и создание необходимой правовой базы для внедрения цифровых технологий в экономику Узбекистана.
7. Обеспечение защиты прав и законных интересов субъектов предпринимательства, всех участников цифровых взаимоотношений, определение и разграничение их ответственности.
8. Подготовка квалифицированных кадров в сфере разработки и использования цифровых технологий, в том числе блокчейна в различных сферах экономики.
9. Организация сотрудничества с международными и зарубежными предприятиями и организациями в сфере деятельности по криптовалютным активам, технологии блокчейна и другим цифровым технологиям.
10. Создание условий для совместной реализации проектов в цифровой экономике, по внедрению технологии искусственного интеллекта, использования возможностей суперкомпьютеров и другие направления.
11. Обеспечение взаимодействия государственных структур и частного бизнеса в сфере внедрения технологий для дальнейшего развития цифровой экономики.

Решение актуальных задач по формированию цифровой экономики, которая призвана обеспечить повышение инновационной активности хозяйствующих субъектов, технологической модернизации, в итоге будет способствовать интеграции экономики Узбекистана в мировое экономическое пространство, усилению экономической безопасности страны и росту благосостояния населения.

Литература

1. Послание Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева Олий Мажлису 24 января 2020 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uza.uz/ru/politics/poslanie-prezidenta-respubliki-uzbekistan-shavkata-mirziyeev-25-01-2020> – (Дата обращения: 03.05.2020).
2. Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по широкому внедрению цифровой экономики и электронного правительства» № ПП-4699 от 28.04.2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/4800661> – (Дата обращения: 03.05.2020).
3. Постановление Президента РУз «О мерах по развитию цифровой экономики в Республике Узбекистан» № ПП-3832 от 3 июля 2018 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lex.uz/docs/3806048> – (Дата обращения: 03.05.2020).
4. Плотников А.В. Проблемы правового регулирования цифровой экономики. Московский экономический журнал , №5, 2018. – С. 330-335. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-pravovogo-regulirovaniya-tsifrovoi-ekonomiki> – (Дата обращения: 03.05.2020).

МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ ОТ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ ТЕХНОГЕННОГО И ПРИРОДНОГО ХАРАКТЕРА

К.К. Бондаренко

Научный руководитель – к.ю.н., доцент В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

Rinab1@yandex.ru

Аннотация

В представленной статье рассматриваются основные направления государственной политики России, которые непосредственно связаны с решением проблем повышения эффективности международного сотрудничества в области безопасности.

Ключевые слова

Государственная политика, международная безопасность, глобальное пространство, угрозы международной безопасности, международно-правовое регулирование.

Россия проводит политику национальной обороны, государственного и социального обеспечения, устойчивого развития, адекватно реагируя на внутренние и внешние условия. Были созданы предпосылки для укрепления системы национальной безопасности и укреплено соответствующее правовое пространство. Приоритетные вопросы в экономической сфере решены, инвестиционная привлекательность экономики повышена.

Мировое развитие идет по пути глобализации во всех сферах международной жизни, что, в свою очередь, характеризуется высокой степенью динамичности и взаимозависимости событий. Накопленный опыт в области международного сотрудничества и собственный потенциал позволяет России, расширяя проверенные временем форматы участия в проектах международного и многостороннего сотрудничества, уделять больше внимания целевым программам двусторонней помощи и грамотно выбирать страны-бенефициары на основе положений Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года и Концепции внешней политики Российской Федерации.

Перед международным сообществом стоит большой спектр задач, призванных предотвратить вероятность повторения одностороннего применения насилия, возникновения разногласий между основными действующими лицами мировой политики, риск распространения и применения оружия массового уничтожения террористами и совершенствование форм незаконной деятельности в кибер и биологических областях с высокой степенью технологий. Помимо указанных проблем, может возникнуть угроза стабильности в промышленно-развитых и развивающихся странах, их социально-экономическому развитию и демократическим институтам также приходится противостоять неблагоприятным факторам [1].

Наравне с этими процессами наблюдается усиление националистических настроений, ксенофобии, сепаратизма и насильственного экстремизма.

Глобальная демографическая ситуация и экологические проблемы нарастают с каждым годом, равно как и риски, связанные с нелегальной и неконтролируемой миграцией, торговлей наркотиками и людьми, и другими формами международной организованной преступности. Могут распространяться вспышки, вызванные новыми и ранее неизвестными вирусами. Недостаток пресной воды становится очевидным. Все эти проблемы требуют решения с консолидацией сил международного сообщества.

Используя общепризнанные принципы международного права, среди которых целостность территории, внутренний и внешний суверенитет, формируется механизм эффективного взаимодействия стран друг с другом в сфере обеспечения безопасности граждан. Главными правовыми документами, обеспечивающие защиту населения при возникновении чрезвычайных ситуаций являются многосторонние международные договоры, - Российская Федерация опирается на положения около сорока двух таких договоров [2].

Россия проводит активную и целенаправленную политику в области содействия международному развитию посредством гуманитарной помощи, эта политика отвечает как национальным интересам страны, так и способствует стабилизации социально-экономической и политической ситуации в странах-партнерах, формированию добрососедских отношений с соседними странами и ликвидации потенциальных источников напряженности и конфликтов, в частности в регионах, граничащих с Российской Федерацией, а также способствует укреплению позиций страны в мировом сообществе и, в конечном итоге, созданию внешних условий, способствующих динамичному развитию Российской Федерации.

Политика безопасности государства является частью внутренней и внешней политики Российской Федерации и объединяет политические, организационные, социально-экономические, военные, правовые, информационные, специальные и другие меры, связанные с единым планом. Истинные русские идеалы и духовность рождаются с отношением, достойным исторической памяти [3, с. 192]. Социальная гармония формируется на основе общих ценностей – свободы и независимости российского государства, гуманизма, мирного сосуществования и культурного единства многонационального населения России, уважения семейных традиций, патриотизма.

Политическая структура общественной безопасности обеспечивается федеральным правительством, органами субъектов Российской Федерации, местными органами власти на основе стратегии национальной безопасности Российской Федерации, другими концептуальными и доктринальными документами. Основными задачами международного сотрудничества в сфере безопасности в Российской Федерации являются:

1. Защита суверенитета и территориальной целостности Российской Федерации.
2. Защищать законные права и интересы российских граждан за рубежом.
3. Укреплять отношения со стратегическими партнерами Российской Федерации.
4. Участие в деятельности международных организаций, связанных с безопасностью.
5. Развитие двусторонних и многосторонних отношений с целью достижения целей безопасности.
6. Помощь в разрешении конфликтов.

Российская Федерация обладает достаточным потенциалом, чтобы рассчитывать на создание в среднесрочной перспективе благоприятных условий для ее консолидации среди мировых экономических лидеров путем эффективного участия в глобальном разделении труда, повышения глобальной конкурентоспособности национальной экономики, потенциала защиты и уровня государства и экономики. Успешная интеграция России в мировое экономическое пространство и международное разделение труда препятствует медленным темпам перехода национальной экономики на инновационный путь развития.

Разработка и реализация государственной политики Российской Федерации в области содействия международному развитию как одного из аспектов внешней политики осуществляются в соответствии с концепцией внешней политики Российской Федерации. Чтобы защитить свои национальные интересы, Россия, оставаясь в рамках международного права, примет рациональную и прагматичную внешнюю политику, связанную с непрерывным и устойчивым развитием страны, которая исключает дорогостоящие конфронтации, включая новую гонку вооружений. В долгосрочной перспективе международная политика будет сосредоточена на вопросах, связанных с владением энергетическими ресурсами, включая Ближний Восток, платформу Баренцева моря и другие части Арктики, в бассейне Каспийского моря и в Центральной Азии.

В среднесрочной перспективе ситуация в Ираке и Афганистане, а также конфликты на Ближнем Востоке, в ряде стран Южной Азии и Африки и на Корейском полуострове будут по-прежнему оказывать негативное воздействие на международную ситуацию.

Российское государство рассматривает ООН и Совет Безопасности ООН как центральный элемент стабильной системы международных отношений, основанной на уважении, равенстве и взаимовыгодном сотрудничестве между народами, основанном на политических инструментах цивилизованный для разрешения глобальных и региональных кризисных ситуаций. Россия будет повышать уровень взаимодействия с многосторонними форумами, такими как G8, G20, RIC (Россия / Индия / Китай), BRIC (Бразилия / Россия / Индия / Китай), а также будет использовать потенциал других неформальных международных институтов.

Развитие двустороннего и многостороннего сотрудничества с Содружеством Независимых Государств является приоритетным направлением российской внешней политики. На текущий момент ведётся активная работа над развитием потенциала региональной и субрегиональной интеграции и координации между странами СНГ, в основном в рамках Содружества, а также ОДКБ и ЕврАзЭС, что окажет стабилизирующее влияние на общую ситуацию в приграничных регионах СНГ.

Четко прослеживается стремление строить равноправное и ценное стратегическое партнерство с Соединенными Штатами Америки, основанное на общих интересах и учитывающее ключевое влияние российско-американских отношений на международную ситуацию в целом. Что касается приоритетов, то они будут по-прежнему состоять в достижении новых соглашений в области разоружения и контроля над вооружениями, укреплении мер укрепления доверия, а также в решении вопросов, связанных с нераспространением оружия массового уничтожения, разработке сотрудничества в борьбе с терроризмом и решении региональных конфликтов.

Кроме того, Организация Договора о коллективной безопасности считается основным межгосударственным инструментом реагирования на региональные угрозы и региональные вызовы военно-политического или военно-стратегического характера, включая борьбу с незаконным оборотом наркотических средств и психотропных веществ.

Российское правительство взяло курс на укрепление ЕврАзЭС в качестве основы экономической интеграции и инструмента, способствующего реализации крупных гидроэлектростанций, инфраструктуры, промышленности и других совместных проектов регионального значения.

Определяющим аспектом отношений с НАТО остается тот факт, что планы по расширению военной инфраструктуры Североатлантического союза до границ России, а также попытки наделять НАТО глобальными функциями, противоречащими международному праву, для России неприемлемы. Содержание и глубина этих отношений будут определяться готовностью Североатлантического союза признать законные интересы России в осуществлении военно-политического планирования и уважать международное право; а также готовность НАТО рассмотреть дальнейшую трансформацию этих отношений и поиск новых задач и функций с гуманистической ориентацией.

В области международной безопасности Россия сохраняет приверженность использованию политических, правовых, экономических, военных и других инструментов для защиты государственного суверенитета и национальных интересов.

Для предотвращения угроз национальной безопасности необходимо обеспечить социальную стабильность, этническую и религиозную гармонию, повысить мобилизационный потенциал и рост национальной экономики, а также повысить качество работы государственных органов и создать эффективные механизмы их взаимодействия с гражданским населением. общество должно реализовать право каждого гражданина России на жизнь, безопасность, работу, жилье, здоровье и здоровый образ жизни, доступное образование и культурное развитие [5].

Федеральные власти предоставляют информацию о возможностях развития партнерских отношений с государствами-бенефициарами, поддерживают инвесторов и экспортеров в установлении и поддержании отношений с этими государствами и создании условий для участия частного сектора в реализации проектов международной помощи в целях развития в странах. в разработке. Проводимый комплекс мероприятий, направленный на защиту населения и территории от чрезвычайных ситуаций, учитывают экономические, природные и другие характеристики, отличительные особенности границ, определяются посредством использования уже существующих мер гражданской обороны.

В заключение данной статьи хотелось бы еще раз отметить, что федеральные органы исполнительной власти выполняют задачи безопасности в соответствии с Конституцией Российской Федерации, Федеральными конституционными законами, Федеральными законами, Нормативными актами Президента Российской Федерации и постановлениями Правительства Российской Федерации [4]. Государственные органы субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в пределах своей ответственности обеспечивают реализацию законодательства Российской Федерации в области безопасности. На текущий момент возникла необходимость в совершенствовании существующей универсальной международно-правовой базы, принимаемой как международными организациями, так и нормативными документами в сфере обеспечения безопасности отдельных стран. Несомненно, важно принимать во внимание и основные принципы защиты населения и территории от чрезвычайных ситуаций. Все мероприятия, направленные на их ликвидацию и максимальное уменьшение размеров ущерба и потерь в случае их возникновения, должны проводиться заблаговременно.

Литература

1. Амельчакова В.Н. О соотношении категории «национальная безопасность» со смежными правовыми категориями // Вестник Московского университета МВД России. 2006. № 4. С. 11-14.
2. Галузин А.Ф. О понятии «правовая безопасность» и ее принципах // Правоведение. 2007. № 6. С. 166-177.
3. Чайка В.Н. Правовая культура сотрудников силовых структур в контексте правовой идеологии государства // Государство и право: эволюция, современное состояние, перспективы развития (навстречу 300-летию российской полиции): Сборник материалов XIV международной научно-теоретической конференции. Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации. СПб, 27-28 апреля 2017 г. С. 191-193.
4. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.
5. Сергеева М.А. Правовое обеспечение национальной безопасности [Текст] // Государство и право: теория и практика: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Чита, июль 2014 г.). Чита: Издательство Молодой ученый, 2014. С. 3-5.

КОНЦЕПЦИЯ ОЦЕНИВАНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ И ОПЫТНО-КОНСТРУКТОРСКИХ РАБОТ НА ОСНОВЕ ПРОЕКТНО-ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА

Л.В. Зубова, Э.В. Коровин

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

**soultygova@mail.ru,
korovin69@list.ru,**

Аннотация

В статье впервые разработана концепция оценивания хозяйственных рисков научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на основе проектно-процессного подхода. Расширяются границы жизненного цикла управления научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее НИОКР), предлагается рассматривать процесс управления НИОКР не с момента начала его реализации, а с момента его технико-экономического обоснования, что может способствовать снижению вероятности возникновения различных рисков. Предлагается проектно-процессный подход к технико-экономическому обоснованию и управлению процессами НИОКР, позволяющий сократить затраты и циклы изготовления РКТ.

Ключевые слова

Проектно-процессный подход, военно-экономический анализ, классификация рисков, система показателей процессов, этапы внедрения, совокупная стоимость процессов НИОКР.

Введение. В современных условиях функционирования предприятия оборонно-промышленного комплекса, в том числе и ракетно-космические компании России все чаще сталкиваются с проблемами функционального взаимодействия как между структурами соисполнителей научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (далее НИОКР), так и между подразделениями внутри самого предприятия.

Это связано с наличием большого количества этапов НИОКР и разновидностью внутри этих этапов процессов, координация компонентов которых осуществляется в едином центре управления. Среди проблем можно выделить следующие:

1. Вертикальная административная структура технико-экономического обоснования (далее ТЭО) и управления, имеющая низкий уровень коммуникации между службами [2].
2. Отсутствие концентрации необходимых ресурсов по конкретному направлению.
3. Использование затратно-сметного и аналогового подходов, не позволяющих учесть стоимость возможных рисков и их последствий и отразить все процессы по отдельности или во взаимодействии нескольких процессов одновременно.
4. Отсутствие системы показателей для структурирования (сегментации) условий процессов НИОКР по признаку отнесения к рисковому и безрисковому условиям как для процессов ТЭО НИОКР, так и для процессов реализации этапов НИОКР, позволяющей производить оценивание рисков и эффективности их последствий, прогнозировать будущий уровень рискоустойчивости предприятия-исполнителя в зависимости от этапа жизненного цикла НИОКР во взаимодействии с внешними условиями.
5. Нехватка кадрового потенциала, способного производить военно-экономический анализ при достижении заданных тактико-технических характеристиках техники с учетом технико-экономических показателей на этапе ТЭО, в процессе реализации

НИОКР и по результатам реализации процессов НИОКР оценивать результативность последствий реализованных рисков, предварительно сегментируя протекающие процессы на рисковые и безрисковые.

6. Низкое качество отслеживания реализующихся этапов с учетом рисков от запланированных этапов создания конечного продукта в процессах поставок электронно-компонентной базы (далее ЭКБ) и импортозамещения ЭКБ и других составных частей для РКТ.
7. Слабый уровень использования возможности сокращения производственных циклов РКТ по причине несогласованности действий производственных подразделений.
8. Трудности планирования бюджета и достижения целевой себестоимости продуктового направления и другие [1].

Комплексная методика прогнозирования рисков научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на основе оценки рискоустойчивости с учетом возможных рисков участников кооперации. Методика определения уровня рискоустойчивости предприятия, как интегрального показателя для характеристики возможности выполнения предприятием работ по Гособоронзаказу, даже в случае реализации прогнозируемых рисков. Методика определения рискоустойчивости предприятия основана на оценке предельной стоимости прогнозируемых рисков, а также предельного уровня риска и предельной рискоустойчивости предприятия. Критерий предельной рискоустойчивости выражен в двух формах: предельно допустимый и предельно возможный.

Методика категорирования потенциально опасных рисков (ПОР) для военно-экономической безопасности государства. Предложен подход оценки рисков военно-экономической безопасности государства с учетом возможных рисков невыполнения ГОЗ. Показатели рискоустойчивости предприятий ОПК непосредственным образом влияют на рискоустойчивость государства с целью превентивных мероприятий.

Концепция ТЭО в интересах развития Минобороны РФ. Охватывает весь жизненный цикл ТЭО, минимизирует риски завышения (занижения – редко) стоимости этапов ГОЗ.

Материалы и методы. В написании статьи использовались программно-целевой и адаптивный подходы, позволяющие принять превентивные мероприятия к хозяйственным рискам. Также в статье используется метод экспертных оценок, позволяющий оценить уровень угрозы и вероятности возникновения рисков на том, что есть отсутствие связей между ТЭО, планом и «проектным управлением процессами НИОКР с учетом рисков не позволяет производить качественный мониторинг процессов технико-экономического обоснования Гособоронзаказа, его эффективности и эффективности последствий хозяйственных рисков и реализованных бюджетных средств в рисковых условиях. Ситуацию еще усугубляет отсутствие комплексного методического обеспечения, способного сопроводить данные процессы от ТЭО до оценки результативности бюджетных средств, попавших в рисковые и безрисковых условия с учетом мониторинга динамических характеристик рисков». Необходимо методическое обеспечение, которое бы систематизировало все эти процессы, позволяющее прогнозировать результаты последствий рисков НИОКР как на этапе ТЭО (неверные проекты ТЭО, завышение или занижение показателей трудоемкости, неверный учет или прогноз инфляции, неучет эпидемиологической ситуации в мире, политические риски и т.д.), так и на этапе принятия управленческих решений о целесообразности превентивных мероприятий на всех этапах НИОКР. По результатам оценки реализованных рисков необходима их регистрация с учетом природы возникновения рисков и архивирование всех этапов жизненного цикла риска с целью грамотного управления развитием ракетно-космической отрасли, повышения эффективности вкладываемых в нее бюджетных средств и внедрением полученных данных в последующем в учебный процесс с адаптацией необходимых при этом компетенций. В этой связи методическое обеспечение также должно позволить определять объем необходимых денежных средств, обеспечивающих необходимую исполнителю производительность совокупных затрат с учетом предельных стоимости рисков, рискоустойчивости и уровня риска в условиях неопределенности выполнения НИОКР на

каждом этапе жизненного цикла риска (от момента возникновения неопределенности до момента ее исчезновения).

Предложенная автором концепция оценивания результатов последствий рисков НИОКР на основе проектно-процессного подхода (рис. 1) объединяет этапы ТЭО и этапы (с классификацией процессов и условий неопределенности) реализации НИОКР. Структурно-содержательная схема образования «совокупной стоимости хозяйственного риска», возникающего при реализации программ и планов развития вооружения, военной и специальной техники позволили разработать схемы образования эффекта хозяйственного риска НИОКР в виде прибыли и в виде убытка.



Рисунок 1. Концепция развития военно-экономического сопровождения НИОКР

На рис. 2 и 3 авторами представлены схемы образования эффекта хозяйственного риска НИОКР в виде прибыли и в виде убытка.

Предложены понятие и показатель и критерии «рискоустойчивости» (предельно возможная и предельно допустимая), позволяющие определять способность управления внутренними рисками и адаптироваться к внешним. Потому как понятия «риск» и «рискоустойчивость» тесно взаимосвязаны между собой, то рассматривать эти понятия отдельно друг от друга влечет за собой неэффективность исследования. Все эти показатели имеют предельные значения, больше которых возникают угрозы для военной экономики государства [4].

Результаты и обсуждения. Таким образом, категория «совокупная стоимость хозяйственного риска НИОКР» отражает все связанные с риском НИОКР и его последствиями затраты и его содержательное наполнение: цену риска НИОКР или затраты, понесенные при принятии решения рисковать; издержки последствий риска; связанные с риском прочие расходы. Такой подход позволяет четко разделить и конкретизировать понятия собственно риска и его последствий, показать объединяющие их признаки и отличительные особенности как с позиций качественного определения, так и с точки зрения количественного выражения посредством стоимостных характеристик, разработать математический инструментарий управления хозяйственными рисками НИОКР, а также оценки эффекта и эффективности принятых решений в рамках риск-менеджмента [2,3].

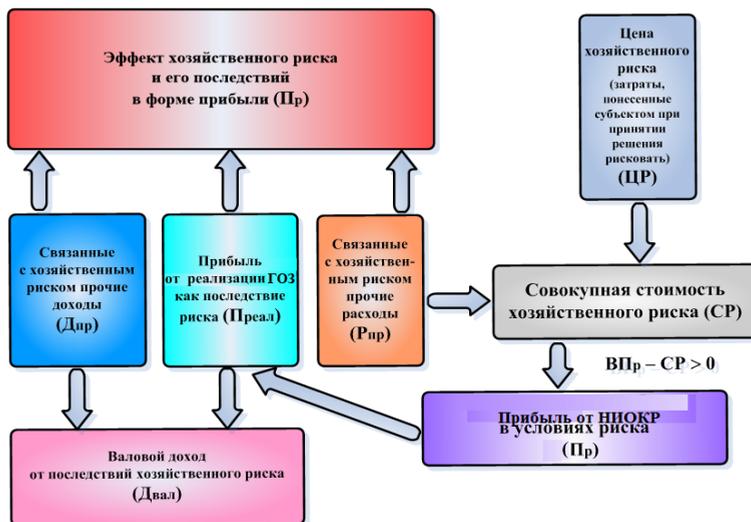


Рисунок 2. Схема образования эффекта хозяйственного риска НИОКР в виде прибыли

Перспективами исследования является разработка комплексной системы показателей оценки рисков на всех основных этапах НИОКР, выполняемых в рамках ГОЗ в интересах Министерства обороны РФ (от обоснования целесообразности НИР (ОКР) до реализации последнего его (ее) этапа и оценивания результативности НИР (ОКР), а также методики определения рискоустойчивости предприятия и государства от этапов жизненного цикла НИОКР (с программным обеспечением). Данный подход позволит отслеживать целесообразность расходования бюджетных средств и адекватность маневров в рисковом условиях или их создания.

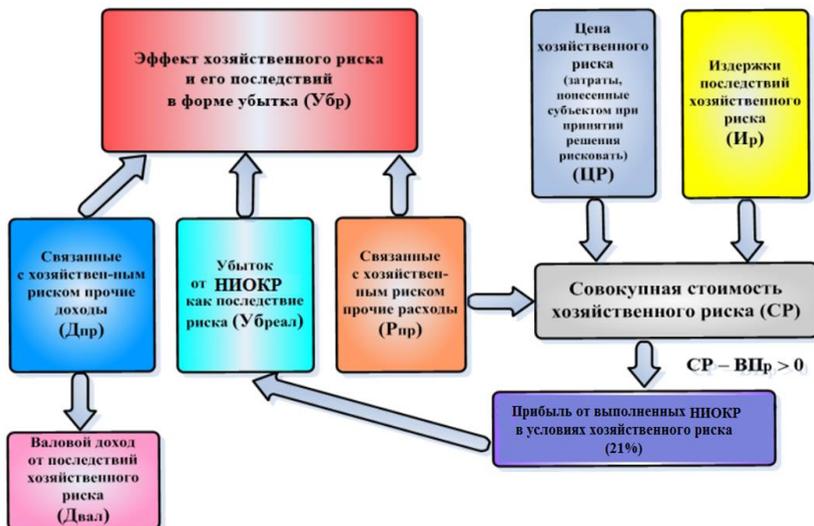


Рисунок 3. Схема образования эффекта хозяйственного риска НИОКР в виде убытка

Выводы. Учитывая все вышесказанное, автор предлагает концепцию оценивания результатов последствий рисков НИОКР на основе проектно-процессного подхода, которая позволит повысить эффективность использования ресурсов государства, повысить качество планирования на всех этапах цепочки создания ракетно-космической техники, сократить затраты для достижения целевой себестоимости» [5-9].

Заключение. Перспективой данного исследования является разработка сбалансированной системы показателей как аналитического инструмента оценки эффективности последствий реализованных процессов и рисков НИОКР на всех этапах жизненного цикла рискованной ситуации.

Литература

1. Викулов С.Ф. Военно-экономический анализ: история, методология, проблемы // ЭНЖ «Вооружение и экономика» № 4 (20), 2012. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://viek.ru/vie_12_4.pdf – (Дата обращения: 27.04.2020).
2. Михайлова Э.А., Сбитнев С.Н. Разработка механизма управления закупками на предприятии авиадвигателестроения: научная статья, Вестник Рыбинского государственного авиационного технического университета имени П.А. Соловьева, Рыбинск: РГАТУ, 2011. – С. 187-195.
3. Проектно-процессный подход к управлению на предприятии авиадвигателестроения Михайлова Э.А., Сбитнев С.Н. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <file:///C:/Users/User/Desktop/%D0%9F%D0%9F%D0%9F/8de24294108b3586a08616e9ff436788.pdf> – (Дата обращения: 27.04.2020).
4. Зубова Л.В., Коровин Э.В., Яхваров Е.К. Разработка классификации системы показателей оценивания рискоустойчивости предприятий в ходе выполнения Гособоронзаказа // Научный журнал ВАК «Проблемы экономики и юридической практики», № 5: 48-53 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://urvak.ru/articles/probl-5380-vypusk-5-razrabotka-klassifikatsii-i-si/> – (Дата обращения: 27.04.2020).
5. Коровин Э.В. Методология формирования рынка жилищных услуг / Коровин Э.В.; под ред. А.А. Горбунова; Санкт-Петербургский гос. ун-т сервиса и экономики, Ин-т региональной экономики и упр., Каф. предпринимательства и упр. жилищно-коммунальным хоз-вом. Санкт-Петербург, 2005.
6. Лавринов Г.А., Козин М.Н., Управление рисками в системе государственного оборонного заказа, - Саратов: Наука, 2010. – 255 с.
7. Михайлов А.Л., Бабенков В.И., Чирков А.П., Коровин Э.В., Методологические основы оценки военно-экономической эффективности управленческой деятельности. Учебное пособие. СПб.: ВАТТ, 2004. - 230 с.
8. Чарушников А.В., Кузьмин В.Н., Дрецинский В.А. Инновационный методический подход к моделированию и оцениванию эффективности космических систем – «Инновации», № 9 (205), 2015. – С. 7-11.
9. Zubova L.V., Kuzmin V.N., Sherstyuk A.V. Model of administration of managerial decisions based on estimation of risk-stability of enterprises, 2018 <http://scieuro.com/articles-2/> – (Дата обращения: 27.04.2020).

ПОДДЕРЖКА БЕЛОРУССКОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА ГОСУДАРСТВОМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА

Р.А. Казакевич, О.Е. Крупейченко

Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь

kr.olga.31@gmail.com

Аннотация

В статье анализируются влияние кризиса и его возможные последствия для экономики в целом, а также меры, предпринимаемые государством для поддержки малого и среднего бизнеса в Беларуси. Рассмотрены аналогичные меры в других странах, среди которых как соседи Беларуси, так и наиболее экономически развитые страны.

Ключевые слова

Малый и средний бизнес, господдержка, антикризисные меры, пандемия коронавируса.

С начала вспышки коронавируса прошло относительно немного времени, однако последствия для экономик всех стран уже достаточно ощутимы. Чтобы физически остановить инфекцию, правительства большинства стран обратились к проверенным мерам общественного здравоохранения, таким как закрытие границ и социальное дистанцирование, что разорвало взаимный поток товаров/услуг и людей, застопорило экономики.

Прекращение экономической активности влечёт проблемы как для государственных, так и для частных предприятий. Особенно тяжело именно малому и среднему бизнесу, так как затруднены поставки товара, количество клиентов резко снизилось, и прибыль соответственно тоже. Всё это не позволяет предпринимателям полностью отвечать по своим обязательствам: платить налоги, арендную плату, отдавать долги по кредитам и коммунальным платежам, выплачивать заработную плату. Как следствие – падение уровня жизни работников этих сфер и массовые увольнения.

Работники без заработной платы означают домохозяйства без дохода, что, в свою очередь, приводит к трудностям при покупке продуктов питания и других предметов первой необходимости. Поэтому политика по поддержке малого и среднего бизнеса и других затронутых кризисом предприятий, также является косвенным, но важным средством обеспечения социальной защиты.

Белорусский малый и средний бизнес не исключение, во многих отраслях экономики он оказался под ударом. Судя по данным опросов, представителей бизнеса, в Беларуси к середине апреля 2020 г. наблюдалось падение по конкретным отраслям: туризм и массовые мероприятия – на 95-98%; стоматология и несрочные медицинские услуги – до 90%; рестораны, кафе, игорные клубы – на 50-80%; спортивные и частные образовательные учреждения – на 40-60%; перевозки пассажиров – на 20-50%; недвижимость, продажи авто и других товаров, кроме продуктов – на 20%; в IT-секторе падение незначительно, но он также пострадал от уменьшения зарубежных заказов [1].

Очевидно, что необходимо принятие срочных мер по поддержке бизнеса со стороны государства. На фоне значительного сокращения, а в некоторых случаях и полного отсутствия выручки, предприниматели неоднократно просили правительство предоставить им отсрочку по налоговым и кредитным платежам, снизить арендные ставки, которые сейчас забирают большую часть их текущей прибыли. Учитывая, что и раньше у белорусского малого и среднего бизнеса была серьёзная конкуренция с крупными предприятиями, то сейчас это похоже на борьбу за выживание. Потому что официально карантин в Беларуси не объявлен и

частные предприятия не могут приостановить деятельность просто ссылаясь на падение продаж, что делает ситуацию ещё сложнее.

Также правительство на данный момент акцентирует внимание на государственном секторе, который считается приоритетным. В апреле президент РБ заявил, что поддержка будет оказана не всем, а только определённым отраслям и субъектам хозяйствования (например, единственному национальному авиаперевозчику «Белавиа»), остальным, в частности рестораторам, был дан совет: сменить сферу деятельности на время пандемии, либо её расширять, чтобы поддерживать предприятие на плаву. Однако, это довольно сложная задача, которая для большинства невыполнима. При этом 14 апреля правительство специальным постановлением № 222 списало задолженность 11 избранных предприятий перед бюджетом на общую сумму 157,7 млн. бел. руб. (59 млн евро), увеличив долю государства в этих ОАО на сумму поддержки. Это показывает, что малый и средний бизнес более уязвим перед внешними факторами, чем государственные предприятия и им приходится справляться с проблемами в большей части самим.

24 апреля был подписан Указ № 143 «О поддержке экономики». Данный документ был принят в целях «минимизации влияния на экономику Республики Беларусь мировой эпидемиологической ситуации» [2]. Он предусматривает поддержку компаний в отдельных секторах экономики, наиболее пострадавших от пандемии коронавируса. В перечень вошли отдельные виды деятельности: обрабатывающая промышленность, производство текстильных изделий и одежды, оптовая и розничная торговля, авиаперевозки, фитнес-центры, салоны красоты, парикмахерские, рестораны, бары, туристические компании и др. Согласно данному Указу, местные власти могут предоставить данным организациям налоговые каникулы с 1 апреля по 30 сентября 2020 г. При этом нет критериев отбора нуждающихся в помощи предприятий и не прописаны сроки принятия решений по обращениям, не отменяются планы по наполняемости местных бюджетов, все перечисленное затрудняет реализацию данного закона на местах.

Вводится мораторий на повышение арендной платы, и отсрочка ее уплаты до 30 сентября 2020 г.

В случае расторжения договора с прежним поставщиком заказчикам предоставлено право на государственные закупки из одного источника в объёме, позволяющем вести нормальную деятельность 2 месяца. При этом поставщики, которые не могут обеспечить доставку товаров из-за объективных причин и вследствие этого расторгли контракт, не будут включаться в число недобросовестных поставщиков.

Дополнительной поддержкой частного сектора занимаются и банки. Национальный банк Республики Беларусь смягчил требования по выдаче займов предприятиям малого и среднего бизнеса. А сами банки получили больше свободы в принятии решений, а также по условиям предоставления отсрочки по выплате кредитов, а также оценивать риски при предоставлении займов и кредитов. Они оказывают финансовую поддержку в плане предоставления кредитов и займов, для продолжения деятельности и обеспечения обязательств перед потребителями. Однако предприниматели хотят, чтобы банки устанавливали разумные ставки по кредитам, что сделало бы их более доступными, а также позволяло их оплачивать своевременно и в полном объёме.

Меры, которые предпринимает белорусское правительство для поддержания стабильной работы экономики будут дополняться и корректироваться поэтапно, с учётом ситуации, которая складывается как на белорусском рынке, так и на зарубежном. Все эти факторы будут учитываться при разработке дополнительных мер поддержки малого и среднего бизнеса.

Для сравнения и возможного перенимания опыта, рассмотрим также меры, которые были приняты с целью поддержки бизнеса в других странах. Очевидно, что степень господдержки зависит от богатства страны в целом.

Россия. Для государства в условиях пандемии, наряду с поддержкой населения приоритетной является также поддержка малого и среднего бизнеса, которая в 2020 г. будет

осуществляться сразу в нескольких областях, включая бюджетные платежи и субсидии, отсрочки обязательных платежей и налоговые льготы [3]. Правительство планирует оказывать прямую бесплатную финансовую поддержку малым и средним предприятиям из пострадавших от пандемии отраслей. В перечень, утвержденный постановлением № 434 от 03.04.2020 г. уже вошли гостиничный бизнес, общепит, сфера услуг и развлечений и ряд других отраслей, при этом его планируют расширять, в частности, добавить торговлю непродовольственными товарами. Для предоставления краткосрочных целевых займов и льготных кредитов из федерального бюджета будет выделено 150 млрд. рос. руб. Общая сумма беспроцентных кредитов, выданных для выплаты заработной платы, должна составить 305 млрд. рос. руб. (при этом работодатель обязан сохранить не менее 90% рабочих мест). Среди других льгот – упрощение процесса лицензирования. Планируется также увеличить (с 60 до 180 дней) срок уплаты ранее начисленных административных штрафов.

Украина. 30 марта принят антикризисный закон № 3275 о дополнительных социально-экономических гарантиях в связи с коронавирусом. Разработана программа быстрой кредитной поддержки для малых предприятий, которые предусматривают сохранение предприятиями практически всего фонда заработной платы и количества наемных работников. До 30 июня 2020 г. действует временный мораторий на проведение большинства проверок государственными органами. На период действия карантина: Национальный банк Украины рекомендовал коммерческим банкам вводить кредитные каникулы, а затем реструктурировать задолженность после его окончания, также банкам запрещено повышать процентные ставки этот период; арендаторы освобождаются от уплаты арендной платы, если они не могут использовать арендованное имущество по независящим от них обстоятельствам.

Польша. Польский фонд развития начал оказывать финансовую поддержку малым и средним предприятиям с числом работников от 10 до 249 и с максимальным годовым оборотом в 50 млн евро или общей суммой баланса, не превышающей 43 млн евро.

В **Болгарии** выделено 2,3 млрд. евро на поддержку бизнеса. Правительство также объявило о переносе уплаты налогов с конца апреля на более позднюю дату в целях сглаживания последствий для малого бизнеса. Срок сдачи годовой финансовой отчетности был перенесен с весны на лето.

Грузия на 4 месяца освободила от налогов туристический, гостиничный и ресторанный бизнес.

В **Италии** объявлено о государственной гарантии в поддержку моратория на задолженность для малых и средних предприятий, которая включает в себя отсрочку погашения овердрафта, авансов, банковских ссуд, ипотечных и лизинговых операций. Компании могут попросить приостановить налоговые платежи. Те, кто зарабатывает менее 2 млн. евро, не должны платить налоги. Эти меры направлены на временное облегчение финансового бремени для бизнеса. Предприятиям, доход которых упал более чем на 25%, частично компенсируют потери. Для не работающих в период карантина предприятий вдвое снижены арендные платежи.

Великобритания. Бизнесу обещана беспрецедентная со времен Второй мировой войны помощь. Малые и средние предприятия, пострадавшие от пандемии могут получить кредиты до 25% от их годового оборота на срок до 6 лет от аккредитованных кредиторов, под правительственные гарантии, при этом за первый год пользования выплаты по кредитам не предусмотрены. Отсрочка оплаты НДС действует в период с 20 марта по 20 июня, но необходимо внести его до конца налогового года. В соответствии с государственной программой сохранения рабочих мест Coronavirus Job Retention Scheme до 30 июня 2020 г. предусмотрены государственные субсидии предприятиям, которые не могут вести бизнес в период пандемии, для покрытия до 80% заработной платы каждому из их сотрудников (до 2500 фунтов стерлингов), которые находятся в неоплачиваемом отпуске. На специальном портале businesssupport.gov.uk пошагово расписано, на какую помощь от государства бизнес может рассчитывать.

Во **Франции** для малых предприятий, которые в значительной степени пострадали от пандемии приостановлена оплата счетов за воду, газ, электричество и аренду, а также налогов и социальных взносов.

В **США** последствия пандемии вызвали достаточно серьёзные волнения, которые вынудили правительство принять экстренные меры для поддержки всех сфер деятельности. Федеральный Закон о коронавирусной помощи и экономической безопасности (CARES) предусматривает выделение 349 млрд. долл. в виде займов и помощи для малых предприятий. Ассоциация малого бизнеса США (**SBA**) анонсировала обширные программы помощи во время пандемии коронавируса. Малые предприятия могут получить федеральные займы с низкой процентной ставкой для пополнения оборотных средств. Для компаний с численностью до 500 работников действует Программа защиты зарплат, направленная выплаты работникам, находящимся в неоплачиваемых отпусках, при этом деньги не нужно будет возвращать, если предприятие сохранит данные рабочие места, с кредиторами рассчитается государство [4]. Наряду с федеральными мероприятиями, отдельные штаты и крупные города также предлагают свои антикризисные меры для поддержки предпринимателей.

Китай ранее сталкивался с эпидемиями, поэтому у них уже есть отлаженный механизм, который позволяет поддержать экономику и не позволить ей понести большие потери. Снижаются налоги для предприятий, банки обязаны временно приостановить прием выплат по кредитам, отменяются штрафы за просроченные выплаты. В период простоя предприятиям компенсируют выплаты по зарплатам за счет государственных средств. Активизируются меры по цифровизации услуг: внедрение новых технологий, бизнес-практик (бесконтактная доставка, автоматизированные транзакции), бизнес-моделей (онлайн услуги в сфере образования, торговли, развлечений и медицины).

В качестве заключения можно констатировать, что большинство стран осознаёт, что экономические последствия пандемии коронавируса требуют срочных ответных мер. Особо остро проблема стоит перед малым и средним бизнесом, который более подвержен подобным воздействиям, кризисные явления для него из-за всеобщего падения спроса, могут грозить катастрофой для страны в целом. Среди основных мер поддержки как наиболее важные следует отметить: предоставление льготных кредитов под правительственные гарантии для пополнения оборотных средств, отсрочка выплат по уже существующим кредитам, сокращение трансфертов государству (налоги, взносы на соцстрахование), прямые финансовые выплаты, направленные на сохранение рабочих мест.

Очевидно, что в Беларуси в данный момент недостаточное внимание уделяется поддержке предпринимателей, что в дальнейшем может повлечь необратимые социально-экономические последствия – неизбежно падение уровня жизни и рост безработицы, потери бюджета от недополученных налогов в случае ликвидации ряда компаний, которые не переживут кризис. При этом не следует забывать про ограниченные финансовые возможности белорусского государства по сравнению с экономически более развитыми странами.

Литература

1. Экономические последствия коронавируса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/ekonomicheskie-posledstviya-koronavirusa> – (Дата обращения: 29.04.2020).
2. Указ Президента Республики Беларусь № 143 от 24.04.2020 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P32000143&p1=1>. – (Дата обращения: 26.04.2020).
3. Поддержка малого и среднего бизнеса в связи с коронавирусом в 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20200428/1570683407.html> – (Дата обращения: 30.04.2020).

4. Кто во что горазд: как разные страны мира борются с кризисом [Электронный ресурс].
– Режим доступа: <https://newizv.ru/article/general/01-04-2020/kto-vo-chto-gorazd-kak-raznye-strany-mira-boryutsya-s-krizisom>. – (Дата обращения: 22.04.2020).

ВЛИЯНИЕ ВОЕННЫХ РИТУАЛОВ И ТРАДИЦИЙ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРАВОВОГО СОЗНАНИЯ КАДЕТОВ

Л.М. Кирилук

Научный руководитель – к.ю.н., доцент В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

Ludaa09@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается вопрос взаимовлияния права (правового сознания и правовой культуры) и формирования ритуалов и воинских традиций в системе кадетского образования. Автор исследует вопрос закрепления традиций посредством развития правосознания подрастающего поколения.

Ключевые слова

Право, правовая культура, правосознание, кадеты, ритуал, традиция, символы.

В современных условиях, когда происходят серьёзные политические изменения в России, продолжают преобразования в силовых ведомствах с целью повышения эффективности деятельности и общего уровня безопасности, также происходит изменение ценностных векторов общества в целом, особенно остро встаёт вопрос укрепления и усиления государственных институтов нашей страны, основанных на традиционных ценностях. Важным представляется воспитание уважительного отношения к праву в сознании подрастающего поколения, развитие правовой культуры, которая является фундаментом и залогом добросовестного и безупречного правового поведения в дальнейшем.

Особенно важно это для работников силовых ведомств, ведь в известном смысле они являются своего рода маркером отношения государства к своим же гражданам, и чем больше граждане испытывают уважения к военнослужащим, сотрудникам и работникам силовых ведомств, тем более здоровой и стабильной представляется политическая обстановка в стране.

Актуальность этой проблемы подчеркивается в федеральном компоненте государственных образовательных стандартов начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования. Среди целей, которых должно достичь основное общее образование, мы видим также и «воспитание патриотизма, уважения к истории и традициям нашей Родины, к правам и свободам человека, демократическим принципам общественной жизни» [1].

Выполняя важнейшую задачу по воспитанию ценностного и уважительного отношения у воспитанников кадетских корпусов к воинскому долгу, необходимо обращать наиболее пристальное внимание развитию их правовой культуры и правосознания. При этом система воспитания должна, конечно, учесть и традиции, исторический опыт и систему ценностей, которая сложилась в нашей стране, и которая отвечает современным реалиям в России.

Мы полагаем, что воинские ритуалы, которые существуют и могут быть реализованы в кадетских корпусах и классах общеобразовательных учреждений, должны брать своё начало из права.

Общепринятой точкой зрения считается, что ритуалы и традиции представляют собой своеобразное выражение определенной системы ценностей. Это явление надстроечного порядка; оно отражает ту идеологическую систему, которая его опосредует. То есть, это выражение мировоззрения, отношение к миру и социуму, мышления и, конечно, совокупности представлений о праве. Тем самым, мы предполагаем, что именно право (правосознание,

правовая культура, правовое поведение) опосредует ритуалы и традиции, которые в свою очередь позволяют право закрепить в сознании членов общества.

Как пишет К.Е. Сигалов, ритуал представляет собой особое действие, которое основывается на определенном сценарии, при этом действие является постоянным и неизменным. Однако именно через правосознание и правовую культуру можно прийти к ритуалам. Ведь исполнение правовых предписаний является достаточно сложным действием, требующим осознания правовых норм. А ритуал упрощает выполнение этих действий. В сознании людей правовая норма посредством ритуала становится изначально установленной, привнесённой как бы «высшими силами». Тем самым, получается ситуация, что, отступая от ритуала, человек отступает и от правовой нормы. Поэтому ритуализация надёжно закрепляет положения права на уровне бытового восприятия и обычных жизненных ситуаций, утверждает их в сознании людей, способствует легкому усвоению на уровне рефлексов. Особенно это касается тех социальных слоев, где возникают трудности с правовой культурой, которые воспринимают право, как враждебную и вредоносную вещь [3].

К.Е. Сигалов подчеркивает, что ритуалы и традиции подкрепляют правосознание также и внешними атрибутами. Касаясь кадетов, это, конечно, военная форма, которая лишней раз напоминает, кем является кадет и какова его роль в жизни общества, это знаки отличия, исполнение воинского приветствия и так далее [3].

Как пишет И.А. Шаповалов, те стереотипы поведения, которые становятся для большинства людей привычными, основываются на традициях и повседневных ритуалах. Насколько те или иные традиции закрепляют и утверждают важные и необходимые образцы правового поведения и нормы, настолько они являются для общества необходимыми. Следовательно, они начинают закрепляться до такой степени, что передаются из поколения в поколение, заменяют в какой-то степени даже содержание тех явлений, которые они когда-то формировали [4].

Тем самым, можно сделать вывод, что именно ритуалы и традиции выступают в качестве основного закрепляющего инструмента для правовых норм в обществе.

Неудивительно, что порядок выполнения и совершения воинских ритуалов в целом закрепляется нормативными документами: это уставы, положения, инструкции кадетских образовательных учреждений. То есть, даже формально право является основой для ритуалов и традиций.

Более того, как отмечает Е.Ю. Жукова и Д.Ф. Ильясов, правосознание развивается посредством ритуалов. И опыт их проведения, четко и грамотно спланированные методы проведения ритуалов работают инструментов формирования правовых ценностей, патриотических чувств и любви к Родине у кадетов, вызывают у них уважительное отношение к исполнению воинского долга. Тем самым достигается цель развития правосознания у данной категории обучающихся, ведь традиционное содержание воинских традиций формирует именно морально-политическую основу сознания кадетов, а данная основа наиболее плотно взаимосвязана с правовой [2, 3].

Таким образом, воспитание и развитие уважительного отношения к воинскому долгу, чувства любви к Родине, к отечественной правовой системе и соблюдению правовых норм в системе кадетского образования представляется нам необходимым и важным.

Широкое использование существующих воинских традиций, возрождение старинных ритуалов, существовавших ещё в царской армии, позволяет крепче и надёжнее формировать правосознание достойного гражданина и защитника Отечества.

Традиции, церемонии и ритуалы кадет МЧС России являются тем компонентом, который объединяет его, и одновременно подчеркивает его индивидуальность. Большое влияние традиций на воспитание и формирование правового сознания кадет побуждает командиров постоянно стимулировать их рост и действия, тщательно подбирать, поддерживать, создавать положительные традиции. Такие традиционные для российского общества понятия, как Родина и Отечество, гражданственность, правовая культура, долг, ответственность и другие могут в молодежной среде претерпевать существенные изменения, в значительной мере

утрачивают свой прежний смысл и значение, меняются как по объему, так и по содержанию. Поэтому при осуществлении правового воспитания кадет силовых ведомств необходимо учитывать современную ситуацию в молодежной среде и вести соответствующую разъяснительную работу, направленную на сохранение традиционных ценностных ориентиров, правовых установок в сфере выполнения своих профессиональных обязанностей по решению стоящих перед ними задач.

Привнесение в жизнь молодых людей, являющихся кадетами, через систему отечественного образования, правового воспитания, поскольку «Одной из характерных черт правосознания в России является моральное понимание права, неотъемлемость его нравственной составляющей» [5] государственной и военной символики, компонентов и составляющих военно-исторических традиций, повсеместное использование ритуалов, атрибутов и традиций российского воинства может существенно повлиять на воспитание патриотических чувств у молодёжи, их желания служить Отечеству, а также неукоснительно следовать правовым предписаниям, законодательству Российской Федерации и уставным положениям.

Литература

1. Приказ Минобрнауки России от 05.03.2004 N 1089 (ред. от 07.06.2017) «Об утверждении федерального компонента государственных образовательных стандартов начального общего, основного общего и среднего (полного) общего образования» // Вестник образования России. - N 12 - 15. - 2004.
2. Жукова Е.Ю., Ильясов Д.Ф. Воинские ритуалы в воспитании современных кадет: сущность и содержание // МНКО. - 2012. - №2. - С. 197-200.
3. Сигалов К.Е. Эстетическое бытие права // Юридический мир. - 2009. - N 9. - С. 55 - 58.
4. Шаповалов И.А. Право и правосознание: проблема системного единства // LEX RUSSICA. - 2004. - № 2. - С. 629-638.
5. Чайка В.Н. правопонимание в едином школьном учебнике по истории России на основе историко-культурного стандарта: сохранение традиционного ценностного ряда// война, народ, победа (посвящается 70-летию победы советского народа в великой отечественной войне) Материалы международной научно-практической конференции: в 2 частях. Санкт-Петербургский университет МВД России, под общей редакцией Н.С. Нижник. - 2015. - С. 103-107.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ, КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ

Л.В. Крючкова¹, А.В. Крючкова²

1 – Вятская государственная сельскохозяйственная академия, Киров, Россия

2 – Кировский государственный медицинский университет, Киров, Россия

L_V_Kruchkova@mail.ru

Аннотация

Социальная политика государства определяет уровень развития человеческого фактора любого государства. Современная политика государства реализуется через систему социальных проектов, некоторые из которых связаны с системой здравоохранения. В сложных условиях в борьбе с многими заболеваниями и пандемиями, на эту отрасль возлагаются большие надежды и вот тогда уровень экономической безопасности здравоохранения является определяющим показателем в решении этих проблем.

Ключевые слова

Экономическая безопасность, здравоохранение, эффективность деятельности, социально-экономическое развитие.

Все чаще в средствах массовой информации и в деловом обиходе применяется понятие «экономическая безопасность». По данным понятием зачастую нами понимается то состояние предприятия, которое позволяет максимально эффективно управлять его ресурсам предприятия для предотвращения угроз и в целях обеспечения стабильного функционирования предприятия.

Экономическая безопасность позволяет обеспечить эффективное развитие любой экономической системы и даже выступает гарантом обеспечения стабильного функционирования экономики, ее развития, независимости и суверенитета.

Экономическая безопасность чаще всего ассоциируется с производственной сферой, однако данное понятие можно применить и к социальной сфере. Достижение высокого уровня экономической безопасности социальной сферы будет способствовать повышению благосостояния общества и уровня его социальной защищенности.

Одной из составляющих социальной сферы государства является система здравоохранения, которая на одной планке стоит с системой образования, обороноспособностью государства, наукой. Это главные четыре составляющих от развития, которых будет зависеть мощь государства, его устойчивость и высокий уровень развития. Экономическая безопасность в сфере здравоохранения занимает значительное место в системе обеспечения экономической безопасности государства и это можно аргументировать тем, что учреждения здравоохранения являются важнейшими элементами социальной инфраструктуры, обеспечивающие безопасность государства и общества за счет сохранения и развития человеческого потенциала.

Человек – главная ценность государства. Именно поэтому основной целью обеспечения национальной безопасности страны заключается в способности защитить свое государство и жителей от угроз, внешних и внутренних, поддерживать высокий уровень жизни, гарантировать соблюдение законов, обеспечивать оборону страны.

Основной целью обеспечения экономической безопасности организации в сфере здравоохранения является обеспечение его устойчивого и максимально эффективного

функционирования в настоящее время и обеспечение высокого потенциала развития и роста предприятия в будущем.

Экономическая безопасность национальной экономики является очень хорошо разработана, однако, экономическая безопасность учреждений здравоохранения мало разработана с учетом современных реалий.

Проблема обеспечения экономической безопасности здравоохранения обуславливается наличием проблем и наиболее главные — это:

- недофинансирование системы здравоохранения;
- рост цен на платные медицинские услуги;
- дефицит и неоптимальная структура кадров;
- неудовлетворительная квалификация медицинских работников;
- отставание нормативов объемов бесплатной медицинской помощи реальным потребностям населения;
- низкие объемы высокотехнологичной медицинской помощи;
- неэффективное управление отраслью на всех уровнях;
- низкий уровень качества оказания медицинских услуг.

Обеспечение необходимого уровня экономической безопасности в системе здравоохранения позволит своевременно выявление угроз экономической безопасности, и создать механизм влияния на них путем разработки мероприятий, направленных на их нейтрализацию.

Сфера здравоохранения играет значительную роль в национальной безопасности Российской Федерации. В политике России совершенствование и развитие здравоохранения отводится особое место. Кроме того, в деятельности системы здравоохранения выделяется не только социальная направленность, но и прослеживается экономический аспект. Обосновать это можно следующим образом, чем выше уровень эффективности сферы здравоохранения, тем выше уровень здоровья граждан, как следствие увеличивается качество и количество кадров в стране и повышается активность населения, а значит и устойчивей благополучие страны в целом. Нельзя и сбрасывать со счетов и тот факт, что активность населения – это активность трудовых ресурсов экономики, это движущая сила производственного процесса, это основа для роста производства, а значит и роста валового внутреннего продукта государства и, как следствие, увеличение налоговых доходов государственного бюджета.

Достижение высокого уровня экономической безопасности в здравоохранении будет способствовать защите научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от экономических угроз, а это гарантирование стабильного и продуктивного функционирования сферы в настоящее время и обеспечение высокого уровня развития и роста в будущем.

Экономическую безопасности системы здравоохранения можно оценить по состоянию ресурсного, в том числе кадрового, финансового потенциалов системы, а также уровнем развития производственной инфраструктуры здравоохранения, которая гарантирует в соответствии с текущими потребностями качество и доступность медицинской помощи населению, обеспечивает в соответствии с будущими потребностями инновационное развитие системы, распространение передовых медицинских технологий.

Экономическая безопасность здравоохранения рассматривается экономистами как состояние защищенности от негативных воздействий и нанесения вреда хозяйственной деятельности. По их мнению безопасность как экономическая категория позволяет поддерживать экономику на уровне развития, который обеспечивал бы нормальную жизнедеятельность населения, в части его занятости, возможности его дальнейшего экономического роста, поддержание в рабочем состоянии всех систем, необходимых для успешного развития и созданий условий жизни населения» [2].

Роль системы здравоохранения в экономической безопасности можно определить двумя составляющими:

1. Здравоохранение рассматривается как элемент социально направленной подсистемы, она способствует благоприятной жизнедеятельности общества, тем самым обеспечивает высокий уровень социально-экономической безопасности государства, а значит и отражает значимость роли здравоохранения в экономической безопасности страны в целом путем сохранения и развития человеческого потенциала.

Снижение эффективности деятельности сферы здравоохранения пагубно скажется на здоровье граждан, и становится угрозой для экономической безопасности государства. Президент РФ отмечает, что сфера здравоохранения является одной из восемнадцати стратегических национальных приоритетов, обеспечивающая долгосрочные интересы нации путем повышения качества жизни, укрепление здоровья населения, обеспечение стабильного демографического развития страны [1].

2. Система здравоохранения рассматривается как комплекс учреждений и реализуемых ими мер, направленных на медицинское обслуживание населения, в связи с чем здравоохранение представлено системой, включающая в себя следующие составляющие:

- медицинскую и фармацевтическую промышленность;
- систему подготовки медицинских кадров;
- комплекс мер по реабилитации инвалидов;
- систему санаторно-курортную;
- системы лекарственного обеспечения населения;
- системы медицинского страхования и т. д.

Для обеспечения экономической безопасности здравоохранения необходимо выполнение следующих условий:

- 1) минимизация потерь государства в части компенсации расходов по предоставляемым населению медицинских услуг;
- 2) минимизация ущерба для учреждений здравоохранения;
- 3) минимизация потерь для всех граждан, являющихся потребителями медицинских услуг;
- 4) достижение высокого уровня социальной эффективности, как один из показателей эффективной деятельности системы здравоохранения;
- 5) максимальная отдача от единицы вложений в сферу здравоохранения на единицу отдачи.

Если рассматривать экономическую безопасность здравоохранения через систему экономической безопасности организации, то ее можно представить следующими элементами:

- 1) Финансовая составляющая. В сфере безопасности здравоохранения это будет гарантироваться комплексом действий в части рационального использования финансовых ресурсов учреждения, и проявляется в особо результативной структурой капитала, сопровождается увеличением качества планирования и осуществление финансово - хозяйственной деятельности учреждения здравоохранения по всем направлениям планирования и управления.
- 2) Интеллектуальная и кадровая составляющая экономической деятельности сферы здравоохранения невозможна без высококвалифицированных сотрудников. В здравоохранении предусмотрены меры по организации постоянного обучения персонала, повышение его квалификации с целью достижения высокого уровня интеллектуального потенциала сферы.
- 3) Информационная составляющая учреждений здравоохранения. Для поддержания ее на высоком уровне необходимо:
 - обеспечить сбор и анализ информационных данных, касаемо деятельности учреждений сферы здравоохранения;
 - изучать направлений научного и технологического прогресса в сфере здравоохранения, а также проводить его прогнозирование;

- оценивать состояние экономической безопасности здравоохранения как отдельно по каждому элементу, так и в совокупности;
 - определить мероприятия, направленные на развитие экономической безопасности в здравоохранении.
- 4) Экологическая составляющая экономической безопасности позволит обеспечить соблюдение экологических норм при минимальных затратах, иными словами, оптимизировать затраты на обеспечение экологического законодательства.
 - 5) Силовая составляющая направлена на физическую сохранность сотрудников медицинских учреждений, сохранности имущества и т. д.
 - 6) Политико-правовая составляющая, гарантирует эффективное правовое обеспечение деятельности учреждения здравоохранения, соблюдение предприятием и его сотрудниками всех сторон действующих нормативно-правовых актов.
 - 7) Санитарно-эпидемиологическая составляющая находит выражение, во-первых, в поддержании безопасного и безвредного для человека влияния объектов, а во-вторых, - достижение высокого уровня санитарно-эпидемиологической безопасности для учреждения и предупреждение развития заболеваемости общества.
 - 8) Производственная составляющая в сфере экономической безопасности здравоохранения исходит из организации работ по профилактике заболеваний, лечению и уходу за пациентами, транспортировка больных, производства медицинских изделий и изделий медицинского назначения, санитарная обработка территорий и другие услуги, предоставляемые учреждениями здравоохранения.

Для учреждения здравоохранения одной из главных задач является обеспечение оптимальных условий для процесса оказания медицинской помощи с позиций сохранения и укрепления здоровья населения, и все это возможно когда действует гуманная, современная, активная и эффективная система здравоохранения, построенная и действующая не на альтруизме врачей и обслуживающего персонала, а на высоком уровне экономической безопасности всей отрасли.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» / Российская газета. 31.12.2015. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2015/12/31/nac-bezopasnostsite-dok.html> – (Дата обращения: 30.04.2020).
2. Данишевский К.Д. Оценка экономической эффективности в здравоохранении // Медицина. – 2015. – № 2. – С. 11–19.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ ОРГАНЫ МЧС РОССИИ КАК ПРЕДСТАВИТЕЛИ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЕТВИ ВЛАСТИ В ОБЛАСТИ ГРАЖДАНСКОЙ ОБОРОНЫ, ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ И ТЕРРИТОРИЙ ОТ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ, ОБЕСПЕЧЕНИИ ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И БЕЗОПАСНОСТИ ЛЮДЕЙ НА ВОДНЫХ ОБЪЕКТАХ

О.В. Мартыненко, Л.А. Толмачев

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

martynenko@igps.ru

tpaxter@yandex.ru

Аннотация

В статье рассмотрены функции и полномочия Главного Управления МЧС России по субъекту Российской Федерации, являющегося структурным подразделением МЧС России на территории определенного региона.

Ключевые слова

Территориальный орган МЧС России, гражданская оборона, чрезвычайные ситуации, пожарная безопасность.

В соответствии с действующим российским законодательством на МЧС России, являющимся представителем исполнительной ветви власти, возложена выработка и исполнение государственной политики в таких направлениях обеспечения безопасности как гражданская оборона, защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера (далее - чрезвычайные ситуации), обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах.

Согласно п. 1 Приказа МЧС России от 06.08.2004 N 372, утвердившем Положение о территориальном органе МЧС России, уполномоченным территориальным органом, на который возлагаются задачи в области обеспечения безопасности, названо Главное Управление МЧС России по субъекту Российской Федерации (далее – ГУ МЧС России) [1]. Данный орган является структурным подразделением МЧС России с непосредственной подчиненностью Министру Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (далее - Министр).

Верховный Суд РФ рассматривал вопрос правомерности создания аналогичных органов в структуре органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации. Судебный процесс был инициирован прокурором Нижегородской области в результате несогласия с включением в Закон Нижегородской области от 14.01.1996 № 17-3 «О защите населения и территорий Нижегородской области от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» положения о создании в структуре органов исполнительной власти постоянно действующих органов управления, специально уполномоченных на решение задач по защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций.

Согласно выводам суда, данное положение противоречило действующему федеральному законодательству, органы государственной власти субъекта не могут создавать рассматриваемые территориальные подразделения, поскольку указанные полномочия возложены на МЧС России [2].

Пункт 6 Положения о территориальном органе МЧС России установлено, что ГУ МЧС России является юридическим лицом. Указанное юридическое лицо создается в организационно-правовой форме федеральных казенных учреждений. То есть, учитывая, что федеральные казенные учреждения относятся в соответствии с законодательством к некоммерческим организациям, ГУ МЧС России не преследует получение прибыли и не распределяет ее между участниками, что характерно для коммерческих организаций.

Исходя из легального определения юридического лица, данного в ст. 48 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) для ГУ МЧС России характерны следующие признаки юридического лица.

Во-первых, организационное единство, которое проявляется прежде всего во внутренней структуре организации. Так, мы уже говорили о том, что рассматриваемый орган является структурной единицей МЧС России. В свою очередь в подчинении ГУ МЧС России как органа, специально уполномоченного в осуществлении государственной политики в области обеспечения безопасности, находятся подразделения федеральной противопожарной службы (далее – ФПС), Государственной инспекции по маломерным судам (далее – ГИМС), пожарно-спасательные, поисково-спасательные, аварийно-спасательные службы.

Общее руководство деятельностью ГУ МЧС России осуществляет начальник ГУ МЧС России, его полномочия определены пределами, которые установлено МЧС России. К полномочиям начальника ГУ МЧС России относится назначение на должность и освобождение от должности военнослужащих спасательных воинских формирований МЧС России, сотрудников ФПС, федеральных государственных гражданских служащих и работников.

Во-вторых, к признакам юридического лица относится имущественная обособленность. В соответствии с п. 6 Положения о территориальном органе МЧС России за ГУ МЧС России закрепляется имущество на праве оперативного управления, что позволяет юридическому лицу владеть и пользоваться указанным имуществом в пределах, установленных законом, учитывая цели своей деятельности, и распоряжаться им с согласия собственника (п. 1 ст. 296 ГК РФ).

Третий признак – самостоятельная имущественная ответственность напрямую связана с признаком имущественной обособленности. Для достижения имущественной самостоятельности казенных учреждений законодательство допускает формирование у них имущества в виде зданий, сооружений, жилищного фонда, оборудования, инвентаря, денежных средств в рублях и др.

Четвертый признак – самостоятельность при осуществлении участия в судопроизводстве в качестве истца и ответчика, относится к ГУ МЧС России в полной мере.

ГУ МЧС России входит в систему МЧС России и подчиняется Министру Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (далее - Министр).

Структура и штатное расписание Главного управления МЧС России утверждаются Министром.

Исходя из поставленных задач, ст. 12 Положения о территориальном органе МЧС России установлено достаточно объемное число функций (норма содержит более 70 пунктов), возложенных на рассматриваемое юридическое лицо. Представленные функции направлены на решение задач в области нормотворчества, надзора и контроля, осуществление специальных мероприятий, характерных только для указанных подразделений, осуществление разрешительных мероприятий.

Нормотворческая функция наиболее значимо проявляется непосредственно МЧС России, которое в пределах своей компетенции издает приказы, распоряжения, правила, инструкции, положения и другие подзаконные акты нормативно-правового характера. Однако, и для ГУ МЧС России п.п. 1 и 2 п. 12 Положения о территориальном органе МЧС России установлена обязанность представления проектов нормативных правовых актов в области возложенных на него задач. Кроме того, поскольку в структуру ГУ МЧС

Россиивходят, к примеру, подразделения противопожарной службы, гражданской обороны, материально-технического обеспечения и др., для них территориальным органом разрабатываются и утверждаются соответствующие положения, регулирующие деятельность указанных подразделений.

Например, в соответствии с исполнением указанной функции ГУ МЧС России по г. Санкт-Петербургу разработано Положение об управлении материально-технического обеспечения, в состав которого входят отдел тыла, отдел вооружения и техники, отдел развития инфраструктуры, отдел закупок. Положением определены основные задачи и направления деятельности указанного подразделения.

Как нам представляется одной из основных из них является надзорная функция.

Для осуществления указанной функции проводятся проверки, которые могут быть плановыми и внеплановыми, с выходом по месту нахождения проверяемого лица (выездная проверка) и по месту нахождения субъектов надзора (документарная проверка). На общее правовое регулирование проводимых проверок распространяется действие Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» (далее – Закон о защите прав ЮЛ и ИП при осуществлении контроля). Однако, как следует из п.п. 15 ст. 1 названного нормативного правового акта и иные федеральные законы могут регулировать отдельные вопросы организации и проведения проверок.

Особенностью определения оснований, сроков, периодичности проведения проверок при осуществлении всех указанных видов надзора с 01.01.2018 является риск-ориентированный подход к организации государственного контроля, установленный ст. 8.1 Закона о защите прав ЮЛ и ИП при осуществлении контроля, поскольку «Являясь сердцевинной любой отрасли права, правовое регулирование ответственности представляется особенно важным в такой сфере, как обеспечение безопасности жизнедеятельности и ее составной части – пожарной безопасности» [3].

Согласно Правилам отнесения деятельности юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и (или) используемых ими производственных объектов к определенной категории риска или определенному классу (категории) опасности все объекты, подлежащие надзору, разделены на 6 классов (категорий) опасности. Так, первому классу соответствует чрезвычайно высокий риск, второму классу – высокий риск, третьему классу – значительный риск, четвертому классу – средний риск, пятому классу умеренный риск и шестому классу – низкий риск. Объекты, отнесенные к первому классу опасности должны проверяться не чаще одного раза в календарный год, в том время как для соблюдения общего порядка периодичность не должна превышать одного раза в три года [4].

К примеру, к объектам чрезвычайно высокого риска относятся здания, сооружения с высотой от 28 м и выше, а также концентрация в одном объекте 200 и более человек одновременно, книгохранилища, архивы. К объектам чрезвычайно высокого риска относятся организации, осуществляющие деятельность по производству пищевых продуктов и деятельность по торговле пищевыми продуктами.

В области решения возложенных на ГУ МЧС России задач указанный орган выполняет не только надзорную функцию, но и осуществляет непосредственные специальные действия, в частности, по ликвидации возгораний, спасению людей на водных объектах (п.п. 4 п. 12 Положения о территориальном органе МЧС России).

Так, например, в обязанности ГУ МЧС России входит тушение пожаров в населенных пунктах, в том числе в городских лесах, в организациях, в которых создаются объектовые и договорные подразделения федеральной противопожарной службы, а также при проведении мероприятий федерального уровня с массовым сосредоточением людей.

Для реализации данной функции МЧС России утвержден Боевой устав подразделений пожарной охраны, который устанавливает порядок действий подразделений с момента получения и обработки информации о пожаре до его ликвидации (действие указанного

Уставане распространяется на тушение лесных пожаров) [5]. При этом одновременно выполняются меры по разведке места возникновения пожара, аварийно-спасательные работы, развертывание сил и средств, тушение пожара.

Из разрешительных функций ГУ МЧС России можно назвать, к примеру, деятельность по организации и проведению аттестации служб, которые действуют в соответствии с законодательством как аварийно-спасательные формирования в структуре федеральных и региональных органов власти (п. 39 Положения о территориальном органе МЧС России).

Из функций, вменяемых ГУ МЧС России, исходят полномочия, состоящие из конкретных прав и обязанностей уполномоченных лиц.

Так, например, к правам сотрудников ГУ МЧС России при осуществлении государственного надзора относится беспрепятственное посещение любых помещений, участвующих в процессе осуществления деятельности проверяемого объекта. Однако для того, что использовать указанное право, сотрудник надзорного органа должен предъявить служебное удостоверение и копию распоряжения руководителя (зам. руководителя) о проведении проверки.

К необходимым полномочиям относится возможность использования межведомственного взаимодействия, которое позволяет запросить и получить сведения из иных государственных органов, органов местного самоуправления или подведомственных государственным органам или органам местного самоуправления организаций.

Без права выдачи предписаний об устранении установленных нарушений на объектах надзора и контроля деятельность сотрудников ГУ МЧС России часто носила бы бесполезный характер.

Неисполнение предписаний предоставляет сотрудникам ГУ МЧС России следующий этап мер по исполнению требований безопасности в делегированных областях, поскольку при неисполнении требований безопасности и неисполнении предписаний используется право составления протокола об административном правонарушении.

Должностные лица ГУ МЧС России при исполнении государственной функции обладают, в частности, следующими обязанностями:

- соблюдать принцип законности при осуществлении возложенных функций как в отношении проводимых мероприятий, так и лиц, являющихся объектом воздействия;
- своевременно и в полной мере исполнять предоставленные в соответствии с законодательством Российской Федерации полномочия по предупреждению, выявлению и пресечению нарушений установленных требований и мероприятий в области поставленных задач;
- проводить выездную проверку только на основании распоряжения руководителя и зам. руководителя ГУ МЧС России, которое представляется при ее начале вместе со служебным удостоверением;
- о результатах проверки сообщать уполномоченному должностному лицу объекта надзора и контроля и др.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о значимости создания территориальных органов в области решения задач по обеспечению безопасности при осуществлении гражданской обороны, защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, противопожарной безопасности. Созданная структура в виде ГУ МЧС России успешно справляется с поставленными задачами, что проявляется в оценке как органов власти, так и населения как подразделения, с которым связано снижение количества чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, повышению оперативности реагирования на них в случае возникновения, снижению гибели людей в чрезвычайных ситуациях и при пожарах, увеличению числа спасённых при бедствиях.

Литература

1. Приказ МЧС России от 6 августа 2008 года N 372 (ред. от 25 марта 2019 года) «Об утверждении Положения о территориальном органе Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий...» // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. 2004. N 34; 2006. № 50; 2007. № 33, № 39; 2008. № 40; 2012. № 12; 2013. № 38; 2014. № 74; Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 12.08.2015, 18.04.2019.
2. Определение Верховного Суда РФ от 30.11.2005 N 9-Г05-17 // СПС «КонсультантПлюс». 2020.
3. Корчевская Е.Н., Чайка В. Н. Разграничение ответственности между арендодателем и арендатором по договору аренды здания за нарушение требований по обеспечению пожарной безопасности // Право. Безопасность. Чрезвычайные ситуации. Изд-во: Санкт-Петербургский университет Государственной противопожарной службы Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (Санкт-Петербург). 1(34), 2017. С. 15-20.
4. Постановление Правительства РФ от 17.08.2016 N 806 (ред. от 21.03.2019) «О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства Российской Федерации. 29.08.2016. N 35. Ст. 5326; 2017. № 11. Ст. 1563, № 15. Ст. 2197, № 31. Ст. 4924; 2018. № 9. Ст. 1403, № 43. Ст. 6604; 2019. № 10. Ст. 962, № 14. Ст. 1515.
5. Приказ МЧС России от 16.10.2017 N 444 «Об утверждении Боевого устава подразделений пожарной охраны, определяющего порядок организации тушения пожаров и проведения аварийно-спасательных работ» // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 21.02.2018.

АНАЛИЗ ПОДХОДОВ К МИРНОМУ УРЕГУЛИРОВАНИЮ ГРАЖДАНСКИХ СПОРОВ ПО ДЕЛАМ, СВЯЗАННЫМ С ПРИЧИНЕНИЕМ ИМУЩЕСТВЕННОГО ВРЕДА В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОЖАРА

О.С. Маторина, В.В. Харин, О.Г. Меретукова

ФГБУ «Всероссийский ордена «Знак Почета» научно-исследовательский институт
противопожарной обороны», Балашиха, Россия

odp1313@yandex.ru

Аннотация

В статье рассмотрены основные подходы к мирному урегулированию гражданских споров в судебном и досудебном порядке, связанных с причинением имущественного и морального вреда в результате возникновения пожара. Приведен анализ и алгоритмы урегулирования гражданских споров путем заключения мирового соглашения и с применением медиативного метода.

Ключевые слова

Гражданский кодекс Российской Федерации, возмещение ущерба, пожар, причинение вреда, процедура медиации, мировое соглашение.

Актуальным вопросом в настоящее время является мирное урегулирование споров, связанных с причинением ущерба вследствие возникновения пожара. Инспектора, дознаватели, эксперты и следственные органы выносят свои решения по результатам оперативно-следственных и экспертных мероприятий. Потерпевшая сторона вправе подать в суд гражданский иск с требованием по возмещению имущественного и морального вреда к лицу, признанному виновным в соответствии с решением суда. В рамках нашего исследования мы рассмотрим существующие подходы к процессу мирного урегулирования и возмещения потерпевшей стороне имущественных убытков и морального вреда в результате возникновения пожара и проведем их сравнительный анализ. Рассматриваемые нами возможные подходы примирения допускаются в качестве альтернативных способов решения споров в гражданском производстве.

Первый подход – урегулирование гражданских споров путем заключения мирового соглашения. Под термином «мировое соглашение» подразумевается двустороннее соглашение сторон (договор) о добровольном прекращении спора и мирном урегулировании взаимных претензий, а также, закрепления взаимных уступок. Инициатором заключения мирового соглашения может выступать любая из сторон конфликта. В первую очередь, стороны должны достичь между собой согласия во мнениях и прийти к обоюдному решению о заключении мирового соглашения. Основные вопросы заключения сторонами мирового соглашения по гражданским делам регулируются Гражданским процессуальным кодексом Российской Федерации (далее – ГПК РФ).

Алгоритм процесса заключения мирового соглашения сторон на примере разрешения гражданского спора, предметом которого является урегулирование убытков, причиненных потерпевшей стороне в результате возникновения пожара, представлен на рис. 1.

Процесс заключения мирового соглашения должен быть добровольным и свободным волеизъявлением со стороны истца и ответчика. Последующее возмещение ущерба материального (имущественного) и морального характера, причиненного истцу вследствие

возникновения пожара по вине ответчика, производится в соответствии с условиями и сроками, зафиксированными в мировом соглашении сторон.



Рисунок 1. Алгоритм процесса заключения мирового соглашения сторон

Сложностью в данном процессе является подсчет суммы ущерба причиненного морального вреда, ввиду отсутствия нормативных документов, определяющих в финансовом эквиваленте моральный ущерб. Подписание мирового соглашения сторон с точки зрения действующего законодательства возможно на любой стадии рассмотрения дела. В зависимости от стадии рассмотрения дела, применение сторон осуществляется либо органами следствия и дознания, либо, в случае судебной стадии, данные вопросы рассматривает судья.

Основное условие при составлении мирового соглашения в соответствии со ст.39 ГПК РФ – это отсутствие в составе соглашения противоречащих закону и нарушающих права и законные интересы третьих лиц условий. В ст. 153.9 ГПК РФ определены форма и содержание мирового соглашения. Мировое соглашение утверждается судом в соответствии со ст. 153.10 ГПК РФ. Случай отказа суда в утверждении мирового соглашения встречается крайне редко. Причинами отказа в утверждении мирового соглашения могут стать: отсутствие полномочий представителя интересов одной из сторон на заключение мирового соглашения от имени доверителя; противоречие мирового соглашения действующему законодательству; нарушение условиями мирового соглашения прав и интересов третьих лиц; отказ одной из сторон от заключения мирового соглашения в процессе судебного заседания; неисполнимость условий мирового соглашения (например, в части указанных сроков исполнения).

Второй подход – урегулирование гражданских споров медиативным методом. Нормативное регулирование примирительных механизмов путем применения альтернативной формы примирения (при помощи посредника) - медиативного метода законодательно закреплено в Федеральном законе от 27.07.2010 г. №193 ФЗ РФ «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» [1]. Медиатор (посредник) процесса мирного урегулирования спора помогает сторонам конфликта прийти к компромиссному решению. Гражданские дела, связанные с причинением имущественного и морального вреда в результате возникновения пожара, не исключение. Стоит отметить, что в настоящее время применение медиативного метода разрешения споров в рамках уголовного процесса не допускается, так как законодательно данная альтернатива не закреплена в Уголовном кодексе Российской Федерации [2].

Основными особенностями рассматриваемой нами процедуры являются принципы добросовестности, конфиденциальности, взаимоуважения и равноправия сторон. Медиатор гражданского процесса обязан сохранять нейтралитет и беспристрастность в отношении сторон. Решение спора путем применения медиативного метода может быть инициировано как на этапе досудебного процесса, так и в рамках рассмотрения дела в суде. Выбор медиатора осуществляется сторонами добровольно и по обоюдному согласию. Различают основные три вида процесса медиации:

- частный или досудебный вид медиации (представляет собой посредничество в решении поставленного сторонами вопроса в досудебном порядке);
- медиация, совмещенная с судебным процессом (назначается судом и в дальнейшем осуществляется без участия судебного органа);
- судебная медиация (осуществляется при непосредственном судебном процессе по ходатайству сторон).

Процедура медиации имеет следующие преимущества: экономия эмоциональных сил и финансовых средств сторон процесса; условия и правила проведения процедуры медиации оговариваются путем заключения договора; процесс медиации сосредоточен на цели консенсуса между сторонами и поиска оптимально возможного разрешения спора.

Область применения медиации:

- конфиденциальные внутрикорпоративные и межкорпоративные споры;
- конфиденциальные банковские и страховые споры;
- споры в области охраны интеллектуальной собственности;
- прочие гражданские споры.

Алгоритм применения процедуры медиации на примере разрешения гражданского спора сторон, предметом которого является урегулирование убытков, причиненных потерпевшей стороне в результате возникновения пожара, представлен на рис. 2.



Рисунок 2. Алгоритм процедуры медиации

Таким образом, в рамках исследования рассмотрены основные подходы к процессу мирного урегулирования и возмещения потерпевшей стороне имущественных убытков и морального вреда в результате возникновения пожара, а именно, мировое соглашение и медиация. Данные подходы имеют различие в процедуре заключения соглашения об урегулировании спора. Мировое соглашение может быть заключено сторонами спора на любой стадии судебного процесса, при этом стороны самостоятельно приходят к данному соглашению. Мировое соглашение утверждает суд. Медиативное соглашение может быть заключено как в ходе судебного процесса, так и до обращения сторонами в суд. При этом, в процедуре медиации участвует посредник (медиатор), который осуществляет урегулирование спора.

Литература

1. Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)» от 27.07.2010 №193-ФЗ URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103038/ (дата обращения: 07.04.2020).
2. XVII Международная научно-практическая конференция «Ковалевские чтения» 14.02.2020 URL: <https://www.advgazeta.ru/novosti/vozmozhno-li-primenenie-mediatsii-v-ugolovnom-protssesse/> (дата обращения: 07.04.2020).

ОСОБЕННОСТИ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ СОТРУДНИКОВ (ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ) МЧС РОССИИ

В.В. Протасов

Научный руководитель – к. ю. н., доцент В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

protasov-vadim@mail.ru

Аннотация

В статье рассматривается проблематика формирования и способы совершенствование правовой культуры и правового воспитания сотрудников (представителей) МЧС России, а также приводятся возможные варианты развития правосознания представителей МЧС России в условиях современного общества.

Ключевые слова

Правовая культура, правовое воспитание, правосознание, должностное лицо, сотрудники МЧС, представители МЧС.

Высокий уровень правосознания населения и профессиональной правовой культуры должностных лиц являются важнейшими и неотъемлемыми показателями правового государства. Развитие современного российского общества, возрастание роли правовых аспектов в деятельности различного рода организаций, предъявляют высокие требования к уровню правовых знаний, компетентности и правовому воспитанию как сотрудников силовых ведомств, так и сотрудников (представителей) МЧС России, в частности. Одними из основных показателей профессионализма и авторитета остается правовая культура и первоначальная правоприменительная практика выпускников высших учебных заведений МЧС России. Особую актуальность данная проблема приобретает в условиях непрерывного контроля со стороны общества, средств массовой информации, организаций отрицательной направленности, дестабилизирующих внутривнутриполитическую обстановку в стране, распространения таких явлений как экстремизм и правовой нигилизм.

Правовая культура сотрудников МЧС России, прежде всего, определяется спецификой их профессиональной деятельности, которая довольно-таки схожа по своей сути с правовой культурой сотрудников правоохранительных органов и уголовно-исполнительной системы, а также других силовых ведомств и «является частью общей правовой культуры России» [3, с. 191]. Развитие правосознания и формирования правовой культуры сотрудников МЧС в значительной степени проявляется их правовой активностью и эффективным умением использовать правовые средства для достижения практических результатов, которые должны стать первоочередными компонентами как на первоначальном этапе становления личности сотрудника, так и в его дальнейшей профессиональной деятельности.

В настоящее время все больше возрастает потребность включения юридических дисциплин в образовательные программы учебных заведений различного профиля для формирования правового сознания и правовой культуры специалистов по различным направлениям деятельности, в том числе и сотрудников МЧС России. Стоит отметить, что в большинстве случаев у курсантов и слушателей на первых курсах отсутствует интерес к изучению юридических дисциплин. Данный факт прежде всего связан с нехваткой мотивации и понимания важности юридических знаний в дальнейшей жизни, профессиональной деятельности и личного роста [2, с. 130-135].

Для формирования профессионального облика сотрудника МЧС правовое воспитание является основополагающим и неотъемлемым, формируя уважение к праву и понимание необходимости следовать его нормам. В последнее время наблюдается положительная тенденция по улучшению уровня правосознания и правовой культуры сотрудников МЧС, тем не менее работа по совершенствованию этих качеств требует соответствующей систематизации и планомерности. Очень важным является проведение курсантами и действующими сотрудниками МЧС служебной подготовки в рамках семинарских занятий, доводя до личного и переменного состава обзоры служебной деятельности сотрудников МЧС разных регионов России, а также приводя и разбирая соответствующие примеры проблемных ситуаций и спорных вопросов, возникающих в правоприменительной деятельности конкретных служб с разъяснением тех или иных действий, ознакомление сотрудников с изменениями действующего законодательства. Необходимо совершенствование института наставничества и индивидуального подхода к каждому сотруднику конкретно взятого подразделения для воспитания в нем высоко нравственных качеств, неприязни к нарушению закона, выработке определенных правовых установок, умений и навыков, а не слепого подчинения укоренившемуся правовому нигилизму на местах. Кроме этого, у сотрудника должны быть сформированы такие качества как умение вести диалог, находить содержательные компромиссы, использовать возможности правовой системы государства, отстаивать и знать свои права и обязанности, а также на постоянной основе стремиться к повышению профессионального уровня.

Правовая культура должностного лица предполагает осознание сотрудником прежде всего своей профессиональной ответственности перед обществом, умение точно исполнять требования права, а также надлежащее знание законов, умение чувствовать правовую действительность, соответствующий тип и уровень правового мышления, качественную реализацию права, результаты правовой деятельности.

В последнее время стало популярным понятие профессиональной деформации, а в случае с должностными лицами силовых структур деформации правового сознания. Профессиональная деформация сотрудников МЧС России является серьезной социально-значимой проблемой, связанной с искажением норм права и злоупотреблением полномочий даже, не связанных с личной выгодой. Данную проблему стоит рассматривать с точки зрения таких наук как психология, юриспруденция и философия. Деформация правового сознания сотрудника предполагает наличие у него соответствующих знаний, суждений и навыков, которые в результате стечения различного рода обстоятельств стали легитимными лишь от части. В начале 20 века философ, юрист и историк П.И. Новгородцев говорил, что причинами кризиса правового сознания является кризис правового государства. Он видел прекращение кризиса в совершенствовании правового государства и осуществлении общественного реформирования [1, с. 35-37].

Согласно классификации П.П. Баранова, существует три формы деформации правового сознания:

- а. правовой инфантилизм - есть мягкая форма искажения правосознания из-за недостаточности правовых знаний и установок;
- б. правовой нигилизм – осознанное игнорирование положений закона, которое не подразумевает преступного смысла;
- в. «перерождение» правового сознания – крайняя степень искаженного правового сознания, где формой «перерождения» выступает совершение преступных действий.

Правовой нигилизм выступает наиболее сложным и опасным явлением, поскольку представляет сознательное игнорирование требований закона и отрицание значимости самого права. [5, с. 194-204].

Из этого следует, что подход к исключению случаев деформации правосознания должен быть комплексным, воспитательное воздействие должно осуществляться в разных формах и направлениях, включая уничтожение правовой безграмотности и формирование понимания о роли права в качестве важнейшего регулятора в жизни общества.

Необходимо совершенствовать мероприятия в сфере правового воспитания, акцентируя внимание на каждом сотруднике с учетом его качеств как профессиональных, так и личных, а также психических особенностей.

Основные пути организации воспитательной работы: в образовательных организациях – правовое обучение; правовая работа в области ознакомления сотрудников с изменениями действующего законодательства, разъяснение действий в той или иной ситуации; политика пропаганды права художественной и научной литературой, СМИ, посредством Интернета.

Для повышения уровня готовности специалистов к применению правовых знаний в практической профессиональной деятельности необходимо создать модель правового воспитания, обеспечивающую изучение права как системы в соответствии с внутренней логикой. Данная модель должна отвечать следующим критериям:

- целостности;
- системности;
- воссоздаваемости;
- непрерывности;
- технологичности
- прогностичности.

Правовая культура нуждается в систематическом, рациональном формировании, стимулировании, позитивном социальном развитии. Совершенство правовой культуры работников, которое отвечает требованиям современного общества, позволит повысить эффективность решения поставленных задач, связанных с обеспечением личной безопасности граждан; обеспечением безопасности общества и охраны порядка, предупреждением и пресечением преступлений и разного рода правонарушений; консультированием гражданских и должностных лиц, предприятий и учреждений, организаций в области их законных прав и интересов [4, с. 71-73].

Литература

1. Ковалев, С.А. Деформация правосознания как фактор противоправного поведения личности // История государства и права. – 2009. - № 13. – С. 35-37.
2. Сизов В.Г, Жуков В.Г. Основные проблемы формирования профессионального правосознания сотрудников полиции на современном этапе // Вестник Воронежского института МВД России. – 2019. - № 1. – С. 130-134.
3. Чайка В.Н. Правовая культура сотрудников силовых структур в контексте правовой идеологии государства // государство и право: эволюция, современное состояние, перспективы развития (навстречу 300-летию российской полиции): Сборник материалов XIV международной научно-теоретической конференции. Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации. СПб, 27-28 апреля 2017 г., 2017 – С. 191-193.
4. Цветков А. О формировании правовой культуры в современной России // Власть 71. 2007. № 1. – С. 71.
5. Лазарев, В.В. Теория государства и права / В.В. Лазарев, С.В. Липень. – М.: Юрайт, 2012. – 512 с.

ВЛИЯНИЕ ДЕМПИНГОВОГО ИМПОРТА НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ЕАЭС

М.А. Романович

Научный руководитель – к.э.н., доцент О.Н. Шестак

Белорусский государственный университет транспорта, Гомель, Беларусь

milana.romanovich.2012@mail.ru
shestak.on@mail.ru

Аннотация

В статье раскрывается значимость и современные тенденции применения мер защиты внутреннего рынка таможенными органами в целях обеспечения экономической безопасности ЕАЭС. Проведен анализ влияния демпингового импорта товаров на производителей аналогичных товаров в ЕАЭС.

Ключевые слова

Демпинг, экономическая безопасность, антидемпинговая пошлина, ущерб от демпингового импорта.

На современном рубеже становления торговли невозможно представить хотя бы одну страну, которая не имеет внешнеэкономические связи с другими странами. В связи с этим у всех государств возникает ряд угроз на уровне национальной безопасности, т. к. непосредственно вовлеченность в мировую торговлю приводит к повышению конкуренции, что является одним из главных рисков в финансовой защищенности страны.

Состояние внешних экономических отношений, которое уменьшает риски при исполнении соглашений между различными странами, при разработке и функционировании интернациональных интеграционных объединений и которое не несет серьезных экономических угроз для государств-участников таких союзов и соглашений, называется международной экономической безопасностью.

В свою очередь, поддержание и обеспечение защищенности экономики страны от внутренних и внешних неблагоприятных факторов, которые нарушают обычное функционирование экономики или приводят к ухудшению уровня жизни населения определяется как экономическая безопасность государства [1].

Таможенные органы как государственные органы исполнительной власти играют существенную роль в регулировании внешнеэкономической деятельности государства и в обеспечении экономической безопасности страны посредством использования мер тарифного и нетарифного регулирования.

При помощи таможенных тарифов осуществляется таможенно-тарифное регулирование.

Нетарифные методы – комплекс мер государственного контроля, которые сдерживают обращение товаров на территории ЕАЭС в целях защиты экономических интересов государств-членов. Существует большое количество видов мер нетарифного регулирования. Одним из таких видов являются специальные защитные меры. Они применяются при наличии возросших объемов импорта зарубежных товаров, субсидируемого или демпингового импорта, что может нанести существенный ущерб отечественным производителям. В данную группу защитных мер включают: специальные пошлины, антидемпинговые пошлины и компенсационные пошлины [2].

Договор о ЕАЭС от 29 мая 2014 г и нормы Всемирной торговой организации устанавливают порядок применения защитных мер внутреннего рынка в ЕАЭС. Протокол о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам (Приложение № 8 к Договору о ЕАЭС) основан на Генеральном соглашении по тарифам и торговле.

В настоящее время на территории ЕАЭС введена одна специальная пошлина и 19 антидемпинговых пошлин. В связи с этим рассмотрим более подробно причины применения антидемпинговых пошлин [3].

Антидемпинговая мера – мера по борьбе с демпинговым ввозом товаров на таможенную территорию Союза. Под демпингом подразумевается создание ситуации, при которой товар из страны, не являющейся членом Союза, реализуется на территории ЕАЭС по цене ниже, чем цена аналогичного товара, производимого в странах Союза [4].

Влияние демпинга на производство определенного товара на территории ЕАЭС рассмотрим на конкретном примере.

29 июня 2018 г. Департамент защиты внутреннего рынка Евразийской экономической комиссии начал антидемпинговое расследование в отношении оцинкованного проката (далее – Товара), импортируемого из КНР и Украины на территорию ЕАЭС. Основанием для начала расследование послужило заявление отечественных производителей аналогичного товара.

Для того, чтобы оценить ущерб, наносимый отечественным производителям, рассмотрим в табл. 1 изменение объема импорта Товара из КНР и Украины, его соотношение с объемами производства аналогичного товара в ЕАЭС, цену импортных товаров и её влияние на цены, реализацию и рентабельность продажи товаров, произведенных в ЕАЭС [5].

Таблица 1

Изменение объема импорта Товара из КНР и Украины

Показатель	Ед. изм.	2015	2016	2017	Июль 2016 – июнь 2017	Июль 2017 – июнь 2018	Июль 2018 – июнь 2019
Объем импорта из КНР и Украины на ТТ ЕАЭС	тыс. тонн	317,0	374,9	372,0	723,2	317,2	355,6
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	%	-	18,3	-0,8	-	-25,0	12,1
Динамика по отношению к 2015 году	%	-	18,3	17,4	-	-	-
Доля импорта из КНР и Украины в общем объеме импорта на ТТ ЕАЭС	%	70,6	74,6	71,0	75,3	66,1	68,8
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	п. п.	-	4,1	-3,6	-	-9,2	2,7
Динамика по отношению к 2015 году	п. п.	-	4,1	0,4	-	-	-
Доля импорта из КНР и Украины в потреблении на ТТ ЕАЭС	%	9,7	10,8	10,5	11,8	9,1	9,9
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	п. п.	-	1,2	-0,3	-	-2,7	0,8
Динамика по отношению к 2015 году	п. п.	-	1,2	0,8	-	-	-
Соотношение импорта из КНР и Украины и производства в государствах ЕАЭС	%	7,2	8,2	7,9	9,1	6,6	7,3
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	п. п.	-	1,0	-0,4	-	-2,5	0,7
Динамика по отношению к 2015 году	п. п.	-	1,0	0,7	-	-	-

Источник: составлено автором

Изменение объемов импорта Товара анализируется относительно производства или потребителя аналогичного товара в государствах-членах ЕАЭС либо в абсолютных показателях.

Для анализируемого периода импорта товаров можно выделить 3 основных этапа, на которых происходили изменения:

- а) первый этап – период с 2015 по 2017 год;
- б) второй этап – период расследования;
- в) третий этап – период с 1 июля 2018 г. по 30 июня 2019 г.

Главным образом это связано с началом и окончанием проведения антидемпингового расследования:

1. Изменение количества импортируемых Товаров в абсолютных показателях. В анализируемый период объем импорта Товара из КНР и Украины имел разнонаправленную динамику. На первом и третьем этапах анализируемого периода объем поставок из КНР и Украины увеличивался на 17,4% и 12,1%, соответственно, на втором этапе произошло снижение объемов на 25,0%. Это говорит о разнонаправленной динамике импорта, которая уменьшалась в период проведения антидемпингового расследования и резким увеличением после его завершения.
2. Изменение относительно производства и потребления аналогичного товара в государствах-членах ЕАЭС. За весь период соотношение объема импорта Товара с объемом производства Товара и доля объема импорта в объеме видимого потребления на таможенной территории имело похожую динамику:
 - 1-й этап: увеличились на 0,7 и 0,8 процентного пункта соответственно;
 - 2-й этап: снизились на 2,5 и 2,7 процентного пункта соответственно;
 - 3-й этап: увеличились на 0,7 и 0,8 процентного пункта соответственно.

На протяжении анализируемого срока доля поставок Товара из КНР и Украины в общем объеме импорта находилась на высоком уровне: в период расследования – 66,%, после него – 68,8%.

В результате проведенного анализа видно, что импорт Товара из КНР и Украины относительно производства и потребления аналогичного Товара в государствах-членах ЕАЭС уменьшался в период проведения расследования, а в остальное время увеличивался.

Для полного анализа, причиняемого демпинговым импортом ущерба, важно рассмотреть влияние такого импорта на цены и рентабельность продажи (табл. 2) аналогичного Товара на рынке союза [5].

Таблица 2

Ценовые тенденции в долларовом выражении

Показатель	Ед. изм.	2015	2016	2017	Июль 2016 – июнь 2017	Июль 2017 – июнь 2018	Июль 2018 – июнь 2019
Средневзвешенная цена Товара, происходящего из КНР и Украины (на условиях CIF, с учетом таможенных сборов и пошлины, без учета НДС)	долл. США/ тонну	622,3	588,0	663,1	638,9	696,7	727,4
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	%	-	-5,5	12,8	-	9,0	4,4
Динамика по отношению к 2015 г.	%	-	-5,5	6,5	-	-	-

Ценовые тенденции в долларовом выражении

Показатель	Ед. изм.	2015	2016	2017	Июль 2016	Июль 2017	Июль 2018	
					– июнь 2017	– июнь 2018	– июнь 2019	
Средневзвешенная отпускная цена Товара, произведенного отраслью экономики и реализованного на рынке Союза (на условиях EXW, без учета НДС)								
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	%	-	3,7	22,3	-	5,8	2,2	
Динамика по отношению к 2015 г.	%	-	3,7	26,9	-	-	-	
Разница между ценой Товара отрасли экономики и ценой Товара, происходящего из КНР и Украины	долл. США / тонну	<0	<0	>0	>0	>0	>0	
Ценовое занижение	%	<0	<0	>0	>0	>0	>0	
Средневзвешенная себестоимость единицы Товара, произведенного отраслью экономики ЕАЭС и реализованного на ТТ ЕАЭС								
Динамика по отношению к аналогичному периоду предыдущего года	%	-	-0,7	31,5	-	9,7	2,7	
Динамика по отношению к 2015 г.	%	-	-0,7	30,6	-	-	-	

Источник: составлено автором

Из анализируемой таблицы следует, что во время всего периода средневзвешенная цена импортного Товара увеличивалась: 1-й этап – на 6,5%, 2-й этап – на 9,0%, 3-й этап – на 4,4%. Одновременно с этим цены Товара, производимых в ЕАЭС, на 26,9%, 5,8% и 2,2% соответственно. При этом средневзвешенная себестоимость единицы Товара ЕАЭС уменьшилась с 30,6% до 2,7%. Это обуславливается также тем, что цена ввозимого на территорию ЕАЭС Товара была ниже цены Товара производителя Союза начиная с 2017 г.

Стоит отметить, что до начала расследования объем производства отрасли экономики на территории ЕАЭС увеличивался с одновременным сокращением объема реализации и его доли в объеме видимого потребления Товара в ЕАЭС, поэтому наблюдался рост товарных запасов на конец периода. Это привело к уменьшению объемов экспорта Товаров Союза. В период проведения антидемпингового расследования объем производства и реализации Товаров Союза увеличивался одновременно с увеличением его доли в объеме видимого потребления в ЕАЭС. При этом товарные запасы и объем экспорта Товара с территории ЕАЭС также увеличился. Однако, при роста производственных мощностей Товара отрасли экономики наблюдалось снижение их загрузки. В период 3-го этапа также происходил рост объема производства и реализации Товара Союза, но одновременно с этим наблюдалось замедление темпов роста производственных мощностей при некотором колебании степени их загрузки [5].

Импорт Товаров из КНР и Украины по ценам ниже аналогичного Товара на производимого на территории Союза негативно влиял на позиции отечественных производителей на рынке ЕАЭС. Это могло вытеснить Товары Союза с рынка ЕАЭС, оказывая влияние на цены реализации такого товара и отражаясь на производственных и финансовых показателях отечественных предприятий отрасли экономики.

Предотвратить негативные последствия помогло введение с 05.01.2020 года антидемпинговой пошлины в размерах от 12,69% до 23,90% в зависимости от производителя

Товара в дополнение к таможенной пошлине, которая взимается при ввозе товаров на территорию ЕАЭС [3].

Таким образом, применение антидемпинговых пошлин направлено на защиту экономических интересов государств, которые их вводят. При регулировании импорта, который может нанести серьёзный ущерб определенной отрасли экономики, такие меры помогают развивать национальное производство, так как отечественные товары, в таком случае, продаются на внутреннем рынке без недобросовестно конкурирующей иностранной аналогичной продукции, что обеспечивает экономическую безопасность стран ЕАЭС.

Литература

1. Вопросы экономической безопасности в странах ЕАЭС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30777747> – (Дата обращения: 06.05.2019).
2. Проблемы обеспечения экономической безопасности на таможенной границе [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://tmnlib.ru/jirbis/files/upload/books/VKR/2017/IDO/GaliullinaAF_VKR.pdf – (Дата обращения: 06.05.2019).
3. Общая информация о мерах защиты внутреннего рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>. – (Дата обращения: 07.05.2019).
4. Протокол о применении специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мер по отношению к третьим странам: Приложение № 8 к Договору о Евразийском экономическом союзе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org>. – (Дата обращения: 07.05.2019).
5. Доклад «О результатах антидемпингового расследования в отношении оцинкованного проката, происходящего из Китайской Народной Республики и Украины и ввозимого на таможенную территорию Евразийского экономического союза» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/trade/podm/investigations/PublicDocuments/AD26_report_final.pdf – (Дата обращения: 07.05.2019).

РАСШИРЕНИЕ РЫНКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.В. Романькова, Н.А. Бобров

Белорусско-Российский университет, Могилев, Республика Беларусь

romankova.by@mail.ru
nikita19-1999@yandex.by

Аннотация

В статье рассмотрена организационная структура управления предприятием, проведен анализ подвижного состава предприятия, обосновано решение о реорганизации отдела перевозок и маркетинга, составлен перечень наиболее важных обязанностей менеджеров по туризму.

Ключевые слова

Структура управления, сегмент, маркетинг, перевозки, услуга.

Автобусный парк № 1 ОАО «Могилевоблавтотранс» является крупным автобусным предприятием, состоящим из двух колонн и ремонтной мастерской. Общая численность работающих составляет около 1200 человек. Подвижной состав насчитывает более 250 маршрутных автобусов и 17 автомобилей хозяйственного парка.

Структура аппарата управления автобусного парка № 1 ОАО «Могилевоблавтотранс» представлена на рисунке [1]. Численность аппарата управления – 82 чел.



Рисунок. Структура аппарата управления автобусного парка №1

Для повышения финансовых результатов и эффективности функционирования предприятия отделу перевозок и маркетинга предлагается освоить новый сегмент рынка – оказание услуг школам и гимназиям города Могилева и Могилевской области в международном сообщении. В настоящее время данный сегмент занят туристическими фирмами города.

Завоевание некоторой части нового сегмента рынка Автобусным парком № 1 г. Могилева возможно при выполнении следующих условий:

1) Наличие соответствующего подвижного состава, который будет использоваться в международном сообщении и позволит повысить качество обслуживания клиентов по сравнению с фирмами-конкурентами.

Проведенный анализ состава транспортных средств предприятия показывает, что для организации данного вида услуг в наличие у предприятия имеется только нескольких марок автобусов (МАЗ-251, МАЗ-152 и Фольксваген-Крафтер - микроавтобус). Эти автобусы предприятием приобретены относительно недавно в 2011 г. (2 ед.) и 2019 г. (5 ед.). При этом рассчитана экономическая целесообразность и необходимость приобретения двухэтажных автобусов в 2020 г. в количестве 3 ед.

2) Наличие в штате предприятия специалистов высокой квалификации по туризму, маркетингу и обслуживанию клиентов (школ и гимназий).

Из рисунка видно, что в организационной структуре управления автобусного парка № 1 г. Могилева обслуживанием клиентов занимается отдел маркетинга и перевозок. Анализ должностных инструкций и выполняемых функций работниками этого отдела позволил выявить следующие недостатки:

Во-первых, наблюдается четкое распределение функций, между работниками, которые занимаются маркетингом и организацией перевозок;

Во-вторых, на предприятии оказывают туристические услуги, но упор в их организации осуществляется в сторону выполнения процесса перевозок;

В-третьих, для более качественного выполнения функций по предоставляемым услугам необходимо применять и использовать гибкий подход к клиентам.

Таким образом, предлагается:

- 1) ввести в штат данного отдела (19 человек) несколько (2-3 человека) специалистов по туризму (менеджеры по туризму), отправив имеющихся сотрудников на повышение квалификации или переподготовку;
- 2) переименовать отдел перевозок и маркетинга на отдел перевозок, маркетинга и обслуживания клиентов;
- 3) при работе с клиентами организовать более гибкий подход к выполнению их запросов;
- 4) разработать должностные инструкции менеджерам по оказанию туристических услуг.

Так, их основными должностными обязанностями должны быть:

- сбор, изучение и анализ требований клиентов к услугам;
- поиск выгодных по стоимости, срокам и качеству предоставляемых услуг;
- установление контактов с гостиницами, отелями и организациями, оказывающими экскурсионные услуги;
- определение стоимости туристического пакета;
- информирование клиентов о предоставляемых услугах, консультирование клиентов о поездках;
- сопровождение клиентов в пути;
- организация программы путешествий и др.

Емкость рынка в г. Могилеве насчитывает 38 школ, 4 гимназии и 4 общеобразовательных лицеза, а в Могилевской области функционирует 379 школ (в 2019-2020 учебном году) в которых обучается 113,3 тыс. школьников [2].

Для школьников 4, 5, 6, 7, 8 и 10 классов в период каникул и в школьное время организуются туристические поездки международного характера. Следует отметить, что в

параллели 4, 5, 6, 7 и классов, как правило, не менее 3 классов (в среднем по 25-30 детей), а иногда и больше, а в параллели 10-х – 2 класса.

Таким образом, емкость рынка в г. Могилеве можно определить на основании количества школ, количества классов в параллелях и средней численности детей в классе ($46 \cdot 5 \cdot 3 \cdot 25 = 17\,250$ детей).

Завоевание доли рынка должно строиться на основании двух подходов:

- 1) более высокое качество оказываемых услуг;
- 2) более низкие цены, чем у конкурентов, предоставление скидок и бонусов за количество клиентов.

Исследование спроса школьников на туристические услуги позволило установить необходимость организации поездки по маршруту «Могилев – Санкт-Петербург» с посещением и других городов на маршруте. Расчёт стоимости билета по маршруту «Могилев – Санкт-Петербург – Могилев» представлен в таблице.

Таблица

Расчёт стоимости билета по маршруту «Могилев – Санкт-Петербург – Могилев»

Показатель	Расчет	Значение
Затраты на топлива в расчете на 1 человека, р.	634,31 / 51	12,44
Затраты ГСМ на 1 человека, р.	$(117,32 + 82,04 + 68,61) / 51$	5,25
Затраты на оплату труда водителей, р.	520 / 51	10,20
Итого	–	27,89
Стоимость с учетом заложенной прибыли, р.	–	60
Заложенный процент прибыли, %	–	99
Выручка с 1 человека с учетом % заложенной прибыли, р.	$27,89 \cdot 1,99$	55,5
Прибыль с 1 человека, р.	$55,5 - 27,89$	27,61
Прибыль за маршрут, р.	$26,88 \cdot 51$	1 408,07

Источник: составлено автором

Как показывают данные таблицы прибыль за оказание транспортных услуг по маршруту «Могилев – Санкт-Петербург – Могилев» составит 1 408,07 р. за одну поездку с одного транспортного средства, а человека – 27,61 р.

Таким образом, при завоевании даже 2% доли нового сегмента рынка предприятие получит дополнительно выручку в размере 9 525,45 р. ($0,02 \cdot 17\,250 \cdot 27,61$).

Литература

1. Романькова, Т.В. Экономическая функция транспорта: сущность, алгоритм оценки и показатели реализации / Т.В. Романькова, Н.А. Бобров, А.Я. Калацкий, М.С. Дроздовский // Экономика России: реалии и перспективы развития: материалы Междунар. науч. конф. молод. ученых и преподавателей вузов, Краснодар, 11-14 апр. 2018 г. / сост. Ю.И. Сигидов, Н.С. Власова, Г.Я. Яценко, В.В. Башкатов. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – С. 361-366.
2. Могилевская область в цифрах: стат. сб. / М-во статистики и анализа; отв. А. Е. Морозова, – Минск, 2020. – 81 с.

К ВОПРОСУ О КОМПЛЕКСНЫХ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ПРИНЦИПАХ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В.Н. Сидорова

Санкт-Петербургский Гуманитарный университет профсоюзов, «Правовое бюро
«ФЭЛИКС», Санкт-Петербург, Россия

sidorova.49@list.ru

Аннотация

Для новейшей истории России характерно относительно регулярное возникновение различного рода кризисов: системных, политических, производственных, финансовых, экономических, юридических, социальных и др. Процесс выхода из любого кризиса регулируется государством посредством законодательных и иных нормативно-правовых актов, которые являются результатом нормотворческого процесса законодателя. В статье автором рассматриваются отдельные проблемы, связанные с соотношением экономики и права и с причинами возникновения экономических кризисов. Автор полагает, что причины возникновения экономических кризисов в России, а равно успех выхода из них находятся в прямой зависимости от качества принимаемого законодательства.

Ключевые слова

Экономический кризис, цифровые права, цифровая экономика, экономический анализ права, комплексные междисциплинарные принципы правового регулирования экономики.

Экономические кризисы и основные начала (принципы) экономики и права. Споры нет, что экономическая и юридическая науки являются самостоятельными научными дисциплинами, основанными на своих дисциплинарных и отраслевых принципах. Сложность состоит в том, что, имея в рамках своей научной дисциплины (научной школы) различное целеполагание, современные экономисты и юристы в практической деятельности не вполне понимают друг друга, используя различный понятийный аппарат. Одной из причин этого явления, по-нашему мнению, является отсутствие в структуре Академии наук РФ отделения экономики и права, которое до 2000 г. существовало в структуре Академии наук СССР.

Для новейшей истории России характерно относительно регулярное возникновение различного рода кризисов. Классификационные характеристики экономических кризисов, с которыми столкнулась экономика постперестроечного периода современной России, отражены в многочисленных работах представителей экономической и юридической науки. По мнению доктора экономических наук, профессора В. Мау «кризисы - неотъемлемая тема экономической повестки современной России, неперемный элемент отечественных экономико-политических дискуссий. На протяжении четверти века посткоммунистической истории нашей страны мы или боремся с кризисами, или обсуждаем уроки прошлых кризисов, или пытаемся увидеть контуры кризисов будущих» [1, с. 7-10].

Проблема текущего момента. Начавшийся экономический кризис 2020 г. осложнен пандемией коронавируса, изменившей жизнь миллионов граждан России. Чиновники отменили выездные проверки, налоговые службы переносят сроки перечисления в бюджет налогов, коммерческим компаниям становится легче получить кредит, а счета организаций банки не смогут заблокировать. Президент подписал Федеральный закон от 01.04.2020 № 98-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций». *Пресс-секретарь*

президента РФ 05.04.2020 заявил о необходимости готовиться к глобальному экономическому кризису и «координации действий и мер по преодолению кризиса со стороны многих стран». Правительством также был принят ряд юридических мер для стабилизации ситуации. Однако важно заметить, что многие юридические акты были приняты без учета объективно действующих экономических законов, что может привести к возникновению ряда таких проблем, как:

- сокращение рабочих мест в реальном секторе экономики, вплоть до полного закрытия предприятий и, как следствие этого, безработица;
- падение покупательной способности;
- дефицит бюджета;
- обострение социального напряжения и усиление криминогенности в обществе.

Для решения этих проблем российским субъектам гражданского (предпринимательского, коммерческого, корпоративного) оборота, прежде всего, нужны деньги. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП) прогнозирует экономическую рецессию. «Конструктивный вариант» прогноза предполагает, что приоритетами в экономике страны станут предотвращение безработицы, поддержка доходов населения, инвестиционной активности и рубля и сдерживание инфляции. «Без активной государственной поддержки рецессия может оказаться еще серьезней. «Жесткий сценарий» подразумевает, что ВВП в 2020 году может упасть на 3–3,3%, в 2021 году — на 0,8–1%» [6].

При исследовании этого проблемного вопроса целесообразно обратиться к работе «Капитал в XXI веке» французского экономиста Томаса Пикетти, который, анализируя проблему неравенства, обнаружил следующую важнейшую закономерность: «При прочих равных быстрый экономический рост уменьшает роль капитала и его концентрацию в частных руках и приводит к сокращению неравенства, в то время как замедление роста имеет следствием возрастание значения капитала и увеличение неравенства. В исторической ретроспективе ... - от начала XVIII века до наших дней - рост влияния капитала прерывался лишь в двадцатом столетии как следствие двух мировых войн и кейнсианской политики Славного тридцатилетия (1945–1975). Сегодня же мир возвращается к ситуации, когда неравенство неуклонно увеличивается, что может привести к тяжелым социальным и политическим последствиям» [2].

Структура экономики современной России. В экономике (экономической, предпринимательской, хозяйственной деятельности) современной России можно выделить три самостоятельных сектора:

- *реальный сектор экономики*, под которым понимается совокупность всех отраслей экономики, связанных непосредственно с материальным и нематериальным производством;
- *финансовый сектор экономики* как совокупность учреждений, оказывающих финансовые услуги населению и участникам экономических отношений;
- *сектор цифровой экономики*, т. е. стремительно развивающийся новый тип (форма, сектор) экономики;

Необходимо отметить, что для всех перечисленных выше трех секторов экономикхарактерно наличие в них теневого оборота - *условно четвертый сектор-нерегулируемый и/или неконтролируемый государством теневой оборот.*

Финансовая «подушка безопасности», цифровые технологии и новые направления в экономике и праве. Несмотря на наличие у России финансовой «подушки безопасности», государством пока не планируется использовать ее для укрепления реального сектора экономики. Но нельзя не отметить, что в условиях наступившей пандемии в обществе наметилась тенденция повышения спроса на инструменты цифровых технологий, цифровой экономики и цифрового права. Очевидно, что задачи, поставленные перед законодателем в части правового регулирования новых цифровых технологий, являются трудновыполнимыми

и потребуют *экономического анализа права*. Поэтому представляется возможным говорить о новых комплексных направлениях в современной экономической и юридической науке.

Актуальность комплексных междисциплинарных принципов правового регулирования экономики. Представляется уместным еще раз отметить, что в структуре Академии наук СССР до 2000 г. существовало отделение экономики и права. Комплексные междисциплинарные направления в экономической и юридической науке того периода позволяли глубже и качественнее исследовать проблемы правового регулирования экономики, лучше и точнее прогнозировать достижение желаемых экономических результатов. Комплексный междисциплинарный подход к регулированию экономики представляется сегодня весьма актуальным, однако потребует разработки новых комплексных междисциплинарных экономико-правовых принципов. Так, например, признание *де-факто* комплексной экономико-правовой природы гражданских (предпринимательских, хозяйственных, корпоративных, коммерческих) правоотношений определит и комплексный подход к экономике и праву, позволяя *де-юре: устранить существующие противоречия в понятийном аппарате экономической и юридической науки* посредством разработки новой единой экономико-правовой теории как комплексной междисциплинарной теории, основанной на новых комплексных принципах. Эти принципы должны быть разработаны с учетом таких новейших научно-практических направлений, как конституционная экономика, хроноэкономика, цифровая / электронная экономика, цифровые права и цифровые деньги;

- *признать единую экономико-правовую теорию денег* как юридического объекта с экономическими функциями;
- *обосновать необходимость единой экономико-правовой теории гражданских правоотношений* с участием юридических лиц как новой комплексной междисциплинарной теории;
- *признать необходимость совместной разработки представителями экономической и юридической науки комплексных междисциплинарных экономико-правовых принципов* в регулировании имущественно-стоимостных отношений с участием юридических лиц;
- *признать факт взаимосвязи, взаимозависимости и взаимопроникновения объективно существующих законов экономики и права для повышения качества систем управления* организациями и эффективного регулирования института вещных прав, включая вещное право на деньги и ценные бумаги. Это позволит отнести связи и отношения субъектов экономического и юридического (гражданского, предпринимательского, корпоративного, коммерческого, хозяйственного) оборота, целью деятельности которых является извлечение прибыли, к экономико-правовым связям и отношениям.

Международная координация мер по преодолению экономических кризисов.

Качество международной координации мер по преодолению экономических кризисов во многом зависит от внешних и внутренних факторов. *Внутригосударственные цели и задачи* повышения эффективности российской экономики в перспективе во многом должны будут определяться экономико-правовыми решениями, при принятии которых законодателем должны будут учитываться объективно существующие естественные экономические законы. Поэтому целесообразность и возможность разработки представителями экономической и юридической науки новых комплексных междисциплинарных экономико-правовых принципов вполне назрела.

На международном уровне построение глобального информационного пространства и формирование комплексных международных принципов информационного законодательства возможно лишь на основе политического, социального, экономического, юридического и сетевого обеспечения деятельности стран и правительств [3, 4, 5]. Так, представляется очевидным, что оборот цифровых денег (криптовалюты) потребует урегулирования экономико-правовых вопросов на международном уровне.

Литература

1. В. Мау Экономические кризисы в новейшей истории России. Ж. Экономическая политика. 2015. Т. 10. № 2. С. 7—19. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ecpolicy.ru/pdf/2015-2/mau_2_2015.pdf — (Дата обращения: 02.04.2020).
2. Томас Пикетти Капитал в XXI веке. Экономика Издательство: Ад Маргинем Пресс. 2015. 265 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://libking.ru/books/business/economics/572983-tomas-piketti-kapital-v-xxi-veke.html#book> — (Дата обращения: 09.04.2020).
3. Сидорова В.Н. О роли экономики и права в эпоху цифровых технологий. Ж. Хроноэкономика. Июль 2019. — С. 22-26.
4. Сидорова В.Н. Принцип российского законодательства в фокусе цифровой экономики. Юридическая техника. Ежегодник, № 14. Материалы XXI Междуна родного научно-практического форума «Юртехнетика» в формате круглого стола и в жанре дискуссионного клуба на тему «Система принципов российского законодательства: техника закрепления, интерпретации, реализации». 12.10.2019. Нижний Новгород, 2020. – 715 с. — С. 503-507.
5. Сидорова В.Н. Институт корпоративной собственности в российской правовой системе (современное состояние). СПб.: Изд-во ВВМ, -2020. – 115 с.
6. Экономисты спрогнозировали двухлетнюю рецессию в России. Москва. РИА Новости. - 5 апр. 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.mail.ru/economics/41246504/?frommail=1> — (Дата обращении: 05.04.2020 г.).

ИССЛЕДОВАНИЕ УСЛОВИЙ И ОХРАНЫ ТРУДА В СИСТЕМЕ МЧС РОССИИ

Э.В. Сычева, К.А. Кривошеев, И.А. Кривошеев

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

krivosheev8899@yandex.ru

ilya.kia2014@yandex.ru

Аннотация

На сегодняшний день вопросам охраны труда и промышленной безопасности уделяется большое внимание, поскольку сотрудники являются главной ценностью компании. Деятельность сотрудников МЧС напрямую связана с риском, поэтому в каждом подразделении МЧС России условия и охрана труда должны быть обеспечены на самом высоком уровне. В статье приводится анализ условий труда Главного управления МЧС России по г. Москве и предлагается ряд мероприятий, позволяющих повысить эффективность охраны труда в системе МЧС России.

Ключевые слова

Условия труда, охрана труда, промышленная безопасность, МЧС России.

Министерство Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий (МЧС) – это федеральный орган исполнительной власти, который осуществляет функции по выработке и реализации государственной политики, нормативно-правовому регулированию, надзору и контролю в области гражданской обороны (ГО), защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций (ЧС) природного и техногенного характера, обеспечения пожарной безопасности (ПБ) и безопасности людей на водных объектах. Следует отметить, что деятельность МЧС в основном направлена на управление и координацию, контроль и реагирование в области гражданской обороны (ГО), защиты населения и территорий от ЧС, обеспечения ПБ и безопасности людей на водных объектах [4].

МЧС России осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и организациями.

В соответствии с основным направлением деятельности, на МЧС возложены определенные задачи, для выполнения которых осуществляются более ста различных функций (рис. 1)

МЧС России осуществляет свою деятельность непосредственно, а также через входящие в его систему территориальные органы и органы, специально уполномоченные решать вышеуказанные задачи и выполнять приведенные функции по субъектам РФ. На сегодняшний день выделено 85 главных управлений МЧС России по субъектам РФ.

Очевидно, что деятельность сотрудников МЧС напрямую связана с постоянным риском и сопровождается различными видами опасностей для жизни и здоровья сотрудников. Именно поэтому исследование условий и охраны труда, а также обеспечение промышленной и пожарной безопасности в системе МЧС России имеет колоссальное значение. На примере Главного управления МЧС России по г. Москве проанализируем основные особенности и проблемы условий и охраны труда сотрудников МЧС.

Задачи

- выработка и реализация государственной политики в области ГО, защиты населения и территорий от ЧС, обеспечения пожарной безопасности, безопасности людей на водных объектах в пределах компетенции МЧС России
- организация подготовки и утверждения проектов нормативных правовых актов в области ГО, защиты населения и территорий от ЧС, обеспечения пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах
- осуществление управления в области ГО, защиты населения и территорий от ЧС, обеспечения пожарной безопасности, безопасности людей на водных объектах, управление деятельностью федеральных органов исполнительной власти в рамках единой государственной системы предупреждения и ликвидации ЧС
- осуществление нормативного регулирования в целях предупреждения, прогнозирования и смягчения последствий ЧС и пожаров, а также осуществление специальных, разрешительных, надзорных и контрольных функций по вопросам, отнесенным к компетенции МЧС России
- осуществление деятельности по организации и ведению ГО, экстренному реагированию при ЧС, защите населения и территорий от ЧС и пожаров, обеспечению безопасности людей на водных объектах осуществление мер по чрезвычайному гуманитарному реагированию, в том числе за пределами РФ

Функции

- разрабатывает и представляет Президенту РФ и /или в Правительство РФ предложения по формированию основ государственной политики, проекты законов и иных нормативных правовых актов, проекты технических регламентов, планов, положений и пр. в области ГО, защиты населения и территорий от ЧС, обеспечения ПБ и безопасности людей на водных объектах
- разрабатывает и утверждает нормативные правовые акты по вопросам, отнесенным к компетенции МЧС России, положения о мониторинге, прогнозировании ЧС, информационном обмене, методике, порядки, инструкции и пр. по вопросам, касающимся установленной сферы деятельности
- организует работу по предупреждению и ликвидации ЧС, спасению людей при ЧС, предупреждение и тушение пожаров, для выполнения отдельных задач планирование и применение спасательных воинских формирований в области обороны РФ, информирование населения, официальный статистический учет и ведение отчетности в области установленной компетенции
- осуществляет государственный надзор за выполнением требований по ГО и ПБ, по защите населения и территорий от ЧС, руководство и координацию деятельности противопожарных служб, надзор во внутренних водах и в территориальном море РФ, поддержание боевой и мобилизационной готовности органов управления и спасательных воинских формирований, поддержание в состоянии постоянной готовности технических систем управления ГО и ПБ, ремонт и эксплуатацию основных фондов МЧС России, организационное и методическое руководство в пределах своей компетенции, организацию подготовки работников, учет сотрудников в системе МЧС России

Рисунок 1. Основные задачи и функции МЧС России

Составлено автором на основе [4]

Главное управление МЧС России по г. Москве осуществляет деятельность полномочных представителей Президента РФ в регионах и территориальных органов исполнительной власти в субъектах РФ [5]. Одним из приоритетных направлений деятельности Главного управления МЧС России по г. Москве является обеспечение сохранения жизни и здоровья служащих, сотрудников и работников, создание безопасных условий труда в подразделениях.

В составе организационной структуры главного управления МЧС России по г. Москве находится множество подразделений, отделов, отделений, групп, представленных на рис. 2.

Внимание к исследованию проблем, связанных с охраной труда в системе МЧС связано, прежде всего, с результатами анализа условий труда Главного управления МЧС России по г. Москве по таким факторам как аварийность, травматизм, смертность и текучесть кадров.

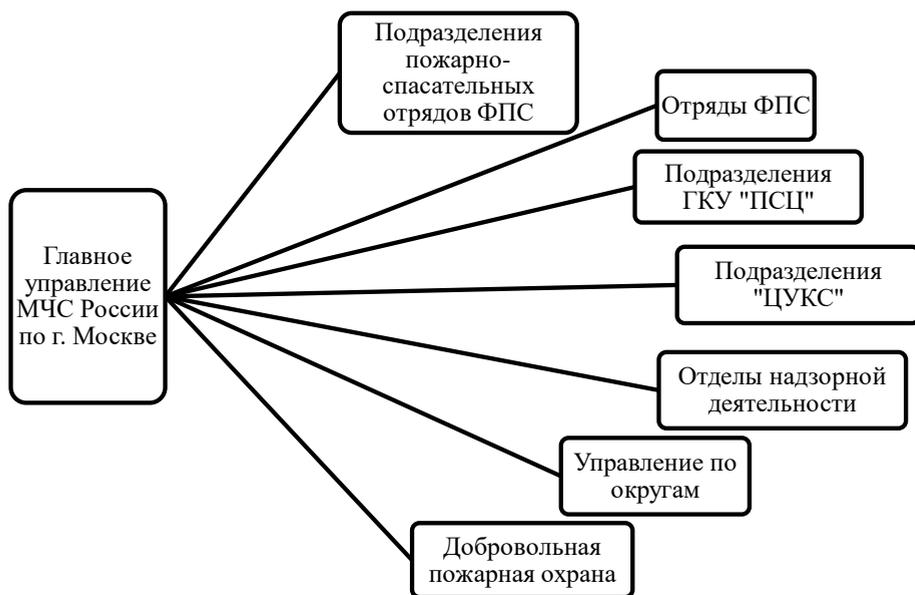


Рисунок 2. Структура Главного управления МЧС России по г. Москве
Составлено автором на основе [5]

Анализ численности сотрудников Главного управления МЧС России по г. Москве за период 2016–2018 гг. (табл. 1) показал, что численность сотрудников снижается с каждым годом. Так, в 2017 году среднесписочная численность сотрудников сократилась на 5,3% относительно уровня 2016 года, а в 2018 году еще на 6,6%. Число выбывших сотрудников значительно превышает число принятых на службу. Следует также отметить, что основной причиной сокращения численности сотрудников является сокращение штата.

Таблица 1
Анализ численности работников Главного управления МЧС России по г. Москве за период 2016–2018 гг., чел. [5]

Показатель / год	2018	2017	2016
Среднесписочная численность сотрудников	268	287	303
- принято всего	15	10	6
- выбыло всего	30	19	16
из них:			
- по собственному желанию	7	4	5
- за нарушение трудовой дисциплины	2	0	1
- по сокращению штатов	21	15	10

Для выявления категории сотрудников, наиболее подверженной риску несчастных случаев, рассмотрена структура Главного управления МЧС России по г. Москве. Наименьшую долю в численности сотрудников составляет руководящий состав – 2%, военнослужащие – 3,5%, федеральные государственные гражданские служащие составляют 18,2%. Доля сотрудников, деятельность которых напрямую связана с риском составляет – 76,3%, о чем свидетельствуют данные табл. 2.

Таблица 2

Структура Главного управления МЧС России по г. Москве за период 2016–2018 гг., чел.

Категория личного состава	2018	2017	2016
Руководители	6	6	6
ФГГС	55	53	49
Сотрудники	205	224	244
Военнослужащие	10	10	10
Всего	270	287	303

Как было отмечено ранее, деятельность сотрудников МЧС России постоянно связана с риском. В процессе выполнения своей работы сотрудник так или иначе сталкиваются с несчастными случаями. Согласно статистике случаев травматизма личного состава Главного управления МЧС России по г. Москве (табл. 3), наибольшее количество травм отмечается среди сотрудников федеральной противопожарной службы, спасателей и пожарных ГКУ «ПСЦ». Это объясняется активным участием и наибольшего вовлечения сотрудников МЧС по сравнению с другими категориями сотрудников, то есть отмечается частота реагирования на тушение пожаров и ликвидацию ЧС.

Таблица 3

Анализ случаев травматизма личного состава Главного управления МЧС России по г. Москве за период 2016–2018 гг., чел. [5]

Категория личного состава	Несчастные случаи			Травмы			Гибель		
	2018	2017	2016	2018	2017	2016	2018	2017	2016
Сотрудники ФПС	5	2	4	5	2	4	0	0	0
Военнослужащие	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Работники ФПС	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Спасатели ГКУ ПСЦ	3	1	4	3	1	3	0	0	1
Пожарные ГКУ ПСЦ	1	4	5	1	4	5	0	0	0
Офисные работники ГКУ ПСЦ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Всего	8	6	13	8	6	12	0	0	1

В качестве причин несчастных случаев можно выделить различные виды происшествий, однако наиболее распространенными являются следующие [3]:

- падение сотрудника при выполнении работы;
- взрыв газовых баллонов;
- воздействие огня, дыма и пламени;
- воздействие вредных веществ;
- личная неосторожность;
- обрушение зданий;
- ДТП.

Как правило, наиболее частой причиной несчастных случаев МЧС является падение сотрудника. Далее идут такие причины, как взрыв газовых баллонов и воздействие огня, дыма и пламени, что обусловлено спецификой деятельности сотрудников МЧС России (в частности, пожарных).

В целом анализ условий труда Главного управления МЧС России по г. Москве показал, что уровень охраны труда в данной организации находится на довольно высоком уровне. Тем не менее, существуют некоторые пробелы в обеспечении безопасности сотрудников [1]. Мероприятия по охране труда представляют собой комплексную систему защиты

сотрудников от опасностей и воздействия внешних факторов, несчастных случаев и профессиональных заболеваний [2]. В качестве мероприятий по улучшению условий и охраны труда Главного управления МЧС России по г. Москве может быть предложено:

- 1) Сделать основной упор на предупреждение несчастных случаев и производственного травматизма сотрудников, в частности, сотрудников ФПС, спасателей и пожарных ГКУ «ПСЦ».
- 2) Выявление причин и факторов, которые приводят или могут привести к ухудшению условий труда работников.
- 3) Представить приоритетные направления, которые обеспечивают улучшение условий безопасности с минимизацией затрат в кратчайшие сроки.
- 4) Повысить уровень подготовки всего личного состава.

Предложенные мероприятия позволят обеспечить для сотрудников безопасные условия труда. Основная их направленность состоит из предупреждения возможных нарушений норм охраны труда и возможности возникновения ситуаций, опасных для здоровья и жизни людей. Приоритетным принципом осуществления мероприятий по улучшению условий и охраны труда является обеспечение достойных условий труда и снижение риска травматизма при выполнении работы сотрудниками МЧС. Результатом реализации данных мероприятий будут являться:

- снижение риска производственных травм и профессиональных заболеваний;
- сокращение расходов и непроизводственных затрат;
- воспитание более подготовленного и внимательного персонала.

Таким образом, следует отметить, что поскольку деятельность сотрудников МЧС напрямую связана с риском, условия и охрана труда должны быть обеспечены на самом высоком уровне. При этом подход к вопросам безопасности должен осуществляться непрерывно со стороны высшего руководства и каждого рядового сотрудника. В организациях следует изучать и соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Это позволит развитию тенденции повышения производительности труда и снижению уровня травматизма и профессиональных заболеваний. Такой подход приводит к минимизации материальных затрат, возникающих в результате несчастных случаев. Вовлеченность всех сотрудников в работу по снижению рисков будет способствовать созданию безопасных условий труда. А усиление личной ответственности каждого сотрудника за свою жизнь и свое здоровье позволят значительно повысить качество охраны труда, тем самым обеспечивая эффективное функционирование МЧС России.

Литература

1. Негреева В.В., Василенок В.Л., Кагиян О.А. Исследование проблем охраны труда и их влияние на промышленную безопасность предприятий черной металлургии // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент – 2019. – № 4(39). – С. 41–50.
2. Спатарь Е.В. Оценка охраны труда различными методами // Техника. Технологии. Инженерия. – 2016. – №1. – С. 5–9.
3. Официальный сайт клуба пожарных и спасателей [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://fireman.club/> – (Дата обращения: 05.05.2020).
4. Официальный сайт МЧС России [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://www.mchs.gov.ru/> – (Дата обращения: 30.04.2020).
5. Официальный сайт МЧС России. Главное управление МЧС России по г. Москве [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://moscow.mchs.ru/> – (Дата обращения: 02.05.2020).

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ И МОРАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ТАКИХ КАТЕГОРИЙ, КАК ЧЕСТЬ, ДОСТОИНСТВО И ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ СОТРУДНИКА МЧС РОССИИ

Е.А. Телелева

Научный руководитель – к.ю.н., доцент В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

79370702044@yandex.ru

Аннотация

Раскрываются особенности понятий: честь, достоинство и деловая репутация. Рассматриваются основные подходы при разграничении данных категорий. Выражено мнение автора по определению и разграничению анализируемых категорий.

Ключевые слова

Честь, достоинство, деловая репутация, правовая защита данных понятий.

В современных сложных динамичных условиях функционирования МЧС России решение проблем защиты чести и деловой репутации сотрудников является жизненно необходимым условием эффективной работы. Актуальность рассмотрения в рамках статьи данных категорий, особенностей их толкования, разграничения между собой на основе анализа нормативной базы информации и изучение особенностей морального аспекта обуславливается необходимостью разграничения этих понятий.

Законодательное рассмотрение понятий честь, достоинство и деловая репутация в отношении сотрудников МЧС является очень важным, так как необходимо четко определить особенности определения права на защиту, особенно, с точки зрения современного российского гражданского права, когда проблемы защиты чести, достоинства и деловой репутации в данных условиях приобретают особое значение.

Понятия чести и достоинства являются очень близкими понятиями, которые различаются концептуальным подходом к оценке качеств личности человека, обладающие специфическими свойствами, оказывающие влияние на оценку и значимость человека для общества, связаны с существованием человека в социальной среде. Честь предполагает оценку качеств со стороны внешнего окружения, внутренняя самооценка определяется достоинством личности. Таким образом, понятия чести и достоинства основываются на признании ценности человека в личностном плане вне зависимости от ее социального положения с позитивной позиции.

Данные понятия основываются на рассмотрении морально-правовых аспектов, в их содержание заложены специфические свойства, которые позволяют оценивать значимость человека для профессиональной деятельности, определяют существование человека в социальной среде, определяя моральный статус личности, ее самооценку и положение в обществе, они имеют разное правовое рассмотрение.

Интересным представляется рассмотрение данных понятий в исторической хронологии развития и становления гражданского права. Так, в частности, идея гражданского полноправия рассматривалась в древнем Риме как смешение с понятием чести, когда жители, не являющиеся римскими гражданами, не могли пользоваться и честью. Для русского древнего права понятие чести соотносилось с понятием служило-родового достоинства.

Таким образом, исторически сложилось так, что изначально честь решающим образом накладывала отпечаток на статус человека, его место и положение в обществе.

«В дореволюционной юридической литературе гражданская честь определялась как понятие чести в праве и понятием нравственного долга» [1]. В частности, является одним из условий, влияющих на правоспособность человека: «Гражданская честь состоит в признании за человеком доброго имени, того достоинства, которое считается принадлежностью всякого гражданина, не запятнавшего себя никакими неблагоприятными деяниями» [5].

Очень часто в различных источниках активно использовались следующие фразы: вступить за честь, клянусь за честь, что активно указывает на важность защиты человеческого достоинства [4].

Исторически также определение чести рассматривалось как совокупность свойств, необходимых человеку для выполнения особенных целей, направленных на выполнение функциональных обязанностей в рамках профессиональной деятельности.

Оценивание общественным мнением качеств индивида в ряде случаев не учитывается при понимании особенностей в отношении деловой репутации. Заимствован термин «репутация» от французского *reputation* и латинского *reputatio* (размышление, рассуждение). В такой рассматриваемой трактовке данное понятие предполагает добрую или худую славу о человеке; общественное мнение о человеке, об учреждении.

Толковым словарем Даля данное понятие определяется как слава человека, добрая и дурная, как и чем кто слывет, общее мнение о ком-либо [2].

Таким образом, репутация представляется с точки зрения положительного или отрицательного оценивания со стороны общественного мнения о человеке, при этом данное понятие может рассматриваться через другие смежные категории. Деловая репутация субъектов различных видов профессиональной деятельности характеризуется уровнем его квалификации и типом профессиональной деятельности.

Особенности функционирования различных профессиональных сообществ определяют специфику деятельности сотрудников, которые должны обладать данными важнейшими социально-правовыми ценностными категориями, к тому же «Формирование правовой культуры, а вместе с тем корпоративного духа представителей ведомственных органов, под воздействием того или иного типа правопонимания, а значит, представлений о праве, государстве, – сложный, длительный процесс, который затрагивает практически все стороны жизни...» [3, с. 1548]. В данной ситуации сотрудники выступают субъектами права, когда очень важна защита чести и достоинства их действий. В частности, для представителей структур МЧС России также необходима твердая уверенность, в том, что их права не будут ущемлены распространением в отношении их ложных порочащих сведений, могут настаивать на соответствующей общественной оценке поведения каждого истинному выполнению требований закона, моральных принципов. Честь, достоинство и деловая репутация в данном случае представляют защищаемые законом, социальные блага, нарушение которых наносит серьезный моральный вред свободе действий и общественному положению.

Согласно Конституции РФ и смыслу комментариев признание человеческого достоинства в качестве универсальной и абсолютной, охраняемой государством конституционной ценности является важнейшей характеристикой правового статуса личности в Российской Федерации, а регулирование применения понятий достоинства и чести связано с категорией человеческой жизни, что очень важно для обоснования ценности человеческой жизни, особенно для сложной профессиональной деятельности сотрудников МЧС. В комментариях к статье 21 поясняется интеграция на высшем нормативном правовом уровне биологических и духовных начал человеческой личности, её достоинства, позволяющее с определённой степенью ответственности и уровнем профессиональных компетенций выполнять свои функциональные обязанности.

Детальное изучение двух важных понятий достоинства и чести, как социальных категорий связано с применением признаков относительной универсальности, а также многозначности глубины их содержания, что обозначено в Постановлении КС РФ от 22.03.2005 N 4-П*(183).

Можно представить обобщенное понимание, которое сформировалось в процессе развития гражданского права в отношении понятия чести, которое стало определяться в трех главных формах:

1. Первая форма — это условие приобретения, т. е. возможность пользования различными правами, насколько, насколько эти права предполагают обладание незапятнанной честью.
2. Вторая форма — это атрибут личности, т.е. атрибут нераздельного с ней идеального блага, поставленного под защиту юридических норм против посягательств третьих лиц.
3. Третья форма — это предмет наказания, который предполагает лишение этого блага тех, кто вызывает против себя общественное осуждение или совершает известные преступления.

Таким образом, можно подвести некоторый итог анализу рассматриваемых понятий по отношению к представителям сотрудников МЧС.

Понятие чести представляет общественную оценку качеств личности, которая рассматривается как некоторая мера оценивания социальных, профессиональных качеств для представителей особого профессионального сообщества, которая может зависеть от самого сотрудника, от его поведения, отношения к другим коллегам, в целом коллективу, профессионально-квалификационным обязанностям.

Понятие достоинства представляет внутреннюю самооценку собственных качеств человека, способностей, мировоззрения, своего значения в профессиональной деятельности.

Деловая репутация может представлять оценку личности сотрудника МЧС сослуживцами, сообществом, меру оценивания его профессиональных качеств, компетентности, коммуникативности.

Таким образом, под этим пониманием подразумевается, что честь определяется как положительное общественное мнение о личности, а достоинство определяет положительное субъективное личностное мнение самого человека как индивида.

В рамках данной статьи важно рассмотреть некоторые особенности защиты чести, достоинства и деловой репутации, как правовых категорий.

В частности, рассматривая возможность возникновения ситуации, связанной с оскорблением, которое представляет собой выраженную в неприличной форме отрицательную оценку человека, унижающую его честь и достоинство.

В современных условиях развития средств телекоммуникаций и возможностей среды Интернет возникают кроме традиционных форм публичного распространения оскорблений и клеветы, используются современные технологии посредством размещения информации в сети на сетевых ресурсах, различных форумах. Решение вопросов защиты чести и достоинства в данной ситуации является актуальным и требующим грамотных подходов. Проблема заключается в необходимости выявления недобросовестных владельцев ресурсов, создающих предпосылки и возможности нарушения прав.

Формирование деловой репутации происходит в основном в процессе трудовой или профессиональной деятельности представителей и сотрудников, процесс формирования связан с открытым распространением актуальной информации об осуществлении деятельности. В открытый доступ могут попасть сведения, которые являются скрытыми, но злоумышленниками могут быть изъяты и использованы недобросовестно в корыстных целях, что может нанести ущерб не только репутации и дискредитировать сотрудников, но и подорвать деятельность структурных подразделений МЧС.

Деловая репутация, как любого гражданина является важнейшим условием его успешной деятельности; признания, востребованности. Чистая, деловая репутация играет особую роль в деятельности не только одного сотрудника и в целом любой компании, как крупной, так и маленькой.

В условиях современной действительности, когда результаты деятельности сотрудников МЧС определяют безопасность и жизнеобеспечивающее существование регионов РФ, высокая квалификация, качественно выполненные функциональные

обязанности являются определяющими, поэтому репутация высоко ценится в современном мире.

Таким образом, деловая репутация сотрудника МЧС характеризует его как работника – профессионала в своей профессиональной области, представляет собой оценку его качеств, значимых для выполнения функциональных обязанностей.

Литература

1. Гамбаров, Ю.С. Курс гражданского права / Ю.С. Гамбаров. – Санкт-Петербург: Тип. М. М. Стасюлевича, 1911. – Т. 1. Часть общая. – 791 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=120047> – (Дата обращения: 01.04.2020).
2. Даль, В.И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 4-х т.: [12+] / В. И. Даль. – Москва: Издательство «Рипол-Классик», 2006. – Т. 4. Р-Я. – 667 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=54126> – (Дата обращения: 01.04.2020).
3. Чайка В.Н. Роль правового воспитания в формировании корпоративной культуры сотрудников ведомственных органов // РОССИЙСКАЯ ПОЛИЦИЯ: ТРИ ВЕКА СЛУЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВУ: Материалы юбилейной международной научной конференции, посвященной 300-летию российской полиции. Под редакцией Н.С. Нижник. Издательство: Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, Санкт-Петербург, 2018. – С.1547-1549.
4. Курс правоведения по Народной энциклопедии изд. 1911 г. Том 1, 2. Общественно-юридические науки (Административное право, Гражданское право). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allpravo.ru/library/doc542p/instrum2269/> – (Дата обращения: 01.04.2020).
5. Трубецкой Е.Н. Лекции по энциклопедии права. М.: 1909. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.allpravo.ru/library/doc108p/instrum4439/item4474.html> – (Дата обращения: 01.04.2020).

ОСОБЕННОСТИ ОКАЗАНИЯ АДВОКАТОМ ЮРИДИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ ГРАЖДАНАМ, ПОСТРАДАВШИМ ПРИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ (НА ПРИМЕРЕ НЕКОТОРЫХ РЕГИОНОВ РФ)

В.В. Шленчак, М.А. Печеневская

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

**Viktor22041984@yandex.ru
pechenevskaja76@mail.ru**

Аннотация

Современные масштабы и темпы развития крупных производств, рост количества опасных отходов и других угроз экологии, развитие информационно-коммуникационных технологий, транспортных сетей создают условия для возникновения чрезвычайных ситуаций, последствия которых приводят к необходимости обращения граждан за юридической помощью. В данной статье исследован порядок оказания правовой помощи гражданам на основании действующего федерального и некоторых региональных (г. Санкт-Петербурга, Республики Татарстан, Иркутской области) законодательств.

Ключевые слова

Гражданское право, адвокат, чрезвычайная ситуация, оказание бесплатной юридической помощи, взаимодействие федеральных и региональных органов власти.

Для рассмотрения вопроса об оказании адвокатом помощи гражданам, пострадавшим при чрезвычайных обстоятельствах, обратимся к определению такого правового понятия как «чрезвычайные ситуации».

Легальное определение рассматриваемого понятия дано в ст. 1 Федерального закона от 21.12.1994 N 68-ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» (далее – Закон № 68-ФЗ). В соответствии с указанным нормативным правовым актом чрезвычайная ситуация - это обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей [1].

До появления легального определения понятие чрезвычайной ситуации давалось учеными на доктринальном уровне. Исследователи, рассматривают причину рассматриваемого явления как внешне неожиданную, внезапно возникшую обстановку, которая характеризуется неопределенностью и сложностью принятия решения, остроконфликтностью и стрессовым состоянием населения, что приводит к последствиям в виде значительных человеческих жертв, нанесению как социально-экономического, так и экономического ущерба.

Чрезвычайные ситуации классифицируются по различным основаниям – даже в названии Закона № 68-ФЗ чрезвычайные ситуации представлены в двух видах (природные и техногенные) на основании разделения по природе возникновения. В настоящее время базовой классификацией является разделение указанных ситуаций по масштабам распространения и тяжести последствий. Основой классификации являются территориальный фактор, количество пострадавших и размер материального ущерба.

На основании Постановления Правительства РФ от 21.05.2007 N 304 «О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» названные ситуации

подразделяются на чрезвычайные ситуации локального, муниципального, межмуниципального, регионального, межрегионального и федерального характера.

В частности, с 1.01.2020 для отнесения чрезвычайной ситуации к разряду федерального характера установлено число пострадавших более 500 человек или размер материального ущерба свыше 1,2 млрд. рублей (до внесения изменений определяющие показатели в части численности были те же, но сумма материального ущерба должна была составить более 500 тыс. рублей).

Например, в соответствии с Указом Президента РФ от 03.07.2019 № 316 и Указом губернатора Иркутской области от 27.06.2019 № 134-уг наводнение на территории Иркутской области признано чрезвычайной ситуацией федерального характера. В результате природной стихии пострадало шесть районов, погибли 20 человек, сумма материального ущерба по предварительным подсчетам составляет 29 млрд рублей.

Чрезвычайной ситуацией муниципального характера будет признана ситуация, когда территория бедствия определена территорией одного муниципального образования, число пострадавших не более 50 человек, а материальный ущерб не более 12 млн рублей и данную ситуацию нельзя отнести к локальным чрезвычайным ситуациям.

Например, как следует из материалов дела, рассмотренного Судебной коллегией по административным делам Верховного Суда РФ чрезвычайной ситуацией муниципального характера было объявлено положение, возникшее на территории Вихоревского муниципального образования Иркутской области в результате аварийной остановки работы котельной, отапливающей жилые дома и учреждения в конце апреля-начале мая 2016 года. В результате прекращения подачи тепла температуры воздуха в жилых и административных помещениях установилась ниже десяти градусов Цельсия, что является недопустимым для осуществления жизнедеятельности населения (указанное муниципальное образование находится в районе, приравненном к районам Крайнего Севера) [5].

МЧС России в Государственном Докладе «О состоянии защиты населения и территорий Российской Федерации от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» отмечает снижение количества чрезвычайных ситуаций в 2017 г. по сравнению с 2016 г. на 14%, кроме того динамика снижения наблюдается в течение 2012-2017 гг. (если в 2017 г. было зафиксировано 437 чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, то в 2016 г. – 257, что на 41,19 процентов меньше).

В случае возникновения чрезвычайных ситуаций российское законодательство наряду с правом граждан на защиту жизни, здоровья и личного имущества, устанавливает право на получение бесплатной юридической помощи. Данное право обусловлено как ст. 18 Закона № 68-ФЗ, так и п. 1 ст. 26 Федерального закона от 31.05.2002 N 63-ФЗ «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации» (далее – Закон об адвокатской деятельности). При этом, согласно Закону, об адвокатской деятельности правовое регулирование отношений по оказанию адвокатами бесплатной юридической помощи осуществляется нормами Федерального Закона Российской Федерации «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации».

Федеральный закон от 21.11.2011 № 324-ФЗ «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» (далее – Федеральный закон о бесплатной юридической помощи) устанавливает право оказания бесплатной юридической помощи физическими и юридическими лицами, осуществляющими деятельность как в рамках государственной, так и негосударственной систем [2].

Услуги по оказанию качественной бесплатной юридической помощи формируют высокий уровень правовой культуры граждан – как тех, кто эту помощь получает, так и тех, кто ее оказывает – профессиональных юристов, поскольку «ценностные ориентиры как составляющая правовой компетенции, наряду с мотивами, правовыми установками выступают специфическими регуляторами поведения» [3, с. 192]. Оказание бесплатной юридической помощи может быть осуществлено в следующих видах:

- проведения устных и письменных консультаций;
- составления заявлений, жалоб, ходатайств и других документов правового характера;
- участия в качестве представителя интересов гражданина в судах, государственных и муниципальных учреждениях и организациях.

Указанные действия осуществляются **в случаях** восстановления имущественных прав, личных неимущественных прав, нарушенных в результате чрезвычайной ситуации, возмещения ущерба, причиненного вследствие чрезвычайной ситуации.

Бесплатная юридическая помощь лицам, пострадавшим при чрезвычайных ситуациях, оказывается в случае причинения вреда жизни и здоровью, а также в случае утраты прав имущественного и неимущественного характера (это может быть полная или частичная утрата жилого помещения, имущества, документов и т. д.). Указанный перечень лиц в г. Санкт-Петербург расширен посредством внесения в него супруга или супруги, находившегося на момент последствий чрезвычайной ситуации в зарегистрированном браке; детей; родителей; лиц, для которых погибший (умерший) являлся единственным источником финансового жизнеобеспечения.

Для предоставления помощи необходимо представить следующие документы (в соответствии с Распоряжением Комитета по социальной политике Санкт-Петербурга от 25.10.2016 N 321-р):

- заявление о предоставлении бесплатной юридической помощи, форма которого утверждена административными регламентами;
- документ, удостоверяющий личность гражданина РФ, содержащий данные о возрасте, месте жительства;
- справки и документов, подтверждающих доход каждого члена семьи за последние три календарных месяца, предшествующих месяцу обращения;
- документ, подтверждающий чрезвычайную ситуацию.

Следует отметить, что действие Закона о бесплатной юридической помощи не регулирует вопросы оказания бесплатной юридической помощи в уголовном и административном судопроизводстве. Указанный нормативный правовой акт действует в правовых отношениях исключительно гражданско-правового характера.

Статья 7 Федерального Закона о бесплатной юридической помощи устанавливает возможность ее осуществления как государственными, так и негосударственными структурами, имеющими право на осуществление данной деятельности в соответствии с установленными нормами

Данная вариативность позволяет субъектам Российской Федерации самостоятельно решать вопрос реализации этого права посредством, например, создания государственных юридических бюро. Из предложенных вариантов большая часть субъектов Российской Федерации приняла решение об оказании бесплатной юридической помощи через адвокатские палаты. Данное обстоятельство позволяет государству осуществлять организацию и контроль указанной деятельности, которая возлагается на уполномоченные органы субъекта Российской Федерации (далее – уполномоченный орган).

Если обратиться к рассматриваемой ситуации в Санкт-Петербурге, то Законом о бесплатной юридической помощи данного субъекта полномочия по оказанию бесплатной юридической помощи возложены на Адвокатскую палату Санкт-Петербурга. Уполномоченным органом субъекта является Комитет по социальной политике Санкт-Петербурга [4].

Обязанностью адвокатской палаты субъекта Российской Федерации, в том числе г. Санкт-Петербурга, является ежегодное направление в срок не позднее 15 ноября в уполномоченный орган (для Санкт-Петербурга – в Комитет социальной политики) списка адвокатов, участвующих в деятельности государственной системы бесплатной юридической помощи. Данный список кроме фамилии, имени, отчества должен содержать указание на

регистрационные номера адвокатов в реестре адвокатов и наименование адвокатских образований, в которых адвокаты осуществляют свою профессиональную деятельность.

Не позднее 1 декабря исполнительный орган должен заключить с адвокатской палатой соглашения об оказании бесплатной юридической помощи адвокатами, являющимися участниками государственной системы бесплатной юридической помощи. В течение месяца (до 1 января) список адвокатов должен быть размещен в средствах массовой информации и на официальном сайте в сети «Интернет».

Адвокаты, являющиеся участниками государственной системы бесплатной юридической помощи, оказывают гражданам бесплатную юридическую помощь на основании соглашения, которое является гражданско-правовым договором. Для данного соглашения установлена простая письменная форма между доверителем и адвокатом (ст. 25 Закона об адвокатской деятельности). Существенными условиями соглашения являются данные о лицах, выступающих в качестве поверенного, с указанием принадлежности к адвокатскому образованию и адвокатской палате и доверителя, предмет договора, а также ссылка на Закон о бесплатной юридической помощи, поскольку сумма вознаграждения будет отсутствовать.

Адвокаты, работающие в рамках оказания бесплатной юридической помощи, отчитываются перед адвокатской палатой о проведенной работе, а адвокатская палата представляет ежегодный доклад уполномоченному органу.

Хотя следует отметить, что отчет о проведенной работе носит сугубо количественный характер, качество оказания услуг остаются неучтенными. Нам представляется, что при оценке работы по оказанию бесплатной юридической помощи должны быть введены качественные критерии, которые можно было бы сопоставить со стандартами качества.

Анализируя размещенные в сети «Интернет» Методические рекомендации по порядку оказания рассматриваемой помощи в Республике Татарстан, мы не находим фактора «массовости» в участии адвокатов в оказании бесплатной юридической помощи. Так, по состоянию на 01.07.2016, в список участников включено 130 человек, а фактическую помощь оказывали только 27, что составляет 20,7 процентов. Данное положение объясняется в большинстве случаев трудоемкостью сбора документов для подтверждения выполненной работы и компенсации расходов, а также необходимостью представления отчетности о проделанной работе.

Исследователи отмечают в аналогичных случаях не только «вину» адвокатов, но потенциальных доверителей, которым нужно собрать достаточно объемный пакет документов для подтверждения статуса лица, которому данная помощь может быть предоставлена бесплатно. В то же время можно привести пример г. Санкт-Петербурга, в котором в рамках программы оказания бесплатной юридической помощи разработано и действует специальное программное обеспечение, позволяющее адвокатам моментально определить статус обратившегося гражданина.

Указанная проблема, конечно, подлежит решению в процессе осуществления деятельности по оказанию бесплатной юридической помощи, поскольку значимость ее оказания гражданам, пострадавшим при чрезвычайных ситуациях, трудно переоценить.

Литература

1. Федеральный закон от 21.12.1994 N 68-ФЗ (ред. от 23.06.2016) «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» // Собрание законодательства РФ. 26.12.1994. N 35. Ст. 3648.
2. Федеральный закон от 21.11.2011 N 324-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 28.11.2011. N 48. Ст. 6725.
3. Чайка В.Н. Роль правового воспитания в формировании корпоративной культуры сотрудников ведомственных органов // РОССИЙСКАЯ ПОЛИЦИЯ: ТРИ ВЕКА СЛУЖЕНИЯ ОТЕЧЕСТВУ Материалы юбилейной международной научной

- конференции, посвященной 300-летию российской полиции. Под редакцией Н.С. Нижник. Издательство: Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации, Санкт-Петербург, 2018. – С. 1547-1549.
4. Закон Санкт-Петербурга от 11.10.2012 № 474-80 (ред. от 11.04.2018) «О бесплатной юридической помощи в Санкт-Петербурге» (принят ЗС СПб 19.09.2012) // Вестник Законодательного Собрания Санкт-Петербурга. № 31. 22.10.2012.
 5. Апелляционное определение Судебной коллегии по административным делам Верховного Суда РФ от 12.07.2017 N 66-АПГ17-26 // СПС «КонсультантПлюс». 2020.

КРУПНЫЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ: РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ОРГАНИЗАЦИЯМИ МЧС РОССИИ

В.А. Щелакова, Т.В. Дубровская, Ю.Д. Ярушинская

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

cherfa@yandex.ru
tanya.dubrovskaya.1998@mail.ru
ulija150499@icloud.com

Аннотация

Современная рыночная экономика отличается многообразием форм предприятий, а успешность ее функционирования обеспечивает оптимальное сочетание различных типов компаний и использование ими своих преимуществ. При этом именно крупные организации являются основой экономического потенциала любого государства, поскольку они создают большую часть национального богатства страны. Статья посвящена исследованию роли крупных предприятий в отечественной экономике, а также иное их взаимодействие с организациями МЧС России.

Ключевые слова

Крупные предприятия, экономическая система, элементы экономики, МЧС России.

Экономическая система любого хозяйствующего субъекта состоит из пропорционально включенных в нее элементов. Результатом становится сложная хозяйствующая система. Структура экономических элементов и производственных отношений представлена на рис. 1.



Рисунок 1. Основные элементы хозяйственной системы

Каждый из выделенных элементов играет огромную роль в развитии хозяйствующей системы. Так, например, домашние хозяйства являются потребительской сферой экономикой системы; субъекты хозяйствования создают сферу деятельности, которая направлена на получение прибыли путем оказания услуг и производства продукции для удовлетворения индивидуальных и общественных потребностей; государство выполняет функции регулирующих воздействий на процессы деятельности элементов и их взаимоотношений на различных уровнях управления.

Основой для формирования задач и приоритетных направлений для обеспечения эффективного функционирования экономики выступает разработка структурной качественно новой государственной политики для каждого отдельного элемента. При этом наиболее значимым элементом выступают хозяйствующие субъекты, которые производят тот или иной продукт в нематериальной и материальной форме.

Предпринимательство в рыночной экономике представлено крупными и мелкими компаниями. В современной экономической литературе существует различные способы

определения размера компании. Однако наиболее распространенным является критерий численности сотрудников, в соответствии с которым организации подразделяются следующим образом: микропредприятия – до 15 сотрудников, малые – от 16 до 100 сотрудников, средние – от 101 до 250, крупные – более 250, особенно крупные – более 1000 сотрудников [1].

Исторически сложилось, что вся промышленность в стране эволюционировала именно в виде крупных предприятий. Еще в Царской России начали активно строиться крупные индустриальные заводы, многие из которых процветают и в настоящее время. Экономика советского периода, в сравнении с рыночной, отличалась несоразмерно большой долей крупных предприятий и непропорционально маленькой долей средних и малых. Так, в 1960 г. в СССР процент крупных предприятий достиг почти 16% и был более чем в 5 раз выше, чем в Германии. Затем к 1987 году эта цифра достигла 29,5%, при этом крупные предприятия тогда обеспечивали более 85% рабочих мест. Ситуация в новой рыночной экономике Российской Федерации кардинально изменилась [5]. Доля крупных предприятий резко сократилась и в 1996 г. составляла чуть менее 3%. Все больше стали возникать малые и средние предприятия, что позволило частично покрыть их дефицит в общем количестве компаний [6].

В современных реалиях доля отечественных крупных предприятий уменьшается с каждым годом. В таблице 1 приведена динамика количества предприятий различных категорий и размеров. Согласно данным таблицы в 2018 году доля крупных компаний от общего числа составила всего 0,7%. Тем не менее, до сих пор практически весь производственный потенциал сосредоточен именно на гигантских заводах (рис. 2).

Таблица 1

Динамика количества отечественных предприятий (ЮЛ и ИП) за 2014–2018 гг. [4]

Организации	2014	2015	2016	2017	2018	2018, %
Крупные предприятия	9 172	9 650	10 098	10 394	10 475	0,70
Средние предприятия	12 136	13 181	14 216	15 008	15 201	1,01
Малые предприятия	72 738	83 075	94 087	104 259	107 664	7,17
Микропредприятия	880 404	1 007 433	1 135 711	1 270 178	1 369 158	91,13
ВСЕГО	974450	1 113339	1 254112	1 399839	1 502498	100

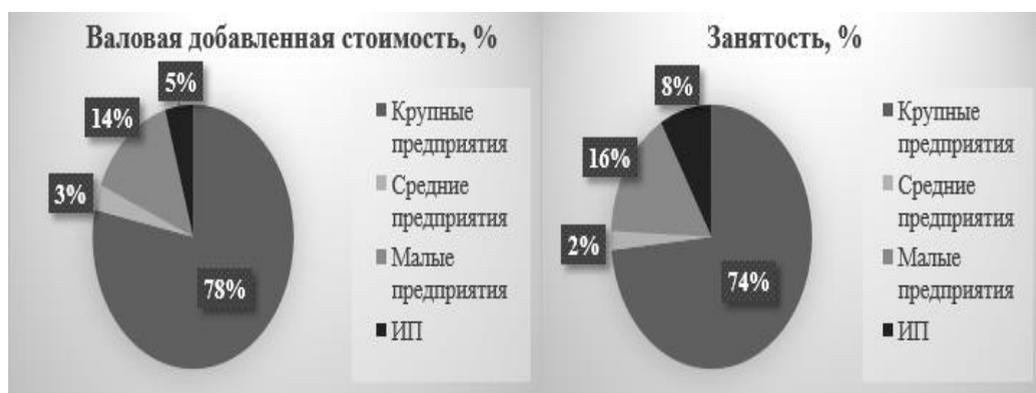


Рисунок 2. Вклад в совокупные показатели различных категорий бизнеса, %

Основными экономическими преимуществами крупных компаний выступают наличие централизованного капитала, высокая производительность труда за счет условно-постоянной численности сотрудников, возможность освоения и внедрения инноваций, а также другие, более подробно представленные на рис. 3.



Рисунок 3. Экономические преимущества крупных компаний

Эти преимущества раскрывают роль крупных предприятий в народном хозяйстве. Крупные компании создают дополнительные рабочие места, предоставляют услуги и товары приоритетному числу хозяйствующих субъектов и индивидуальных потребителей. Кроме того, крупные компании, как правило, известны своим именем, что по мнению покупателей является признаком гарантии качества и вызывает их симпатию и доверие. Крупным предприятиям значительно легче привлекать финансовые ресурсы, что дает им инвестиционную стабильность и возможность для развития инновационного потенциала [3]. Как видно из рисунка 2 выше, крупные компании выступают в качестве основного налогоплательщика и источника ВВП страны. Корпорации могут мобилизовать своих ресурсы, что делает их менее уязвимыми в рыночных условиях и позволяет предотвращать локальные кризисы.

Тем не менее, несмотря на значительные преимущества крупных компаний, они также имеют существенные недостатки. К ним относятся, прежде всего, усложнение процесса управления по мере увеличения размера компании, необходимость крупномасштабных инвестиций и негативное воздействие на окружающую среду. На макроуровне недостатком крупных компаний является риск монополизации производства, что приводит к неэффективному распределению ресурсов и вызывает нехватку промышленных товаров. Кроме того, в условиях рыночной монополии наблюдается снижение экономической эффективности.

Крупным корпорациям так или иначе приходится взаимодействовать с государственными структурами, ведомствами и министерствами, в том числе с МЧС России. Согласно Положению об МЧС России, утвержденному [2], МЧС России осуществляет свою деятельность во взаимодействии с другими федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления, общественными объединениями и организациями. На рис. 4 и 5 представлены основные вопросы и формы взаимодействия МЧС России и крупного бизнеса.

ОСНОВНЫЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- обеспечение конституционных прав граждан
- социально-экономическое развитие субъектов РФ, а также совместное выполнение задач, вытекающих из установленных полномочий органов исполнительной власти, реализация федеральных программ, планов и отдельных мероприятий, предусмотренных актами Президента и Правительства РФ
- реализация органами исполнительной власти субъектов РФ части полномочий федеральных органов исполнительной власти, переданных в соответствии с соглашениями
- управление государственным федеральным имуществом
- иные вопросы, требующие учета мнений федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов РФ в случаях, предусмотренных законодательством РФ и соглашениями между федеральными органами исполнительной власти, и органами исполнительной власти субъектов РФ

Рисунок 4. Основные вопросы взаимодействия крупных компаний и МЧС России

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

планирование и реализация совместных мероприятий

подготовка предложений по совершенствованию законодательства РФ и законодательства субъектов РФ

обмен информацией, необходимой для реализации полномочий органов исполнительной власти и предоставляемой в установленном порядке

иные формы, предусмотренные соглашениями между федеральными органами исполнительной власти и органами исполнительной власти субъектов РФ

Рисунок 5. Основные формы взаимодействия крупных компаний и МЧС России [2]

Бизнес сообщества вступают во взаимодействие с органами пожарного надзора для решения вопросов повышения ПБ в предпринимательской деятельности. Данное взаимодействие осуществляется на основе анализа и оценки сложившейся ситуации, изучения практики работы торгово-промышленных палат, предпринимательских объединений в сфере аудита ПБ. Кроме того, формируются предпосылки к улучшению нормативно-правовой базы, а также предложения по скоординированным мерам в области снятия избыточных барьеров надзорных органов, повышению уровня защиты объектов от ЧС и угроз пожаров и снижению затрат от возможных потерь. Взаимодействие бизнеса и государственной власти осуществляется в рамках проведения совместных мероприятий, участие в которых принимают руководители и специалисты надзорных органов, в том числе МЧС России, руководители предприятий и предпринимательских объединений, руководители общественных организаций, депутаты Государственной Думы.

Руководители территориальных органов федеральных органов исполнительной власти вправе приглашать руководителей (представителей) органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации для участия в работе совещаний, комиссий и рабочих групп по вопросам, находящимся в сфере их ведения.

Подводя итог вышеизложенному, необходимо отметить, что крупный бизнес и крупные предприятия остаются базисом успешного и эффективного экономического развития. Однако необходимо помнить о немалой значимости малого предпринимательства в экономике страны. Малый бизнес также имеет огромное значение для общества, поскольку является важнейшим институтом гражданского общества и выполняет главные социальные и экономические функции, а именно: формирование новых рабочих мест, развитие

профессиональной активности, поддержка нормальной конкурентной среды, противодействие монополии, совершенствование предпринимательских навыков и традиций, удовлетворение различные потребности элементов рынка, увеличение потребительского спроса, создание среднего класса как основы социально-экономической стабильности нации.

Подводя итог, следует отметить, что взаимодействие крупных и малых предприятий позволяет как одним, так и другим получать значительное конкурентное преимущество на рынке, а также дополнительную прибыль. Данный процесс привлекателен для обеих сторон и необходим для успешного развития экономики страны.

Литература

1. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 01.04.2020) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс] //КонсультантПлюс, 2020. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> – (Дата обращения: 02.05.2020).
2. Указ Президента РФ от 11 июля 2004 г. № 868 «Вопросы Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий» (с изменениями и дополнениями) [Электронный ресурс] // Информационно-правовое обеспечение «Гарант», 2020. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/> – (Дата обращения: 05.05.2020).
3. Негреева В.В., Жужома Ю.Н., Башмакова К.В., Хабиров Д.А. Управление инновационной деятельностью компании // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент – 2019. – № 2(37). – С. 154–162.
4. Официальный сайт СПАРК [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <http://www.spark-interfax.ru/> – (Дата обращения: 03.05.2020).
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/> – (дата обращения: 02.05.2020)
6. Официальный сайтSberbankCIBInvestmentResearch[Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://research.sberbank-cib.com/> – (Дата обращения: 05.05.2020).

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В СИСТЕМЕ ФУНКЦИЙ СОВРЕМЕННОГО ГОСУДАРСТВА

А.Б. Щербатов, В.Н. Чайка

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

alex2238@yandex.ru
chaika_v@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются цели, способы и методы формирования системы безопасности личности, общества и государства, как функция современного государства.

Ключевые слова

Обеспечение безопасности, государство, гарантии.

71 статья Конституции РФ регулирует понятие государственного установления системы безопасности, которая отражается обособленной обязанностью страны, обеспечением её занимаются высшие государственные органы с помощью собственного осуществления трудовых функций, а также передачи некоторых полномочий специально созданными федеральным органам исполнительной власти [1].

Правительство должно гарантировать условия безопасности, которая отождествляется некоторым образом с понятием защищенности базовых интересов общества, граждан и всего государства от разного рода проблем и угроз. Угрозы могут быть как внешними – со стороны мирового сообщества и граждан других стран, а также внутренними. Наиболее приоритетными принципами обеспечения безопасности для выделенных субъектов являются:

- взаимная ответственность государства, общества и личности по направлению соблюдения условий и правил обеспечения безопасности;
- законность;
- взаимодействие отдельных международных систем безопасности, интеграция их в плодотворное сотрудничество для обеспечения высокого уровня защищенности;
- общее поддержание стабильности основных прав и интересов государства, общества и личности.

Безусловно, процесс обеспечения защищенности всех реализуемых процессов государства, жизнедеятельности общества базируется на принятой и осуществляемой внешней и внутренней политике страны. Условия её реализации отвечают за общую гарантию сохранения духовных, материальных ценностей граждан, а также поддержание суверенитета, конституционного строя, обособленной территориальной целостности страны [2].

Можно сказать, что государство в своем лице обеспечивает поддержание соответствующего порядка, безопасности граждан, проживающих внутри неё. Концепция национальной безопасности страны призвана обеспечивать контроль и осуществление защиты граждан, государства от разного рода экологических, политических, информационных, социальных, экономических, военных, технологических угроз, иных форм возможных проблем в осуществлении гарантий прав и свобод [3].

Государство обращает пристальное внимание на обеспечение гарантии общества, государства в рамках обособленных направлений и сфер, в частности рассмотрим выделенные:

- внутривластная сфера обладает рядом условий обеспечения гарантии защищенности людей от экстремизма, терроризма, должна поддерживать

национальное согласие, гражданский мир, конституционный строй, его стабильность, ликвидировать возможные условия и причины их нарушения;

- международная сфера имеет целью обеспечения суверенитета, совершенствования взаимовыгодных и равноправных отношений между государствами, укрепление основных позиций нашей страны в виде великой державы, сохранение мирового порядка, который устанавливает правила стабильного и устойчивого будущего совершенствования мирового сообщества;
- военная сфера имеет специальные направления обеспечения защищенности её направлений: создание общей государственной политики в отношении формирования системы военной безопасности, предупреждение возможной военной агрессии против отдельных стран-союзников и РФ, защита суверенитета, независимости страны и территориальной её целостности, формирование плодотворных взаимоотношений с другими странами и их военными системами, совершенствование органов и Вооруженных сил для повышения готовности их для реализации согласованных действий;
- пограничная зона. Здесь происходит обеспечение наиболее надежного уровня защиты государственной границы страны, соблюдения условий, правил, которые регулируются законодательством РФ для реализации хозяйственной и другой деятельности непосредственно в приграничной зоне;
- социальная сфера. Здесь государство в рамках указанной ранее Концепции обязано осуществлять мероприятия в рамках защиты прав и свобод граждан, обеспечения защиты их жизни и здоровья, повышать благосостояние, доступ граждан к продукции, всем средствам осуществления здорового образа жизни. Кроме того, государство должно развивать транспортную систему, инфраструктуру, помогать социальными услугами лицам с ограниченными возможностями, учитывать необходимость укрепления и развития области здравоохранения в стране, увеличения уровня ЖКХ, развивать область государственно-частного партнерства в различных направлениях;
- духовная сфера. Государство должно заботиться о сохранении традиций, ценностей народа, повышать гуманизм и патриотизм граждан, развивать научный потенциал. Также в рамках политики развития страны Правительство должно обращать внимание на развитие духовной, экономической и социально-политической области жизнедеятельности общества, повышать доступность информационных технологий, сохранять духовное и культурное наследие;
- экологическая сфера. Здесь важно улучшение и сохранение общего состояния окружающей среды, развитие инструментов осуществления экологической политики, а также отдельных уровней: административно-управленческих, технических, административно-управленческих и т.д. При этом повышение уровня защиты окружающей среды должно достигаться в контроле деятельности организаций, улучшения условий существования общества, применения местных ресурсов;
- информационная среда. Здесь государство обязано гарантировать защиту прав и свобод граждан относительно установленных норм Конституции РФ. Любой гражданин может получать информацию в области своих данных. Государство обязано защищать информационные порталы государственных структур от различных несанкционированных вторжений.

Обоснованный анализ, планирование защиты от угроз способно сформировать пласт системы гарантии безопасности государству, обществу, отдельным организациям [4]. Развитие области обеспечения безопасности государства и общества отражается одной из приоритетных систем реализуемой деятельности государственных органов. Организации в рамках сформированных политических направлений и концепций, как и граждане должны соблюдать все необходимые условия достижения защищенности как внутренней, так и внешней среды.

Литература

1. Конституция РФ. – М.: Ось-93, 2019. – 48 с.
2. Правовая основа обеспечения национальной безопасности Российской Федерации: Монография /Ю.И. Авдеев, С.В. Аленкин, В.В. Алешин и др.; Под ред. проф. А.В. Опалева. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 511 с.
3. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года. Сайт Совета Безопасности Российской Федерации <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html> – (Дата обращения: 30.03.2020).
4. Патрушев Н.П. Выступление на заседании СБ РФ по вопросу «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года и комплексе мер по её реализации». 06.04.2009. Официальный сайт Президента России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.kremlin.ru/appears/2009/03/24/1541_type63378type82634_214272.shtml – (Дата обращения: 30.03.2020).

**РАЗДЕЛ 3.
ИНВЕСТИЦИИ, ИННОВАЦИИ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ
ИННОВАЦИЙ**

MOTIVATION OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT OF TRANSNATIONAL CORPORATIONS

A.A. Agatayeva, D. Amangali

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

aikun-ai@mail.ru

Abstract

The basis of globalization, its main driving force, and the supporting structure of the entire modern international economy are transnational corporations, for which foreign activities are no less important, and increasingly more important, than domestic operations.

This paper examines the main activities of state-owned TNCs and their changing place in the global economic architecture. It is also emphasized that state-owned TNCs from developing countries are leading the international investment process. As a conclusion, the development trends will be designed.

Keywords

Investment, globalization, transnational corporations.

In recent decades, state-owned TNCs have gradually become a significant force in the global economy. Globalization processes are contributing to the transformation of an increasing number of state-owned enterprises into state-owned TNCs. State-owned companies from both emerging and developed countries are expanding their presence in global markets, primarily FDI markets.

A number of large state-owned corporations have already proven themselves as major global investors; these include Volkswagen Group (Germany), ENI (Italy), Deutsche Telekom (Germany), Statoil (Norway), General Motors (USA), Airbus Group (France), Petronas (Malaysia), Sinopec (China), and others. The increasing role of state-owned TNCs in global investment flows is understandable: the instability and volatility of the world economy lead to the fact that TNCs with state support are able to withstand crisis phenomena in many areas of the national and global economy, including the foreign direct investment market [1].

TNCs place their tangible and intangible assets in different countries to increase their competitiveness and efficiency, which is expressed in profit. At the same time, the activities of TNCs strengthen the resource and production base of host countries, expand their export opportunities, contribute to the restructuring of their economies and, as a result, improve their economic situation.

Currently, state-owned TNCs are prominent players in the global FDI market. National governments often encourage state-owned companies to invest abroad, encouraging them to integrate more actively into global value chains [2].

The main forms of foreign direct investment, as we know, are investments «from scratch» (so-called greenfields) and cross-border M & As. State-owned TNCs carry out their investment activities using both forms. State-owned TNCs have historically preferred to use investment «from scratch» as the main way to enter foreign markets.

However, since 2009, the cost of Greenfield projects has decreased significantly compared to the cost of M & As projects. In 2012, investment «from scratch» fell very sharply — by 40%, amounting to \$ 75 billion, which was about half of all investments by state-owned TNCs [4]. This trend is particularly true for state-owned TNCs from developed countries, where the financial crisis has seriously affected the opportunities for new investment.

The Figure highlights motives for foreign investment of multinational corporations.

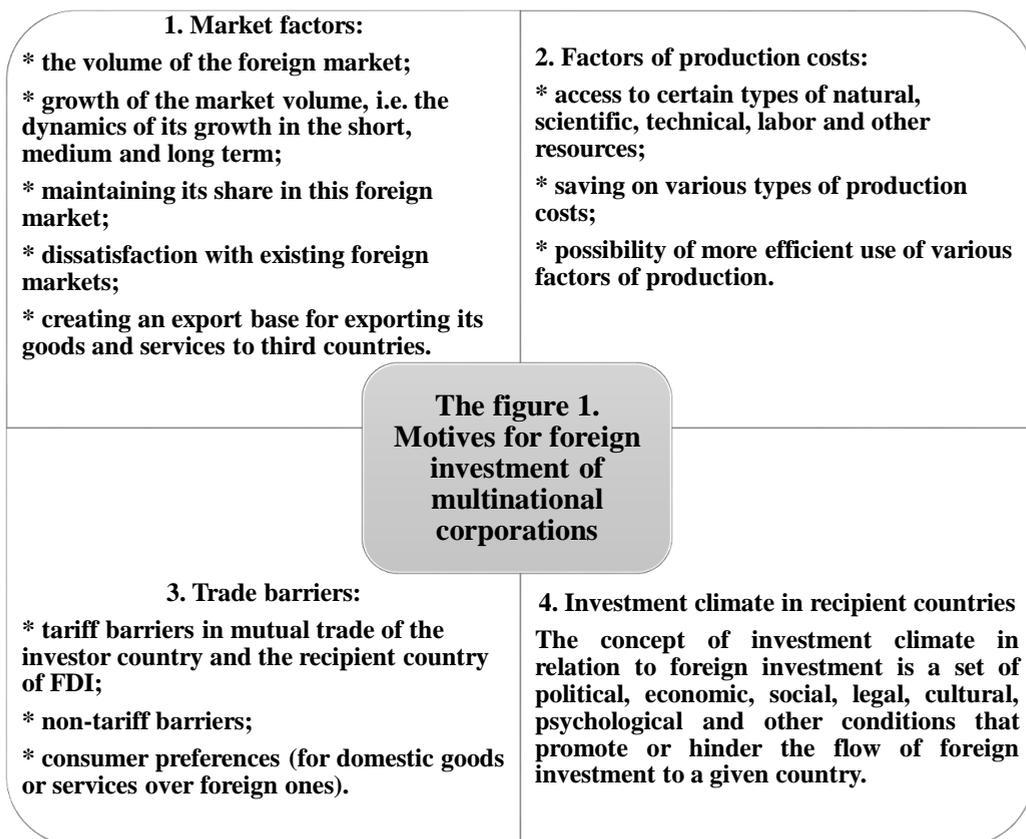


Figure. Motives for foreign investment of multinational corporations

Conclusion. The UN report on foreign investment defines the role of TNCs and foreign direct investment as major components of globalization as follows: «As a result of increasingly liberal policies and technological advances, and under the pressure of competition, globalization is increasingly shaping the modern world economy» [3].

Foreign direct investment by multinational corporations is now playing a crucial role in connecting many national economies and creating an integrated international production system – «the production core of a globalized world economy» [1]. Taking into consideration the changes on the international capital market it is possible to allocate following tendencies inherent in foreign investment [5]:

- the dynamics of the export of capital outpaces exports of goods;
- the growing number of international mergers and acquisitions firms;
- growing role of TNCs as the main subject of the world investment market;
- the shift in the sectoral structure of foreign investments from manufacturing and trade to investment in knowledge-based industries and services.

Literature

1. Azatyan, M.O. The Role of TNCs and foreign direct investment in modern trends in international capital flows. - Text: direct, electronic // Young scientist. — 2018. — № 45 (231). — Pp. 45-48. - URL: <https://moluch.ru/archive/231/53653/> (accessed: 23.04.2020).

2. Cuervo-Cazurra, A. and al. Governments as owners: State-owned multinational companies // *Journal of International Business Studies*, 2014, № 45, pp. 919—942.
3. Cui L., Jiang F. State ownership effect on firms' FDI ownership decisions under institutional pressure: A study of Chinese outward-investing firms // *Journal of International Business Studies*, 2012, № 43(3), pp. 264—284.
4. Shapiro D., & Globerman S. The international activities and impacts of state-owned enterprises. In K.P. Sauvant, L. Sachs, & W.P. F. Schmit Jongbloed (Eds), *Sovereign investment: Concerns and policy reactions*. New York: Oxford University Press, 2012.
5. [Электронный ресурс]. – URL: https://studme.org/232961/ekonomika/motivy_zarubezhnogo_investirovaniya_transnatsionalnyh_korporatsiy – (Accessed: 29.04.2020).

УСПЕШНАЯ ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

К.Н. Александров¹, Н.Г. Иванова²

1 – ООО «СВЕЗА-Лес», Санкт-Петербург, Россия

2 – Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

alexandrovkn@gmail.com
ing4@bk.ru

Аннотация

Статья посвящена обзору практики использования компаниями инструментов привлечения внешних инноваций в России и мире. Изучен опыт взаимодействия стартапов с крупными компаниями, выделены проблемы данного сотрудничества. Предложены пути их решения.

Ключевые слова

Инновации, стартапы, открытые инновации, акселераторы, пилоты.

В современных условиях сроки вывода новых технологий на рынок стремительно сокращаются, что повышает уровень конкуренции между компаниями. Поэтому на мировом рынке заметно постепенное укрупнение транснациональных корпораций с целью получения контроля над новыми побочными рынками для формирования единой экосистемы. Ещё 20 лет назад большинство лидирующих компаний ориентировались исключительно на собственный дорогостоящий НИОКР, то есть «закрытые инновации». По данному показателю компании развитых экономик значительно опережают Россию [1].

Сейчас подходы меняются. И уже многие современные компании достигают конкурентного преимущества за счёт поглощения стартапов и небольших компаний. Например, всеми известная компания Google с 2001 по 2016 годы совершила 191 сделку M&A и создала одну из крупнейших информационных экосистем в мире (Gmail, GoogleDisk, GoogleMaps, GoogleSearch) [2]. Одной из подобных сделок является покупка Youtube за 1,65 млрд долларов в 2006 году.

Во многом благодаря таким сделкам и успешной интеграции приобретенных компаний (YouTube, Android, Motorola Mobility и др.) в свой основной бизнес Google удаётся удерживать лидирующее положение на мировом рынке поисковых систем (рис. 1). Существуют и другие компании, которые движутся в этом направлении: Amazon, Apple, Yandex, Сбербанк, Tinkoff и др.

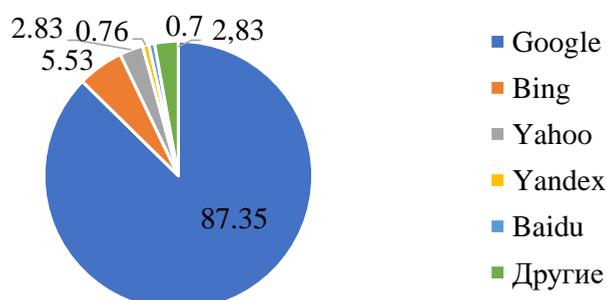


Рисунок 1. Доля компаний на мировом рынке поисковых систем, % [3]

Как можно убедиться, компания Google и другие активно пользуются концепцией открытых инноваций, которую описал в 2003 г. Генри Чесбро в своей книге «Open Innovation. The New Imperative for Creating and Profiting from Technology». Причём, в самом начале книги автор сделал акцент на том, что под инновацией он подразумевал изобретение, внедрённое и выведенное на рынок. Затраты на инновации компаний должны окупаться. Именно в этом контексте автор предложил дальше оперировать этими понятиями и акцентировал внимание на извлечении прибыли для бизнеса от технологий. Это важно с точки зрения управления инновациями. Они обязаны компаниям приносить прибыль. Соответственно, компаниям крайне важно научиться правильно оценивать рынок и успех от разработки каких-либо инновационных решений и научиться грамотно их имплементировать в свой основной бизнес.

В этом плане показательным примером является покупка компанией Nokia оператора датчиков дорожного трафика по всей Европе в 2007 году за 8,1 млрд. \$. В то же время был запущен израильский стартап Waze, который через 4 года обладал уже большим количеством источников (в 4 раза), чем Navteq. В итоге Nokia не смогла добиться лидирующих позиций в области мониторинга дорожного трафика [4]. Примечательно, что Google приобрёл Waze в 2013 году за 1,1 млрд. \$.

Кроме того, инновации могут не только приходить в компании, но также и покидать её. Особое внимание автор уделил знаменитому научно-исследовательскому центру PARC компании Хегох в Кремниевой долине. Например, в 1998 году сумма наиболее успешных 10 технологических компаний (спин-оффов) по капитализации обошли компанию, на площадке которой были разработаны их решения (рис. 2).

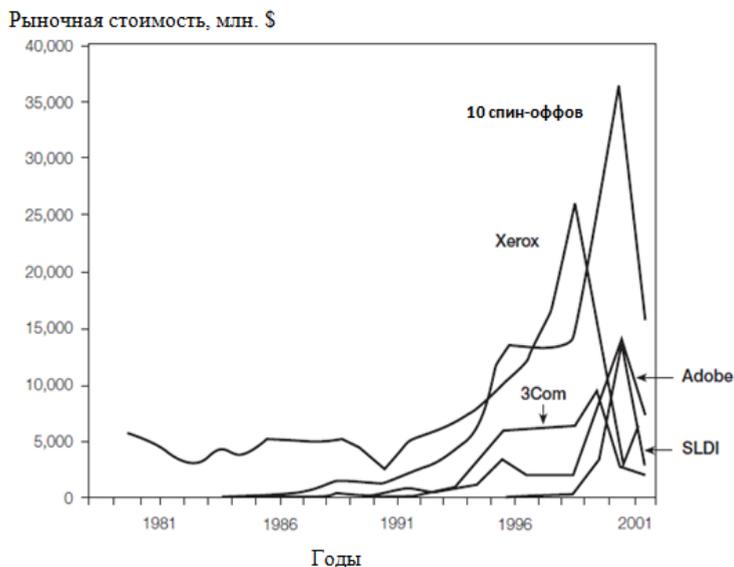
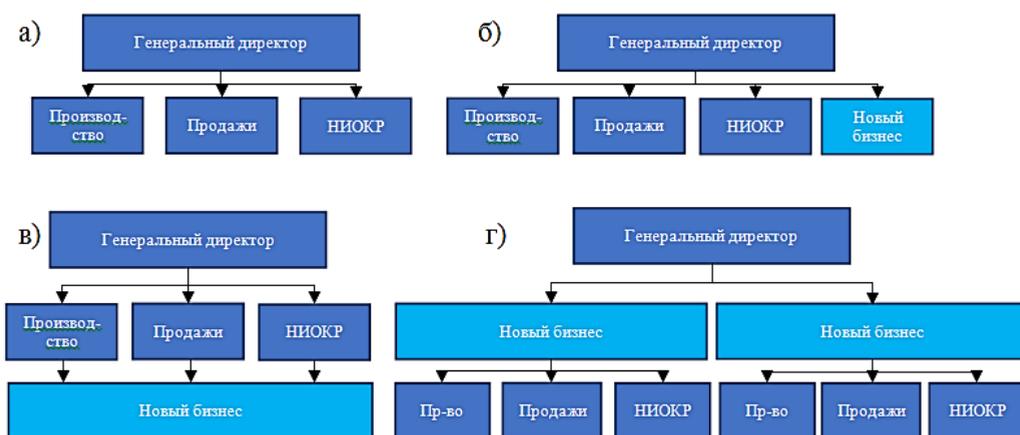


Рисунок 2. Рыночная стоимость компаний, вышедших из PARC относительно Хегох [5]

Очевидно, довольно много успешных решений не смогли встроиться в основной бизнес Хегох и развивались уже в рамках отдельных независимых компаний.

Данная проблематика интересует большинство крупных корпораций. Именно поэтому сейчас так актуальна тема работы с инновациями, как с внешними, так и внутренними. Необходимо использовать разные подходы к работе с ними, в том числе и допускать различные организационные формы для развития новых бизнесов внутри компании (рис. 3).



Обозначения: а) функциональное разделение; б) самостоятельные команды; в) кросс-функциональные команды; г) двойная организация

Рисунок 3. Типы организации управления инновационной деятельностью [6]

Для модели закрытых инноваций оптимальна модель а), но при этом для запуска новых прорывных бизнесов будет оптимален вариант г), чтобы команда успевала максимально быстро принимать управленческие гипотезы и тестировать решения. Механизм принятия решений в крупном бизнесе может замедлять вывод прорывных решений, поэтому важно создать условия для быстрых изменений. Также разработки могут оказаться невостребованными внутри компании, тогда необходимо предложить миру патент или лицензирование технологии, чтобы тоже монетизировать потраченные временные затраты.

Но в целом инструменты открытых инноваций используются компаниями для привлечения внешних поставщиков решений для своего бизнеса. Так что всё большее внимание мировых корпораций привлекают стартапы и различные небольшие компании, которые могут создать дополнительную выручку за счёт освоения новых и развития существующих рынков, а также снижения издержек.

Российские корпорации тоже движутся в этом направлении: используют различные инструменты поиска и работы со стартапами, такие как скаутинг, акселераторы, конкурсы, др. Уже многие запустили свои акселераторы, например, Северсталь, Илим, ГТЛК, Алроса, ВТБ и т. д. Активно развиваются услуги предоставления консультирования и помощи корпорациям в проведении акселерационных программ: Generation-S, GVA.

Но не всегда этот опыт является успешным. Поэтому важно изучить практический опыт, с которым сталкиваются российские стартапы при взаимодействии с крупными корпорациями. Обратимся к исследованию, проведённому руководителем направления по работе с инновациями и корпоративными партнерами городского цифрового акселератора CDA Елены Меньшиковой [7].

Объектом данного исследования были более 100 стартапов, реализовавших пилотные проекты с крупным бизнесом. Из них 44% имели готовый продукт, ещё 44% MVP (минимально жизнеспособный продукт), а 12% были на стадии идеи. Очевидно, корпорации при вкладывании значительных инвестиций в виде денежных и временных ресурсов в основном ориентируются уже на проработанные решения, что в целом ожидаемо.

Поступление стартапов в корпорацию осуществляется, как напрямую (44%), так и через акселератор (42%), 12% используют оба канала. Так что большинство стартапов сами ищут себе контакты в компании, хотя значительная часть попадает именно через инструменты открытых инноваций, такие как акселераторы. При этом 67% стартапов готовы делать пилоты только платно, поэтому компаниям нужно создавать инструменты для предварительного

инвестирования с закладыванием рисков того, что данные инвестиции не всегда будут окупаться, что нормально для инновационной деятельности.

Наглядно итоги участия корпораций в пилотных проектах данного исследования представлены на рис. 4.

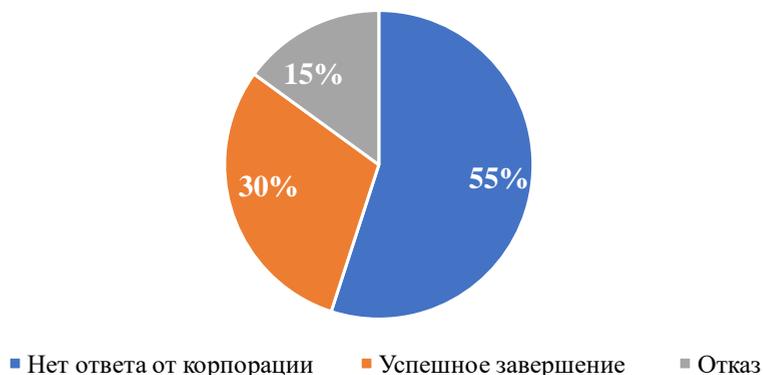


Рисунок 4. Результаты пилотов исследуемых стартапов [7]

В целом только треть стартапов проходят успешное завершение пилотов. При этом большинство не получают обратную связь по итогам, что может быть обусловлено, либо неудачными результатами, либо следующими причинами, также выделенными участниками:

- бюрократия (96%);
- внутренние проблемы корпорации (72%) – смена лиц на должностях, несогласованность целей и задач среди сотрудников, отсутствие мотивации и четкого KPI;
- отсутствие обратной связи и сроков принятия решений (68%);
- сложность взаимодействия с внутренними структурами (IT, служба безопасности, юридический отдел) – 52%.

В добавление многие корпорации сталкиваются с непониманием в бизнес-подразделениях их роли, а также большим количеством документов, необходимых для оформления взаимодействия со стартапами. Данные причины тормозят инновационное развитие компаний, а также отталкивают стартапы от взаимодействия с крупными корпорациями. Кроме того, корпорациям важно быть готовыми к невозвратным инвестициям в пилоты и подготавливать грамотные KPI сотрудниками, в которые не будут включены финансовые результаты от каждого стартапа, так как сами по себе данные инвестиции достаточно рискованны.

При проведении акселератора корпорациям нужно подготавливать сотрудников, взаимодействующих со стартапами (трекеров) и условия fasttrack внутри корпорации, чтобы проводить все операции максимально оперативно.

Также следует грамотно формировать запросы для отбора стартапов на пилотирование (с учётом пожеланий и исследований клиентов), чтобы у подразделений был прямой интерес, что обеспечило бы стартапам полноценную обратную связь для улучшения своего продукта и дальнейшего взаимодействия. Все это в совокупности укладывается в понятие внутренней инновационной культуры, открытой навстречу новым технологиям, которую необходимо формировать.

Подводя итоги, стоит отметить, что большинство компаний имеют проблемы с внедрением внешних решений в собственный бизнес, но при этом для лидеров IT-отрасли это стало распространенной практикой, позволяющей удерживать лидерство. Поэтому современным корпорациям необходимо активно пользоваться парадигмой открытых

инноваций, чтобы успешно конкурировать на мировом рынке и оперативно предлагать новые решения своим клиентам.

Литература

1. Иванова Н.Г. Инновационный бизнес в России: проблемы и перспективы // Проблемы современной экономики. – 2013. – № 4 (48). – С. 188-192.
2. Стартапы, которые покупает Google: обзор сделок корпорации за последние 15 лет. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/flood/16544-google-buys-startups> – (Дата обращения: 25.04.2020).
3. Worldwide desktop market share of leading search engines from January 2010 to January 2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/216573/worldwide-market-share-of-search-engines/> – (Дата обращения: 25.04.2020).
4. Мэлоун М., Исмаил С., Геест Ю.В. Взрывной рост: Почему экспоненциальные организации в десятки раз продуктивнее вашей (и что с этим делать). – М.: ООО «Альпина Паблишер», 2017. – 369 с.
5. Chesbrough H.W. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. – Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press, 2003. – 245 p.
6. O'Reilly C.A. III., Tushman M.L. The ambidextrous organization // Harvard Business Review. – 2004 (April). – Pp. 74-81.
7. Меньшикова Е. Взаимодействие корпораций и стартапов: ожидание vs реальность// Материалы конференции CDA: Корпоративные инновации. – 22.04.2020. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cda.vc/corporate_innovation/ – (Дата обращения: 25.04.2020).

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ НА ПРИНЦИПАХ «ЗЕЛеноЙ» ЛОГИСТИКИ

В.В. Базака

Научный руководитель – к.э.н, доцент А.П. Петров-Рудаковский

Белорусский государственный университет транспорта, Гомель, Беларусь

vera_bazaka@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются вопросы инновационного развития транспортной отрасли и логистики при помощи внедрения такой бизнес технологии как блокчейн, известной своими впечатляющими преимуществами: безопасность, оперативность, «прозрачность» цепочек поставок и др. Немаловажное место в исследовании занимают выявленные результаты влияния технологии на экологическую составляющую устойчивого экономического развития. Изучен зарубежный опыт внедрения блокчейн-платформ в управлении цепями поставок.

Ключевые слова

Блокчейн; инновации; управление цепями поставок; транспортно-логистическая инфраструктура.

Наличие развитой транспортно-логической инфраструктуры является наиважнейшим элементом равномерного социально-экономического развития регионов Республики Беларусь. Актуальность применения инноваций в транспортной отрасли неоспорима для страны, которая является тысячекилометровым окном между странами Европы и Азии.

Инновационный подход признан ключевым в создании конкурентоспособной национальной экономики и предусматривает внедрение инфраструктурных проектов, новейших прогрессивных IT технологий и оптимизации всех бизнес-процессов.

Одними из значимых составляющих транспортно-логистической инфраструктуры являются информационные технологии и инновации. Востребованность в высокоавтоматизированной оцифрованной сложной логистической схеме продиктована современным обществом.

Многие эксперты в области IT считают вторая интернет-революция принадлежит нашествившей и получившей широкое распространение именно в создании криптовалют в 2008 году технологии блокчейн, которая по своей сути работает в качестве распределенного реестра и лежит в основе новой, цифровой экономики. Блокчейн (англ. *blockchain* «цепочка блоков», изначально *blockchain*) – выстроенная по определённым правилам непрерывная последовательная цепочка блоков (связный список), содержащих информацию [1].

Блокчейн в качестве эффективного детокса может быть применим в различных сферах, таких как банковская и финансовая сфера, здравоохранение, медико-биологические науки, авторство, электронное голосование на выборах, цифровая идентичность и др. Стоит отметить, что первым примером использования блокчейн в Республике Беларусь послужила банковская сфера [2].

На сегодняшний день немаловажное значение уделяется принципам устойчивого развития, которые напрямую направлены на борьбу с экологическими мировыми проблемами. Поскольку основными задачами логистики, в первую очередь, являются максимальное сокращение сроков доставки, упрощение документооборота и обеспечение безопасности и сохранности груза, сокращение транспортных и иных видов издержек, сфера транспорта и услуг все чаще использует блокчейн-технология, которая направлена на облегчение

управления цепочек поставок. При использовании традиционных методов контроля за операциями в отношении перевозимых товаров создается ряд вызовов, таких как бумажный документооборот, сопровождающий перемещение груза в традиционной форме, заверение документов, двойная оплата и передача активов, которые зачастую приводят к задержкам поставок и формируют значительную часть затрат. Ситуацию также осложняют и таможенные вопросы, связанные с декларированием грузов и разрешительной документацией.

Положительным примером может служить проект *Deliver* для соединения различных платформ, а именно системы блокчейн таможенной очистки в Таможенной службе Кореи основанной на *Hyperledger Fabric* и платформы *Ethereum* в порту Роттердама [3]. *Deliver* является одной из новаторских инициатив в области управления цепочкой поставок, обеспечивающая надлежащую конфиденциальность информации и в то же время защиту данных от внешнего вмешательства, например, от попыток фальсификации.



Рисунок. Преимущества использования блокчейн-технологии в транспорте и логистике

Внедрение технологии блокчейн в существующую практику логистических и транспортных компаний (преимущества которой представлены на рис.) позволит решить многие проблемы, с которыми компании сталкиваются в сфере транспорта и логистики.

На рисунке выделены лишь основные преимущества от использования описываемой технологии, более того возможно заключение смарт-контрактов и контролирование финансовых аспектов целой операции.

Стоит учесть тот факт, что инновационное развитие транспортной отрасли не должно противоречить Целям устойчивого развития (англ. *Sustainable Development Goals (SDGs)*), разработанные ООН. Немаловажным аспектом при этом является то, что технология блокчейн может значительно повысить прозрачность и эффективность экологических проектов при управлении цепочками поставок.

Благодаря данной технологии информация для потребителей станет доступна и легко проверяема, например, сведения о добросовестности компаний начиная от производства продукции, использовании материалов и химикатов, утилизации мусора вплоть до отношения к сотрудникам компании. На всех стадиях движения от производителя до потребителя товар проходит через множество этапов, прежде чем он достигает полок магазина, в связи с чем блокчейн может использоваться для отслеживания продуктов и более того помогать уменьшить выбросы отходов, мошенничество и контрафакт, делая систему поставок более прозрачными.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие выводы о влиянии блокчейн-технологии в разрезе управления цепочками поставок на экологическую составляющую устойчивого развития страны:

- прозрачность операций (если бы конечный потребитель мог иметь полную информацию о движении продуктов питания, это позволило бы приобретать местную продукцию, зная, что она на самом деле выращивается на местном рынке);

- сокращение выбросов в атмосферу (это также сократит выбросы углекислого газа из-за того, что товары, подвергаемые быстрой порче, должны доставляться в максимально короткие сроки);
- достоверность и доступность информации (блокчейны могут гарантировать, что, например, рыба, продаваемая на рыбном рынке, действительно поступила от добросовестного поставщика, или проверить, что пакет чая действительно пришел из заявленной производителем плантации).

В этой области существуют такие разработки как: *Foodtrax*, созданная компанией-разработчиком *Blockchain Development Company*, цель которой – отслеживать продукты питания от их происхождения до полки магазина; *Provenace* – это еще один блокчейн-проект, цель которого – сделать цепочки поставок более прозрачными.

Зарубежный опыт показывает, что число компаний из различных секторов, которые используют блокчейн, стремительно растет. Ведущий мировой поставщик услуг по разработке цифровых платформ и программного обеспечения – *EPAM* уже присоединился к *Blockchain in Transport Alliance (BiTA)* – крупнейшему в мире коммерческому альянсу блокчейнов, который разрабатывает лучшие практики этой технологии в сферах транспорта и логистики [4]. Блокчейнизацию логистики также рассматривают такие гигантские ритейлеры, как *Wal-Mart*, *Amazon*, *Alibaba Kestrel*, *Volkswagen AG*, а также примером может служить украинская онлайн-платформа *A2B Direct*, которую впервые внедрили в СНГ [4].

Таким образом, вопросы оптимизации и диджитализации концептуально исследуются, однако коренных изменений в Республике Беларусь в области транспорта и логистики не происходит. При этом изученный зарубежный опыт показывает впечатляющий результат от внедрения данной технологии. Для того чтобы она заработала традиционному бизнесу необходимо пересмотреть свои процессы хотя бы нескольких аспектов перевозок, начиная с финансирования, гарантий и страхования и заканчивая мониторингом и полной документацией.

Инновационный путь развития экономики единственно перспективный, тем более в условиях кризиса, выйти из которого с наименьшими потерями можно только с помощью оригинальных бизнес решений, одним из которых является блокчейн. Благодаря новым решениям цепочки поставок станут более прозрачными и эффективными, что в долгосрочной перспективе принесет значительную экономию как компаниям, так и самим потребителям.

Литература

1. Википедия / Интернет-энциклопедия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Блокчейн> – (Дата обращения: 20.03.2020).
2. Национальный банк Республики Беларусь / Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/> – (Дата обращения: 20.03.2020).
3. TransInfo / Веб-портал и форум транспорта и логистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://trans.info> – (Дата обращения: 05.04.2020).
4. EPAM / Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://careers.epam.by/> – (Дата обращения: 01.04.2020).

РЕАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬСТВА И ИНЖИНИРИНГА

К.В. Башмакова, Д.А. Хабиров

Научный руководитель - к.э.н., доцент В.В. Негреева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

kess1108@gmail.com

khdanis17@gmail.com

Аннотация

Реализация инновационной стратегии развития в строительных и инженеринговых предприятиях достаточно сложный процесс. Все инновации такого рода компаниях осуществляются путем разработки и реализации проектов. В статье представлены результаты исследования в области управления инновационными процессами и реализацией гибких методов проектного подхода в управлении инновационными проектами.

Ключевые слова

Проектный подход, инновационная деятельность, инновационные процессы, алгоритм, система.

Реализация инновационной стратегии развития предприятий в строительной и инженеринговой отрасли осуществляется через инновационные проекты, поэтому предприятия данных отраслей прибегают к реализации проектного подхода. Каждая компания стремится реализовать как можно больше инновационных проектов, однако для их контроля и реализации менеджеры проектов используют классическую модель управления [1].

Каскадная модель (модель «Водопад») – представляет собой структурную систему процессов. Она выглядит как поток, плавно переходящий из одного этапа в другой. Однако нельзя перейти к следующему этапу пока не завершиться предыдущий. Данная модель включает в себя семь основных фаз:

1. Анализ требований.
2. Планирование.
3. Реализация.
4. Проектирование.
5. Тестирование.
6. Интеграция.
7. Поддержка.

Каскадная модель считается очень простой и понятной для ведения проектов, все же она уже не считается такой практичной, как была раньше. В условиях динамичного развития требований, структур процессов, данный тип модели имея структурный тип может стать помехой в реализации проектов. На сегодняшний день модель «Водопад» по большей степени применяется в проектах, которые не терпят гибкости или очень сложны и имеют большое количество опасных для компании рисков.

Исходя из исследования каскадная модель не всегда пригодна для реализации инновационной деятельности. В наше время набирают популярность гибкие модели управления. Инженеринговые компании каждый день работают с различными проектами, поэтому они должны быть гибкими. Для улучшения их стратегии реализации инновационной направленности компаниям следует прибегать к реализации проектного подхода через гибкие методы. Алгоритм, представленный на рис. 1, предполагает принципы использования

смешанных гибких методологий для достижения точных результатов и повышения эффективности инновационного потенциала компаний.

В целом алгоритм-рекомендация направлен на четкое планирование процессов всего проекта от его разработки (принятия решения будет ли это продукт или технология до выхода продукта на рынок или его передачи заказчику). Данный алгоритм подходит для инжиниринговых компаний, реализующих инновационные проекты, так как он направлен на успешное выполнение проектов.

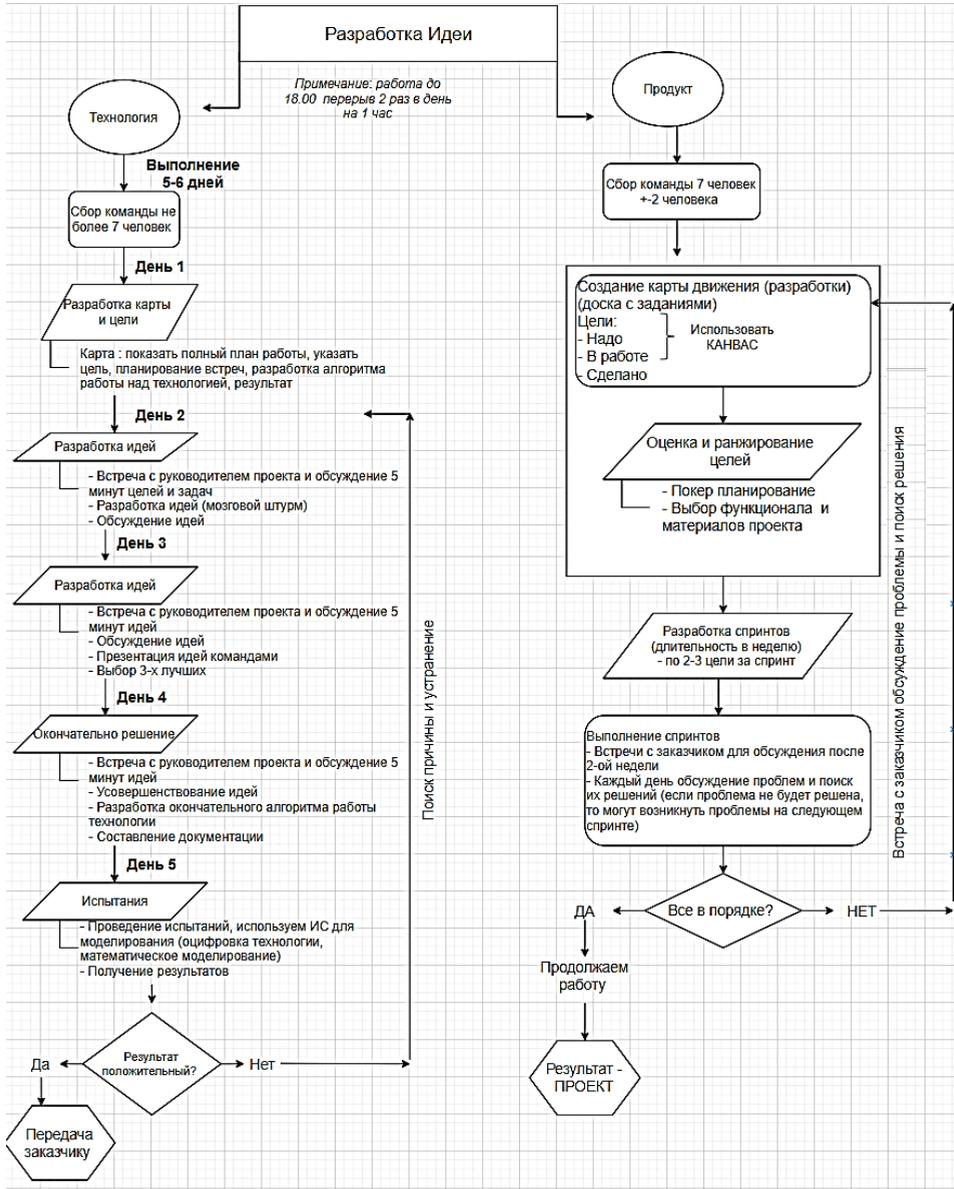


Рисунок 1. Алгоритм-рекомендация реализации проектного подхода в инжиниринговых предприятиях

Алгоритм-рекомендация по использованию гибких методов позволит сократить время реализации проекта по сравнению с традиционным методом (моделью водопад). Инжиниринговые компании годами не могут завершить проекты, так как заказчик постоянно видит ошибки в реализации или постоянно меняет свои желания, а традиционная модель не позволяет гибко решать проблемы такого типа. Также плюсом является то, что гибкие методы позволяют экономить большое количество денежных средств, которые компания и заказчик инвестируют в проекты.

Однако, гибких методов при реализации проектного подхода недостаточно, поэтому компаниям также следует обратить свое внимание на то, как у них реализована инновационная среда, то есть, как разработана система управления инновационными процессами, именно благодаря правильно сформированной среде, компания реализует свои инновационные проекты на 20-30% успешнее [2].

По результатам исследования было выявлено, что инжиниринговые и строительные компании для управления инновационными процессами применяются стандартная схема управления. Она обычно используется во всех сферах. Данная система имеет горизонтальную структуру и линейную взаимосвязь между процессами (рис. 2).

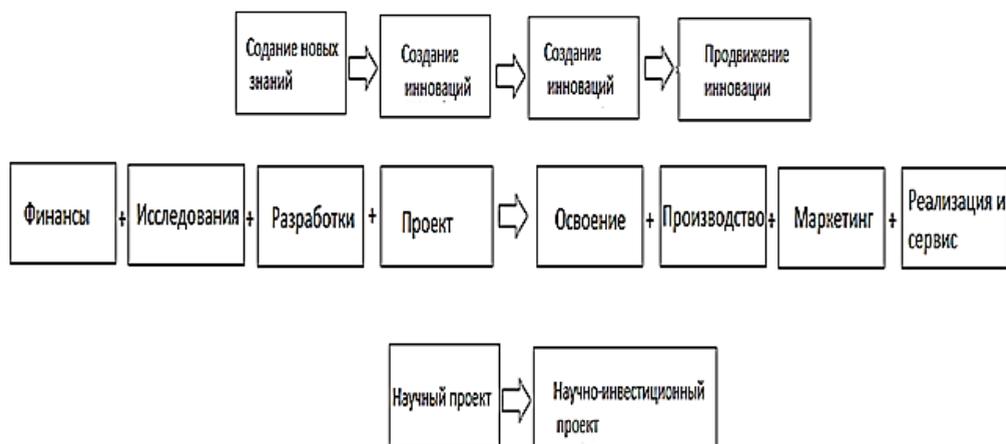


Рисунок 2. Стандартная система управления инновационными процессами

Данный тип системы направлен на управление инновационными процессами, которые ведут к созданию новшества серийного производства. В строительной сфере инновационные процессы направлены на разработку конечного продукта, методики, способа или материалов и так далее. Проведя небольшой анализ, было выявлено, что в строительной сфере нет эффективной типовой системы управления. По большей степени строительные компании прибегают к управлению инновационными процессами на основе руководства проекта, разделяя его на отдельные процессы (рис. 3).

При разработке системы также следует учитывать факторы, которые влияют на отрасль. Также следует помнить, что мы живем в веке высоких технологий, где все чаще нашими помощниками становятся различные программы и информационные системы. Современные компании строительной сферы все чаще прибегают к 3D моделированию своих разработок, это значительно снижает затраты. Наиболее приемлемыми программами в отрасли считаются AutoCAD, SCAD, CIRS и CALS-системы [3].

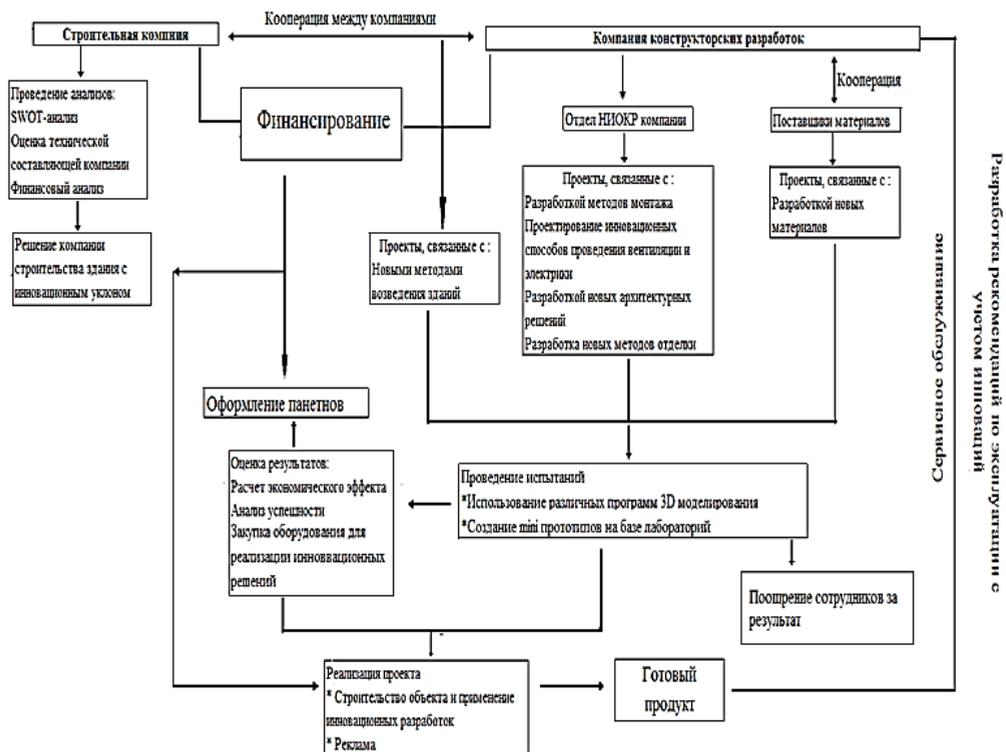


Рисунок 3. Усовершенствованная система управления инновационными процессами

Данная система учитывает все взаимосвязи структурных элементов (отделов и межфирменные связи), что способствует улучшению обмена информацией, а также четко показывает, как должны быть связаны между собой все компоненты многоуровневой системы. Также стоит отметить, что данная усовершенствованная структура позволяет улучшить взаимодействие между заказчиком и исполнителем.

Литература

1. Негреева В.В., Жужома Ю.Н., Башмакова К.В., Хабиров Д.А. Управление инновационной деятельностью компании // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент - 2019. - № 2(37). - С. 154-162.
2. Обухова А.С. Особенности управления инновационным процессом / А.С. Обухова., Э.В. Ситникова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета – 2019. - №2 (71). – С. 57-61.
3. Суркова Д.А. Гибкие методы управления проектами / Д.А. Суркова, Н.С. Яровенко // Современные тенденции развития науки и технологий – 2017. – 3-12 (24). – С. 132-135.

СУЩНОСТЬ КОНЦЕПЦИИ VMI ПОСРЕДСТВОМ АНАЛИЗА СФЕР ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ

Е.В. Будрина, А.Ф. Дурнева, В.М. Матусевич

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

evbudrina@itmo.ru
sashkadurueva@gmail.com
victorymatusevich@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются и анализируются сферы применения концепции vendormanagementinventory для раскрытия ее сущности и определения преимуществ ее использования для всех участников цепи поставок.

Ключевые слова

Управление запасами, vendormanagementinventory, оптимизация, цепь поставок.

В мировой практике набирает популярность концепция VendorManagementInventory, как альтернативный путь управления запасами.

В общем виде, концепцию VendorManagementInventory (VMI) можно определить, как переход ответственности управления запасами от дистрибьютора к поставщику.

Впервые данная концепция была протестирована в 1992 году крупнейшим предприятием, производящим спиртные напитки. Используя все ее преимущества, компании удалось снизить запас продукции в два раза, который, в конечном итоге, составил 4 дня и увеличить уровень сервиса до 99,3% [2].

Данная концепция является способом оптимизировать деятельность в цепи поставок, в котором ответственность за пополнение товарных запасов дистрибьютора берет на себя поставщик. Основанием служит подписанное соглашение об уровне услуг.

Концепция подразумевает то, что поставщик будет обладать необходимыми сведениями, содержащими информацию о количестве запасов дистрибьютора, и обеспечивать его своевременными поставками необходимой продукции.

При данных условиях отношения основываются на тесном контакте между дистрибьютором и поставщиком, их совместном прогнозировании, составлении планов и последующем пополнении запасов. Информация должна быть полностью достоверной, а также две стороны должны просчитывать возникающие риски.

Существует вероятность возникновения опасности дисбаланса между товарными наименованиями во время передачи управления поставщикам. В результате чего может быть выявлено снижение объемов продаж торгового предприятия по управляемым поставщиками наименованиям. Для того, чтобы избежать данной ситуации, концепция VMI может быть применена различными способами:

1. Осуществление поставщиком регулярных поставок и пополнение товарных запасов до уровня, установленного дистрибьютором.
2. Партийный учет заказа или консигнация. В данном случае поставщик занимается размещением собственных товаров на территории дистрибьютора, и получает за них оплату только в момент фактической продажи товара. Соответственно, при применении концепции VMI таким образом, именно поставщик имеет максимальную заинтересованность в увеличении скорости оборота товарных запасов.

3. Открытый доступ для поставщика к сведениям о продукции по каждому наименованию. В данном случае поставщик занимается анализом данных самостоятельно и принимает дальнейшее решение о поставках товарных запасов для дистрибьютора.
4. Полная ответственность поставщика за весь процесс поддержания товарных запасов. При данном способе использования концепции Vendor Management Inventory необходимо постоянное присутствие представителя поставщика на территории торгового предприятия дистрибьютора [4].

У концепции Vendor Management Inventory различные сферы применения, но наиболее успешно данная концепция будет работать в организациях, имеющих следующие отличительные свойства:

- стабильно-высокий уровень продаж – потребительские товары повседневного спроса;
- производство и реализация скоропортящейся продукции;
- высокий уровень конкуренции при низком коэффициенте рентабельности – автомобильная отрасль;
- осуществление контроля нескольких филиалов одновременно;
- фармацевтические отрасли;
- отрасли, связанные с высокими технологиями, которые можно охарактеризовать дорогостоящими запасами и сложно прогнозируемым спросом [1].

Главной целью внедрения концепции VMI на начальном этапе является установление единых стремлений и миссий между поставщиком и дистрибьютором.

Рассмотрим достоинства внедрения VMI концепции для всех участвующих звеньев.

Для цепи поставок преимущества будут выражаться: в сокращении уровня запасов, в уменьшении расходов на стабильное хранение запаса в определенном количестве; в возможности быстрого обмена актуальной информацией [3].

Преимуществами внедрения данной концепции для поставщика будут служить:

1. Целостный анализ рынка.
2. Полное представление клиентских предпочтений, вследствие формирования прямого контакта с клиентом.
3. Возможность сократить уровень запасов и оптимизировать ресурсы.
4. Снижение числа возвращенного товара, вследствие достоверного планирования продаж.
5. Возможность увеличить процент продаж, вследствие сокращения отрицательного уровня запасов и усовершенствования системы планирования продаж.

К преимуществам от использования концепции VMI для дистрибьютора можно отнести:

1. Формирование стратегических преимуществ, вследствие организации бесперебойного канала поставок товаров при снижении объема инвестиций.
2. Сокращение расходования временных ресурсов и материальных затрат, предназначенных на управление запасами.
3. Рост продаж, вследствие уменьшения процента дефицитного товара.

Среди достоинств для конечного потребителя можно выделить такие пункты, как: сокращение дефицита товаров, а также рост уровня сервисных услуг [5].

Реализуя концепцию Vendor Management Inventory, происходит сокращение числа погрешностей с помощью автоматической проверки, а также полной идентификации всех товарных наименований. Для успешного функционирования данных действий требуется непрерываемый обмен информацией в режиме реального времени. Но при этом внедрение сервиса для концепции VMI, в большинстве случаев, требует подключения услуг внешних провайдеров, которые предоставляют электронные формы документов, как для поставщика, так и для дистрибьютора. При включении в систему организации, занимающейся

обслуживанием сервиса EDI, увеличивается риск распространения информации о поставщиках и клиентах конкурентам [1].

Подводя итог всему вышесказанному, можно сделать вывод о том, что сущность концепции VMI состоит в том, что дистрибьютор не расходует временной ресурс на оформление заказов, а обменивается информацией с поставщиком. Информация содержит в себе сведения о продажах товаров, а также наличие запасов в реальный момент времени. Также поставщику передается информация о планируемых распродажах, различных рекламных акциях. На основе этих данных поставщик обязан поддерживать необходимое количество товарных запасов торгового предприятия, не выходя за пределы минимума и максимума, установленного дистрибьютором.

Литература

1. Dominika Spsychalska (Vendor Managed Inventory. Exploring objectives, benefits and shortcomings of the business concept. LAP Lambert Academic Publishing, – 80 с.
2. Gronalt, M. & Rauch, P. 2008. Vendor managed inventory in wood processing industries – a case study. *SilvaFennica* 42(1), 2010. – P. 101–114.
3. Репин А.Д. Совершенствование системы управления запасами на основе технологии VMI // Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки: электр. сб. ст. по мат. XXX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 1 (30). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/1\(30\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_social/1(30).pdf) – (Дата обращения: 20.03.20).
4. Суконкина Е. «Скованные одной цепью или VMI технология в действии». *Логистика и управление цепями поставок*. - 2011. - 6(47). – С. 51–61.
5. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами/Дж. Шрайбфедер; пер. с англ. Ю. Орлова. Изд-во Альпина Паблишер, 2019. – 304 с.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА

Л.Р. Вахитова, А.А. Гайченя

Российский Государственный Педагогический Университет им. А.И. Герцена,
Санкт-Петербург, Россия

vakhlida@mail.ru
agajchenya00@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию функционирования учреждений культуры и досуга в сфере предпринимательства, показана взаимосвязь маркетинговых коммуникаций с тенденциями развития информационных технологий в социальных сетях. Раскрыты особенности маркетинга и маркетинговых коммуникаций в предпринимательской деятельности учреждений культуры и досуга. Представлен авторский вариант использования социальных сетей для развития предпринимательской деятельности в сфере культурно – досуговых практик, на примере Центра детского творчества.

Ключевые слова

Маркетинговые коммуникации, учреждения культуры и досуга, предпринимательская деятельность в учреждениях культуры и досуга, реклама в социальных сетях, таргетированная реклама, рекламная кампания.

Организация культурно-досуговой деятельности на сегодняшний день является обычным явлением и для бюджетных и для коммерческих организаций. Чаще всего коммерческая деятельность в учреждениях культурно-досугового типа находит отражение в предоставлении услуг по дополнительному образованию и организации досуга. Следует отметить, что для появления спроса на услуги, предоставляемые учреждениями культуры и досуга, необходимо грамотно организовывать процесс доведения информации об этих услугах до населения, используя разнообразные методы [2]. Основой поиска должно стать сегментирование рынка на различные группы, которые могут иметь свои общие и отличительные черты. Для сбора информации о запросах потенциальных потребителей осуществляются опросы, анкетирование, мониторинги; организуются проверки качества оказываемых услуг (путем обратной связи, например, применяя книгу жалоб, возможность для клиентов оставить отзыв на сайте учреждения или на страничке в социальной сети); осуществляется регулярное посещение курсов повышения квалификации, обучение сотрудников [1].

Маркетинг, как один из основных инструментов эффективной предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга, имеет определенные отличия от маркетинга в какой-либо другой области. Важно, что ведущую роль в сфере предпринимательства культуры и досуга играет человек и культура общества в целом. Долгое время в сознании людей культура и предпринимательство был чем-то совершенно несовместимым. Однако, сегодня коммерческая деятельность учреждений культуры и досуга становится все более популярной и даже, можно сказать, вынужденной, поскольку существует огромное количество проблем с финансированием учреждений культуры.

Первое, что необходимо для успешного ведения предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга – это знать свою аудиторию. Здесь используются все четыре основных

инструмента продвижения товаров и услуг: реклама, связь с общественностью, стимулирование сбыта и прямой маркетинг. Эти инструменты, в основном, решают вопросы по привлечению средств для поддержания и развития основной деятельности организации [3].

Рассмотрим наиболее подробно сами маркетинговые коммуникации в учреждениях культуры и досуга. Маркетинговые коммуникации – это передача информации об услуге или товаре целевой аудитории. В учреждениях культуры маркетинговые коммуникации необходимы для донесения какой-либо информации об услугах учреждения до клиентов и для того, чтобы их заинтересовать. Чтобы определить, какие средства рекламы выбирать, в первую очередь, необходимо учитывать местоположение учреждения: это касается того, находится оно в городе или в сельской местности. Необходимо так же учитывать и очевидный факт, что для городских учреждений культуры доступны практически все виды рекламы. Выбор видов рекламы зависит от некоторых факторов, среди которых: вид услуги (платная или бесплатная); способ финансирования услуги; статус самого учреждения культуры.

Если учреждению культуры необходимо проинформировать население о бесплатной услуге, то им достаточно будет рекламы, требующей минимальных финансовых вложений. Конечно, если финансирование учреждения происходит не только за счет бюджета, но и при наличии спонсорства, то количество вариантов для рекламы существенно увеличивается [4]. А также необходимо понимать, что чем больше у учреждения конкурентов, тем более разнообразной должна быть и его реклама.

Рассмотрим такой вид распространения рекламы как социальные сети. На сегодняшний день он общедоступен для всех. Более того, сайты, сообщества и профили в социальных сетях есть у каждого учреждения, занимающегося культурно-досуговой деятельностью. Но необходимо понимать, что у каждой из социальных сетей есть своя аудитория, отличающаяся по возрасту и статусу. Так, например, средний возраст пользователей «ВКонтакте» - 25 лет, «Facebook» и «Одноклассники» - 35+, «Instagram» - 18-24 года. Именно в сети «Instagram» большинство творческих коллективов и исполнителей активно ведут и продают свои аккаунты. Большим плюсом данной социальной сети является то, что это визуальная сеть. Именно поэтому учреждениям культуры, рекламирующим свои услуги в «Instagram», необходимо учитывать, что наибольшее внимание им нужно уделять фотографиям, коротким роликам, видео- и фотоотчетам с различных мероприятий. Большим плюсом так же является возможность у подписчиков задавать вопросы под постами, а также ставить лайки, по которым владельцы страничек могут отслеживать, насколько то или иное событие интересно аудитории.

Что касается сети «Facebook», то там аудитория старше по возрасту и выше по статусу. Здесь целесообразно использовать методы «конверсии», когда пользователь переходит на сторонний сайт со всей информацией об услуге непосредственно из социальной сети. Такой способ продвижения не подходит для культурных учреждений, которые находятся в сельской местности. Сеть «ВКонтакте», в свою очередь, охватывает разнообразную аудиторию. Здесь можно продвигать услуги средней ценовой категории. Учреждение культуры может создать свою страничку, где будет размещать необходимую информацию, анонсы и отчеты о мероприятиях. Так же социальная сеть «ВКонтакте» предлагает возможность проведения опросов и различных розыгрышей.

Еще одним вариантом маркетинговых коммуникаций является «паблисити». Это так называемая пропаганда коммерческих сведений об учреждении, направленная на создание и поддержание имиджа учреждения культуры. У «паблисити» есть существенное отличие от рекламы, заключающееся в виде предоставления новости с исключительно достоверной информацией. Также необходимо отметить такой вид коммуникаций как стимулирование сбыта. По своей сути это рекламная акция, например, предоставление посетителям учреждений культуры возможности бесплатного пробного занятия или бесплатного посещения какого-либо мероприятия.

Маркетинговые коммуникации в учреждениях культуры и досуга играют очень важную роль для создания и поддержания имиджа учреждения. Когда учреждение ведет

предпринимательскую деятельность, то планирование маркетинговых коммуникаций является важным этапом.

В рамках данного исследования на примере Центра детского творчества рассмотрим варианты использования маркетинговых коммуникаций. Центр детского творчества – это место, где предоставляются услуги по всестороннему развитию детей (творческому, умственному, физическому и т. д.). На сегодняшний день, в Санкт-Петербурге таких учреждений более 100, соответственно, данный вид культурно-досуговых учреждений очень популярен, ведь какой родитель не заинтересован в том, чтобы обеспечить своего ребенка качественным образованием и досугом [5].

Говоря о маркетинговых коммуникациях в детском центре, начнем с того, что бросается в глаза одним из первых, когда родители приступают к выбору места посещения их ребенка – логотипе.

Разработку логотипа можно отнести к рекламной кампании, концепция которой должна заключаться в яркости образов, запоминаемости названия, а также на акценте методов развития, на которых концентрируется клуб. Большое значение в разработке логотипа необходимо придавать его цветовой гамме. Так, оранжевый цвет, который можно выбрать в качестве цвета символа на логотипе, множеством психологов отмечается как любимый цвет людей, обладающих интуицией и любящих мечтать. В качестве фона логотипа можно выбрать приглушенный зеленый цвет, который необходим для задержки внимания и лучшей запоминаемости. Ну, а для текста на логотипе, прекрасно подойдет фиолетовый цвет, обозначающий чувственность, стоящую на грани индивидуальности, и определяемой как внушаемость. Примерный вариант, как мог бы выглядеть логотип дома детского творчества с учетом данных рекомендаций представлен на рисунке.



Рисунок. Логотип Центра детского творчества

Далее перейдем к рекламному сообщению центра развития ребенка. Рекламное сообщение может быть размещено на страничке клуба в социальных сетях или на его визитках. У рекламного сообщения существует несколько принципов, среди которых: направленность на целевую аудиторию; отражение принципов организации; наличие информации, необходимой для привлечения клиентов; наличие видимой выгоды для потребителя; наличие побуждения к действию. Примером рекламного сообщения может стать такой вариант: «Ждем Вас и Ваших детей в нашей дружной семье! У нас готовят к успехам в школе и в жизни!».

В рекламе в сети Интернет, в первую очередь, необходимо уделить внимание таргетированию ее в социальных сетях. Таргетированная реклама – это реклама, направленная на целевую аудиторию, соответствующую заранее выбранным рекламодателем требованиям.

Социальная сеть ВКонтакте имеет отдельную платформу под названием «VKBusiness» с обширными возможностями: можно создать страницу бизнеса, которая, по сути, заменяет сайт и сразу попадает в топ поисковиков. Это дает возможность быть легко найденными клиентами не только в сети ВКонтакте, но и за ее пределами. Более того, данная платформа дает возможность запустить рекламу услуги или товара в новостной ленте сообщества, в историях и даже рекламу внешнего сайта с «кликабельной» ссылкой для перехода на сайт центра детского творчества.

Так же большое внимание нужно уделить социальной сети «Instagram», о которой шла речь ранее. Для того, чтобы запустить рекламу услуг детского центра в Instagram необходимо иметь связанный с аккаунтом в данной социальной сети профиль в сети Facebook. Далее

Facebook предоставит подсказки, с помощью которых можно создать рекламную кампанию с определенными сроками показа и способами оплаты. После того, как задаются данные сведения, рекламная кампания отправляется на модерацию и когда модераторы ее одобряют, реклама будет запущена. Однако, это не единственный способ для рекламы в Instagram. Ее можно запустить непосредственно из самой сети. Для этого необходимо создать бизнес-аккаунт, после чего каждая публикация может быть запущена в рекламу. В Instagram можно также задать условия для рекламы: выбрать возраст, пол и даже локацию желаемой аудитории.

Интересным вариантом для привлечения клиентов в детский центр могут стать розыгрыши, марафоны и конкурсы на несколько бесплатных мест на любые занятия для тех, кто соберет больше всего лайков, сделав репост (поделившись) конкурсной записью на своей страничке или в своих историях. Рассмотрим пример проведения подобного конкурса: *«Необходимо сделать репост записи, указать в комментариях порядковый номер и вступить в сообщество детского центра. В комментариях также можно указать кого-то из друзей. Со всеми, кто оставил комментарии, после розыгрыша необходимо обязательно связаться и предложить им или скидку на занятия детского центра или депозит, например, на 1000 рублей на любое занятие, которые можно или использовать самому в течение месяца и подарить кому-то другом»*).

В сети Instagram можно провести марафон: например, в течение недели делать прямые эфиры на 10 минут, во время которых можно давать полезные советы по воспитанию детей, делиться опытом, а также давать зрителям задания на день. После того, как участники марафона отчитаются о выполнении заданий, можно награждать их скидками на абонементы.

Для того, что привлечь больше участников и подписчиков на аккаунты в социальных сетях, можно дарить им маленькие бонусы за подписку. Например, после того как у странички детского центра в социальной сети появляется новый участник, ему в личные сообщения автоматически приходит несколько материалов по воспитанию и обучению детей, что будет максимально полезно для родителей и, безусловно, очень приятно. Это могут быть различного рода материалы, например, упражнения для гибкости ума или гимнастика для профилактики сколиоза. Необходимо отметить, что такие материалы должны быть такими, чтобы время на их просмотр не превышало 3-5 минут, иначе, появляется риск потери интереса у клиентов. Важно помнить, что материалы, которые отправляются от лица детского центра, лучше «брендировать». Применяя данный прием, владельцы детского центра могут рассчитывать на триггер взаимности, ведь, давая полезную информацию потенциальным клиентам учреждения, они с высокой гарантией могут встретиться с ними в стенах своего клуба.

В контексте маркетинговых коммуникаций будет интересно рассмотреть достаточно новую технологию – технологию Storytelling. Речь идет о краткой истории о жизни, например, владельцев клуба или преподавателей, которую они публикуют в аккаунте детского центра в социальных сетях. Это может быть краткий рассказ о том, как начинался бизнес, через какие трудности пришлось пройти и т. д. У данной технологии есть несколько критериев, позволяющих сделать рассказ максимально интересным для потенциальных клиентов: искренность; живой и яркий текст; провокационный заголовок или заголовок в вопросительной форме.

Стоит отметить еще одну технологию, позволяющую привлечь внимание потенциальных клиентов детского центра. Это так называемые «полезности». Администраторы странички в социальных сетях публикуют какую-то новость, например, о том, что в детском центре планируется запуск нового конкурса, или о том, что в стенах центра произошло какое-то яркое событие. В этот же пост обязательно необходимо включить немного полезной информации для родителей, конечно, связанной с событием, представленным в посте выше. После этого должен появиться вопрос на тему поста или просьба поделиться своим мнением или опытом в комментариях. Такие «полезности» хорошо использовать для рекламы. Когда пользователи социальных сетей встретят их в своей новостной ленте, они заинтересуются и захотят перейти на основную страничку детского центра.

Интересным вариантом является работа детского центра на различных мероприятиях (районных и городских). Здесь важна связь работников клуба с организаторами мероприятия. Это может быть День города или района, какой-то тематический праздник, массовый квест и т.д.

Возможно, что у детского центра на момент запланированного мероприятия отсутствуют денежные средства, но это не является проблемой, ведь у него есть бесплатные приглашения на одно из занятий в центре или купоны на скидку на абонементы. Вариантом для участия в таких мероприятиях может быть проведение конкурса: *«Ведущий просит всех родителей, у которых есть дети (возраст которых подходит для обучения на курсах в нашем центре) достать мобильный телефон и далее в загадках, которые мы ему предварительно предоставили, диктует номер телефона (пример загадки: сколько богатырей фигурировало в русской народной сказке, т.е. простые и понятные вопросы, на которые все смогут ответить). Таким образом, люди вводят номер телефона детского центра. Далее ведущий просит отправить имя своего ребенка на этот номер. Первые три человека которые справились быстрее всех — получают сертификаты, а детский центр получает большое количество потенциальных клиентов».*

Итак, анализ маркетинговых коммуникаций в предпринимательской деятельности с широким использованием социальных сетей показывает, что их роль в развитии учреждений культуры и досуга чрезвычайно важна и действительно актуальна. В условиях информатизации общества возможности маркетинговых коммуникаций беспрецедентно расширились и учреждениям культурно-досугового типа необходимо активно их использовать для расширения сфер своей деятельности.

Литература

1. Подкопаев О.А. Реклама как средство маркетинговых коммуникаций организаций социально-культурной сферы. // Креативная экономика и социальные инновации. Т.7. № 4 (21), 2017. – С. 42-55.
2. Шапиро Н.А., Шапиро А.В. Ивент как частный бизнес: экономические аспекты. / Актуальные проблемы менеджмента: стратегическое прогнозирование, стратегическое планирование: Материалы международной науч.-практич. конференции. СПб.: ОЦЭиМ, 2012. – С. 138-140.
3. Шейнов В.П. Эффективная реклама. Секреты успеха/ В.П. Шейнов. М.: «Ось-89», 2013. – 448 с.
4. Яковлева Т.В., Вахитова Л.Р. Структура и динамика инвестиций в образовательные организации в РФ / В сборнике: Менеджмент XXI века: возможности и пределы преобразования университетов. Сборник научных статей по материалам XVII Международной научно-практической конференции. РГПУ им. А. И. Герцена, СПб., 2017. – С. 82-85.
5. Шапиро Н.А., Романькова А.П., Гайченя А.А. Цифровизация и образование: инклюзивный аспект/ Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект. Материалы VIII Международной науч.-практ конференции., 23 мая 2019г. Изд-во ООО «НПО ПБ АС», 2019. – С. 592-596.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КРИЗИСОВ В ИНТЕЛЛЕКТОЕМКИХ КОМПАНИЯХ

Л.В. Гирш

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

lindagirsh@gmail.com

dvsoloveva@itmo.ru

Аннотация

В статье рассматриваются ключевые проблемы и предпосылки интеллектоемких компаний к организационным кризисам. Сделан акцент на особенность интеллектоемких компаний и их отношение к кризисам. Рассмотрен подход жизненного цикла организации для обоснования управляемого процесса изменений. Выявлены инструменты для преодоления кризисных точек и развития стратегий интеллектоемких компаний. Результаты исследования могут быть использованы для повышения эффективности деятельности интеллектоемких компаний и смягчения кризисных явлений в современной экономике.

Ключевые слова

Кризис, организационный кризис, внутренний брендинг, educational-маркетинг, интеллектоемкие компании.

Организационные кризисы в компаниях не происходят просто так и не проходят за один день. Такие периоды нестабильности возникают неоднократно в течение всего жизненного цикла компании. Им также предшествуют определенные показатели и факторы, на которые управленцам бизнеса стоит своевременно обращать внимание. Любой кризис, так или иначе, представляет собой угрозу выживанию компании на рынке. И от верного решения руководства зависит, сможет ли компания преодолеть период нестабильности или же кризис заставит ее уйти с рынка.

В данной работе под организационным кризисом понимается переход от одной точки жизненного цикла компании к другой. В рамках теории менеджмента жизненный цикл рассматривается как совокупность этапов, которые компания (бренд компании) проходит за период своего существования (рис. 1).

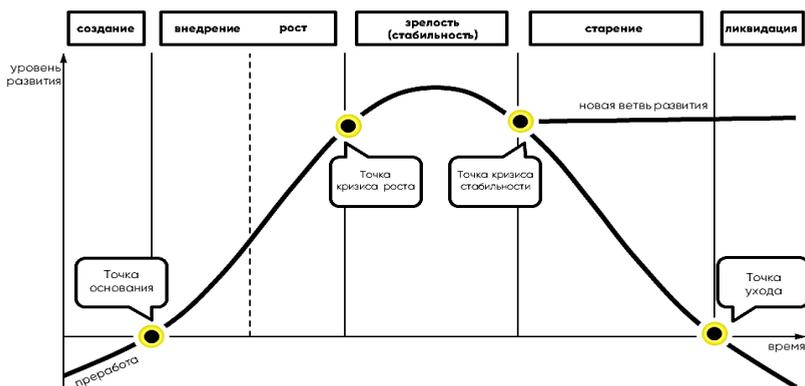


Рисунок 1. Жизненный цикл бренда компании

Модель жизненного цикла является некой наглядной картой предполагаемого развития организации. Однако если закономерное развитие компании можно отследить на графике, то предсказать, когда именно наступит та критическая точка, от которой будет зависеть дальнейшее состояние компании, возможно только оперативно реагируя на совокупность факторов, предвестников кризиса. Также, особенностью организационного кризиса является то, что стагнация развития в первую очередь происходит во внутренней среде компании. Например, внутренними кризисными сигналами могут быть:

- неоправданное расширение штата сотрудников;
- проблемы с достижением планов и KPI;
- трудности менеджмента с контролем исполнителей;
- ухудшение качества предоставления услуг;
- высокая текучка кадров;
- уход клиентов;
- трудности в подборе персонала;
- проблемы с процессом целеполагания.

Выше представлена лишь часть организационных факторов кризиса, в действительности же они могут отличаться в зависимости от типа компании, ее сферы деятельности и рынка, на котором она функционирует. Но всегда кризис будет касаться всего процесса жизнедеятельности: задач существования организации, технологий работы, управления процессами и структурами, организационной культуры, персонала компании. Это происходит, поскольку любая организация является открытой системой, совокупностью элементов, взаимодействующих между собой и реагирующих на все происходящие изменения.

Преодоление кризиса способами прошлого опыта считается неэффективным [4], и для перехода на новый уровень развития организациям необходимо находить новые пути, методы, технологии, ресурсы для продолжения деятельности. Во многом такой поиск должен осуществляться самими сотрудниками, так как они знают внутреннюю «кухню» лучше, чем сторонняя приглашенная команда. Для эффективного реагирования на новые условия важно вовремя активировать имеющийся человеческий интеллектуальный капитал и потенциал компании [2]. Однако, реалии российской действительности показывают, что большинство компаний имеют тенденцию к обратному: увольнение сотрудников, сокращение штата и уменьшение средств на их развитие, а иногда и вовсе ликвидация обучения.

Поэтому в рамках исследования инструментов преодоления кризисов, объектом выбраны именно интеллектоемкие компании. Такие компании относятся к своим сотрудникам как к капиталу, а не как к ресурсам. От них напрямую зависит развитие компании: разработки продуктов, исследования, многолетний опыт. Сотрудники интеллектоемких компаний не просто выполняют свои задачи и влияют на финансовые показатели бизнеса, они производят то, что впоследствии является интеллектуальной собственностью организации [1]. Подробная характеристика интеллектоемких компаний по методу контрольных вопросов представлена в табл. 1.

Таблица 1

Понятие «интеллектоемкие компании» по методу контрольных вопросов

Вопрос	Уточняющий вопрос	Ответ
Что	Какая компания является интеллектуальной?	Компания, где интеллектуальный результат ее сотрудников представляет для бизнеса особое значение для получения прибыли или долгосрочного развития компании
Кто	Кто работает в интеллектуальных компаниях?	В таких компаниях встречаются все типы сотрудников, однако, интеллектоемкие сотрудники, занимающиеся не рутинным трудом, находятся в приоритете

Понятие «интеллектоемкие компании» по методу контрольных вопросов

Вопрос	Уточняющий вопрос	Ответ
Где	В каких отраслях функционируют интеллектоемкие компании?	Отрасли, в которых необходимы исследования, качественные разработки. Примеры отраслей: информационные технологии, нанотехнологии, биотехнологии, маркетинг, обучение, оптика, промышленность, маркетинг, управление и другие
Как	Условия становления интеллектоемкой компании	Наличие в деятельности разработок продуктов, новых технологий, которым предшествуют исследования и прошлый опыт, наличие сотрудников, генерирующие продукт основной деятельности компании
Почему	Почему акцент на интеллектоемких сотрудниках?	Интеллектоемкие сотрудники – основа интеллектоемких компаний, именно их результат творческой деятельности влияет на результаты компании

Возвращаясь к инструментам преодоления организационных кризисов необходимо отметить, что по результатам эмпирического исследования было выявлено 2 уровня стратегического решения (рис. 2): креативно-интеллектуальный и управленческий. Данные уровни впоследствии определяют инструменты преодоления кризисов.

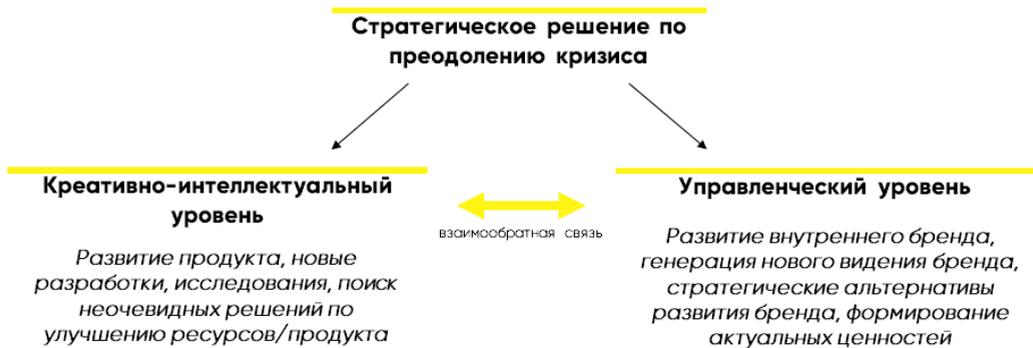


Рисунок 2. Схема стратегического решения

Рассматриваемые уровни имеют общую цель – преодоление кризиса, а также взаимосвязаны между собой. Но отличие этих уровней в том, что они смотрят на проблему с разных подходов. Креативно-интеллектуальный уровень предполагает профессиональное творческое развитие сотрудников, потенциала сотрудников. Управленческий уровень характеризуется внутренним развитием системы, потенциала бренда, видения. Также необходимо отметить, что важным условием представленной схемы является взаимодействие элементов. Значит, что активация потенциала сотрудников невозможна без верной внутренней атмосферы в компании и стратегических установок.

Исходя из представленных выше уровней, можно выделить 2 главных инструмента для преодоления организационных кризисов. Первый инструмент: внутренний брендинг. Внутренний брендинг напрямую связан с идеологией компании, корпоративной атмосферой и видением бренда. Пока сотрудники верят в обещания бренда, система брендинга актуальна внешним условиям и соответствует внутреннему ощущению сотрудников, а положения бренда вдохновляют сотрудников на новые свершения – компания развивается естественным образом. Кризис для системы внутреннего брендинга является неким испытанием на

прочность: новые условия работы требуют изменения положений внутри бренда и трансляции новых обещаний и ценностей. Однако при оперативном реагировании, работа с внутренним брендингом в кризис позволяет смягчать возможные потрясения и шоки для внутренних целевых групп бренда.

Второй инструмент – обучение. Обучение является активацией и управлением развития человеческого интеллектуального потенциала организации. Обучением в компании необходимо заниматься до и во время наступления кризисных ситуаций [3]. Поскольку системно выстроенная концепция обучения поможет организации управлять кризисом, настроить поиск инноваций и даже в кризис оставаться драйвером развития.

Стоит отметить, что обучение играет в данном случае двойную роль:

1. Обучение сотрудников профессиональным навыкам. Обучение – драйвер профессионального развития, совершенствование потенциала сотрудников для создания инноваций, креативных и творческих решений, путей выхода из кризиса.

2. Обучение сотрудников измененным положениям внутреннего брендинга. В этом случае обучение – это способ привлечения к идеологии бренда, продвижения его обещаний, превращение положений бренда в компоненты массового сознания.

Таким образом, обучение обосновывается необходимостью непрерывного, целостного и естественного процесса развития для компании. В рассмотренных вариантах концепция обучения эффективна, поскольку меняет критические модели поведения: как по отношению к внутреннему брендингу, так и по отношению к профессиональным навыкам сотрудников. Меняя критические паттерны поведения на стратегические (целевые), компания становится драйвером знаний как для топ-менеджмента, так и для сотрудников на пути к преодолению организационного кризиса. С точки зрения компаний, меняя поведение своих сотрудников, им удается гибко реагировать на внешние раздражители, адаптировать продукт и выбирать успешные стратегии развития.

Также необходимо отметить, что для привлечения к изменяющимся положениям внутреннего брендинга компаниям недостаточно использовать стандартные методы обучения. Поскольку это задача маркетинговая, необходимо использовать синтез маркетинга и обучения. Для подобных задач подходит концепция educational-маркетинга. Она будет способствовать как продвижению внутреннего бренда, так и обучению целевых аудиторий его положениям. Посредством обучающих технологий у аудитории формируется сильная интеллектуальная привязка к бренду, способная удерживать сотрудника в компании и доверять обещаниям, что очень важно при наступлении организационных кризисов.

В результате данной работы были рассмотрены возможные предпосылки возникновения организационных кризисов, кризисные явления по отношению к жизненному циклу компании, рассмотрена специфика интеллектоемких компаний. Выявлены 2 инструмента, способные управлять организационными кризисами: внутренний брендинг и концепция обучения. Выяснили, что данные инструменты работают взаимосвязано, помогая брендам и сотрудникам менять поведение, тем самым адаптироваться к изменяемой среде и развиваться. Таким образом, закладывая в компании комплексную систему обучения на всех уровнях и для всех целевых групп, компании могут смягчить себе кризисное бремя и выйти на новый уровень развития.

Литература

1. Андреева Т.Е., Юртайкин Е.Е., Солтицкая А.Е. Практика развития персонала как инструмент привлечения, мотивации и удержания интеллектуальных сотрудников/ Т.Е. Андреева Е.Е. Юртайкин, А.Е. Солтицкая. // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2006. – Т. 4, № 34. – С. 7-11.
2. Мельников О.Н. Управление интеллектуально-креативными ресурсами наукоемких производств. – 2-е издание, перераб. и доп. – М.: Изд-во «Креативная экономика», 2010. – 384 с.

3. Резанович И.В. Применение метода обучение действием в системе внутрифирменного повышения квалификации менеджеров // Мир культуры, науки, образования. – 2013. – № 3 (40). – С. 156–158.
4. Резанович Е.А., Горшенин В.П. Обучение персонала как средство преодоления экономического кризиса на предприятии // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 12-5. – С. 1041-1045.

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ СПОРТИВНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В DIGITAL-СРЕДЕ

А.О. Гордеева

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

gordana.stasiia@gmail.com

Аннотация

Особая природа спорта и специфика деятельности спортивных организаций обуславливает необходимость адаптации коммуникационных инструментов и стратегии к трендам и тенденциям спортивной индустрии. В случае с инновационными спортивными проектами важно создание ценности, обеспечение охвата целевой аудитории с целью формирования потребности узнать о проекте больше и ощутить новизну, которую предлагает проект.

Ключевые слова

Инновационный маркетинг, спортивный маркетинг, коммуникации, коммуникационная стратегия, цифровая среда.

Коммуникационные инструменты и стратегия спортивных организаций должны иметь свою специфику. Рассмотрим отличительные особенности коммуникаций в сфере спорта.

Первая из основных особенностей — ориентация на спортивный продукт. Сегодня спортивные проекты и организации зависят от производимого ими продукта — спортивного результата. Это означает, что задачи и результативность маркетинга вне игрового поля, являются отражением того, что на нем происходит. Главная роль зачастую принадлежит не фанатам и потребителям, а спортсменам и спортивным командам, именно они оказывают решающее влияние на все сферы жизни компании (включая коммуникации).

Непредсказуемость спортивных достижений является главной особенностью спортивных проектов и основной причиной большой популярности спорта. Неизвестность результата спортивного соревнования генерирует удовлетворенное возбуждение и чувственный накал всех участвующих действия. Конкретно продажа непредсказуемости результата и связанных с ним чувств – основная задача спортивного маркетинга. Из нее вытекают и иные задачи: продвижение конкретно спортивных продуктов и услуг, которые связаны со спортивным продуктом [1].

Потребители принимают участие в производстве спортивного продукта. Для большей части из них, основное в спорте — это атмосфера всеобщего веселого возбуждения, которая создается окружающими людьми. Маркетинг в спорте уникален в том смысле, что присутствие остальных потребителей является ключевым элементом продукта и потребительского опыта. Это означает, что в спортивном коммуникационном пространстве имеет значение каждый отдельный человек, он одновременно выступает как объектом, так и основополагающим элементом коммуникаций.

На спортивные проекты и инициативы влияют социокультурные факторы. Зависимость большинства видов спорта от иных, неэкономических факторов проявляется в том, что потребление и связанные с ним коммуникации в спорте, часто имеет скорее иррациональный, чем рациональный и экономически обоснованный характер. Для спорта характерно то, что клиенты не всегда перестают потреблять продукт, который на протяжении долгого времени не оправдывает их ожиданий.

Организатор спортивного проекта не всегда может контролировать продукт. Почитатели спорта консервативны и следят за следованием установленным правилам и формату проведения спортивных состязаний. Таким образом, возможности креативной составляющей маркетинговых коммуникаций в области спорта ограничены. Более того, деятельность спортивных организаций всегда регламентируется особыми правилами. Если, например, команда выбывает из высшей лиги, ее подход к коммуникационным инструментам может заметно измениться буквально в тот же день. Подобное редко случается в других отраслях экономики [2].

Для спорта характерны особые критерии эффективности. Не исключение — такие критерии, как увеличение доли рынка или рост объема продаж, но в спорте влиятельными оказываются и такие показатели, как количество людей, охваченных и вовлеченных в спортивное событие. Задача маркетинговых коммуникаций в связи с этим состоит в установлении связи между достижениями в спортивных турнирах и эффективностью работы вне процесса соревнований.

Спорту надиктованы специфические отношения со СМИ и масс-медиа. Нельзя недооценивать роль СМИ для спорта — ведь они помогают создавать атмосферу напряженности и радостного возбуждения вокруг спортивного мероприятия или новости. Также масс-медиа открывает спортивным организациям внушительный ряд дополнительных возможностей: поиск спонсоров, кросс-партнерство. Стараться активно развивать отношения со СМИ и в то же время контролировать их, продвигать спорт за рамками этих отношений — задачи коммуникаций в области спорта.

Спортсмены и болельщики всегда верны своим клубам. Продукт, ассоциирующийся с тем или иным спортивным клубом (вплоть до цвета), поклонники конкурирующего клуба приобретать не станут. Данная особенность не так актуальна для проектов, которые функционируют в глобальных масштабах. Стоит отметить, что на практике значительная часть спортивных организаций сводит понятие «спорт» только лишь к соревновательному процессу. Такие организации не придают большого значения маркетинговой деятельности и коммуникациям с потребителем, недооценивают силу и ценность брендов. Выстраивание долгосрочных стратегий деятельности, в особенности, коммуникаций — редкость для спортивных организаций. Это осложняется и тем фактом, что за кулисами популярности и привлекательности спорта в данный момент, сложно заметить проблемы и тенденции, которые вскоре станут актуальными.

Что касается инновационных проектов в области спорта, то они, как и все инновации, требуют дополнительного внимания и имеют свои отличительные особенности: уникальность, низкий уровень осязаемости (материальности), новизна продуктов и удовлетворенных на основе данных продуктов потребностей.

Произведем классификацию спортивных проектов и определим, какие из них можно понимать как инновационные. Обратимся к таблице.

Таблица

Классификация инновационных спортивных проектов

Объекты спортивной индустрии	Субъекты спортивной индустрии
Спортивные сооружения: стадионы, арены, бассейны, спортивные площадки	Спортивные команды, клубы и федерации
Спортивные залы	Спортсмены: профессионалы, любители, посетители фитнес-центров
Соревнования: соревнования по видам спорта, гонки с препятствиями, забеги	Тренеры и инструкторы
Промышленные предприятия, выпускающие спортивные товары и реализующие услуги: прокат инвентаря	Спортивные судьи, рефери, хронометражисты

Классификация инновационных спортивных проектов

Объекты спортивной индустрии	Субъекты спортивной индустрии
Средства массовой информации	Спортивные врачи, включая массажистов и специалистов по питанию
	Болельщики: регулярные и разовые

Инновацией является выведение на рынок товаров и услуг с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности действующей системы. Проблеме инноваций в спорте в настоящее время уделяется особое внимание. Это объясняется колоссальными изменениями в экономике, политике и духовной жизни разных стран мира [3]. Сейчас спортсменам и тренерам приходится постоянно работать с нововведениями. Инновации, которые может использовать тренер, многообразны: новые методики спортивной тренировки, проблемное обучение, диалоговое преподавание и многое другое. Можно отметить несколько категорий инноваций в спорте. Для каждой из них характерны свои особенности и аудитория.

- технологические инновации: новые материалы (для спортивной экипировки, инвентаря), новые разработки спортивной медицины, высокотехнологичные товары для профессионалов и любителей спорта;
- бизнес-решения: для спортивных объектов, для спонсоров и спортивного маркетинга;
- продуктовые инновации: новые направления спорта, инновационные спортивные товары;
- образовательные инновации: новые методики спортивной подготовки.

Также можно выделить следующие цели коммуникаций в области инновационных спортивных проектов:

- пропаганда здорового образа жизни;
- позиционирование спорта как одного из видов досуга;
- провоцирование проявления эмоций, сопереживания, заинтересованности определёнными событиями;
- создание положительного имиджа в страны посредством спортивных достижений граждан этой страны;
- развитие бизнеса в области спорта, повышение спроса на спортивные товары и услуги

Одна из важнейших особенностей коммуникаций в области спорта еще и в том, что они должны учитывать многие особенности того вида спорта, где задействуются маркетинговые инструменты. Профессионал должен знать черты различных видов спорта и оперировать ими для получения максимально эффективного результата, а также оставаться в курсе новостной повестки. В случае с инновационными спортивными проектами важно также создание ценности, обеспечение охвата целевой аудитории с целью формирования потребности узнать о проекте больше и ощутить новизну, которую предлагает проект.

Литература

1. Eric C. Schwarz «Advanced Theory and Practice in Sport Marketing», - 2013. – 432 p.
2. Media Direction Sport «Индустрия спортивного маркетинга в России» [Электронный ресурс] – Режим доступа.: <http://www.sostav.ru/publication/industriya-sport-marketinga-v-grossii-24258.html> – (Дата обращения: 10.01.2020).
3. Media Direction Sport «Нестандартные проекты в сфере спортивной индустрии» [Электронный ресурс] – Режим доступа.: <http://www.sostav.ru/publication/nestandartnye-proekty-24257.html> – (Дата обращения: 10.01.2020).

EVENT-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

А.С. Землянная, Д.А. Савостин

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

s.zemlyannaya@gmail.com

daniilsavostin96@gmail.com

dvsoloveva@itmo.ru

Аннотация

В современных реалиях формирование потребительского опыта является одним из важнейших направлений деятельности компаний. В данной работе рассмотрены возможности использования event-маркетинга в качестве инструмента формирования потребительского опыта, а также изучены успешные примеры мероприятий.

Ключевые слова

Потребительский опыт, управление опытом потребителей, event-маркетинг, событийный маркетинг.

Сегодня, когда потребители настолько пронизательны и влиятельны, очень важно управлять потребительским опытом. Высокая скорость эволюции бизнеса обусловлена необходимостью адаптации к изменяющейся среде и быстрой реакции на эти вызовы. Потребительский опыт — это результат взаимодействия компании и потребителя. Этот результат может быть как в виде дальнейших действий потребителя (вернуться к бренду или продолжить поиски), так и в виде эмоций, ассоциаций и рекомендаций компании другим потенциальным потребителям. Существует широкий спектр возможностей для контакта с потребителем, как офлайн, так и онлайн в социальных сетях или на сайте. Каждый из потенциальных контактов может нести серьезное влияние на потребительский опыт клиента, сближая его с брендом или наоборот отдаляя.

Большинство брендов стремятся установить долгосрочные отношения с потребителями, построенные на лояльности и доверии. При этом сегодня бренды наравне с другими инструментами формирования потребительского опыта, признают событийный маркетинг неотъемлемой частью своей маркетинговой стратегии. Увеличение затрат на цифровые каналы коммуникации, такие как социальные сети, сайт, блогеры, мобильные приложения, сделало личные взаимодействия потребителя с компанией более редкими. Кроме того, если реклама (во всех медиаканалах) предназначена для повышения осведомленности о перспективах взаимодействия потребителя с брендом, то успешный потребительский опыт на мероприятии обеспечивает понимание преимуществ бренда или его продукта/услуги потребителями. Это означает, что мероприятия становятся особой точкой контакта бренда и потребителя, которая позволяет сформировать более глубокие отношения, построенные на эмоциональной связи и эмпирическом опыте взаимодействия [1].

Мероприятие — это инструмент формирования опыта взаимодействия с брендом, ориентированный непосредственно на выбранную аудиторию. Если событие бренда вызывает у людей положительные эмоции, то они с большей вероятностью будут ассоциировать эти эмоции с этим брендом, что более эффективно, чем просто показывать им рекламу в интернете. Согласно данным EventTrack: Event & Experiential Marketing Forecast & Best

Practices Study, 87% потребителей говорят, что события более эффективны, чем рекламные ролики [2].

Важной задачей мероприятия является сохранение ключевых сообщений бренда и донесение их до сознания потребителей. Для получения максимального эффекта от мероприятия, необходимо чтобы его посетители запомнили название бренда и его ключевые ценности, а также сам продукт и его уникальные характеристики. Именно позиционирование и ключевые ценности бренда должны лечь в основу концепции мероприятия, она не просто должна соответствовать им, а помогать транслировать ключевое сообщение бренда и всего мероприятия. Важно отметить, что концепция мероприятия не обязательно должна быть креативной и необычной, все зависит от выбранной целевой аудитории и целей мероприятия. Кроме концепции также важно визуальное оформление мероприятия, очень важно, чтобы фирменный стиль и название бренда были заметны на протяжении всего события, а также на любых других дополнительных мероприятиях (например, если после основной части подразумевается after party). Сегодня визуальное оформление мероприятий ушло далеко от классических баннеров, у организаторов мероприятий есть большой выбор современных инструментов и цифровых возможностей, интерактивных технологий и дизайнерских решений.

Далее рассмотрим наиболее интересные примеры мероприятий известных брендов. Стоит учитывать, что эти события не являются формулами успеха, однако могут послужить хорошими референсами для вдохновения и бенчмаркинга.

Burning Man - ежегодный фестиваль, проходящий в пустыне Блэк-Рок в Неваде. Его организаторы описывают событие на сайте следующим образом: один раз в год десятки тысяч людей собираются в пустыне Блэк-Рок в Неваде, чтобы создать Black Rock City, временный мегаполис, посвященный сообществу, искусству, самовыражению и самостоятельности [3]. Мероприятие представляет собой смесь эмпирических активностей, которые включают музыкальные фестивали, творческие лагеря, эклектичные художественные инсталляции, сотни семинаров, духовные медитации и многое другое. Успех Burning Man вращается вокруг необычной среды, предназначенной для самовыражения и творчества его посетителей. Подобные необычные активности помогают сформировать незабываемый опыт взаимодействия потребителя с брендом, которое запомнится надолго.

Мероприятия RedBull - компании успешно удается позиционировать свой бренд через спортивные мероприятия, такие как чемпионат самодельных летательных аппаратов (Red Bull Flugtag), соревнования, сочетающие воздушную аэробику и гонки на время (Red Bull Air Race) и прочее. В результате его фирменный опыт равен адреналину, приключениям и многочисленным вызовам, которые создают новых героев. Подобные сильные эмоции могут заставить посетителей ассоциировать бренд с чем-то замечательным и запоминающимся. Необходимо создавать сильный опыт взаимодействия с брендом, который будет очаровывать и впечатлять посетителей.

Еще одним примером впечатляющих событий являются мероприятия компаний Tesla и Apple. Люди по всему миру с нетерпением ждут анонсов Tesla и Apple. Будь то Илон Маск или Тим Кук, люди с волнением следят за предстоящими анонсами нового автомобиля Tesla или iPhone. Следуя примеру данных брендов, можно создавать мероприятия бренда вокруг представления новых, необычных функций, которые могут решить раздражающую проблему, подчеркивая инновационную составляющую [4].

Таким образом, в данной статье рассмотрено использование событийного маркетинга в качестве инструмента формирования потребительского опыта, что позволяет создать между брендом и потребителем долгосрочные отношения, построенные на позитивном эмпирическом опыте и ассоциациях с положительными эмоциями, полученными в процессе посещения мероприятия.

Литература

1. Назимко А. Событийный маркетинг: Руководство для заказчиков и исполнителей – М.: Вершина, - 2007. – 224 с.
2. Пантелеева Е.К., Михайлова Н.И. Потребительский опыт в E-Commerce: анализ рациональных и эмоциональных потребительских инсайтов // Маркетинг и маркетинговые исследования, 06 (126), - 2016. - С. 458-469.
3. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг: как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией / Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, - 2001. – 400 с.
4. Zaratonello L., Schmitt B.H., The impact of event marketing on brand equity: the mediating roles of brand experience and brand attitude // International Journal of Advertising, 32(2), - 2012. - 255-280 p.

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ФОРМА БИЗНЕСА

Е.А. Западнюк

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины,
Гомель, Республика Беларусь

zapadnjuk@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматривается процесс становления и развития социального предпринимательства в Республике Беларусь. Социальное предпринимательство характеризуется как явление сравнительно новое и рассматривается как один из социально-экономических институтов, который способен эффективно справиться с решением многих общественных проблем, работать и взаимодействовать с государственным, частным и некоммерческим секторами.

Ключевые слова

Предпринимательство, социальное предпринимательство, социальные предприниматель, социальная ответственность, социальная сфера.

Социальное предпринимательство относительно новое явление для социальной сферы в частности и экономики в целом. В настоящее время оно является неотъемлемым элементом и одним из значимых ресурсов социально-экономического развития. Социальное предпринимательство играет важную роль в проведении социальных преобразований в современных условиях экономического развития отдельных государств и мирового сообщества в целом, так как однозначно способствует сохранению и приумножению образовательного, научного, культурного потенциалов национальных экономик, решающим преимуществом которых становится человеческий фактор.

Социальное предпринимательство динамично развивается во многих странах мира, в том числе и на территории Республики Беларусь. Прежде всего это связано с возрастанием роли социального предпринимательства в решении различных социальных проблем, его содействия устойчивому экономическому росту и развитию экономики в современных условиях жизни.

Самый высокий уровень активности социального предпринимательства среди всех регионов мира наблюдается в США. Следующими за ним идут Страны Карибского бассейна, а за тем Латинская Америка и Африка. Данные страны по уровню активности социальных предпринимателей опережают регион Западной и Восточной Европы. Наиболее низкие уровни активности социальных предпринимателей прослеживаются в странах Ближнего Востока и Северной Африки, а также в Юго-Восточной Азии.

В исследовании «Глобального мониторинга предпринимательства», которое было проведено в 2015 году, уровень социальной предпринимательской активности рассматривался на разных стадиях его работы, а именно: в организациях на стадии запуска, некоторое время уже работающих организациях и в общем. Среднее значение показателя социальной предпринимательской активности на стадии запуска в исследовании 2015 года вырос почти в два раза по сравнению с исследованием, проведенном в 2009 году и составил 3,6%. В зависимости от региона мира данный показатель варьируется от 2,6 до 5,2% [1].

Процесс становления социального предпринимательства на территории Республики Беларусь прослеживается в XX столетии. В качестве примера социального предпринимательства данного периода времени можно выделить организации, в деятельности

которых были задействованы люди с ограниченными возможностями. Для данной категории граждан создавались определенные специализированные хозяйственные организации.

Одним из факторов в развитии социального предпринимательства в Республике Беларусь стало создание в 2009 году портала о социальной экономике. Портал служит информационной площадкой, которая освещает основные вопросы функционирования социального предпринимательства, его виды и направления [5].

Положительное влияние на развитие социального предпринимательства в Республике Беларусь оказывает развитие краудфандинга. Так, в 2011 году в целях сбора средств для реализации социальных проектов была организована первая краудфандинговая площадка «Мае сэнс» [2]. Также на территории Республики Беларусь существуют такие краудфандинговые площадки, как «Талака» и «Улей», которые были организованы в 2014 и 2015 годах соответственно [3, 4]. Кроме того, с 2011 года ежегодно проводится конкурс социальных проектов «Social Weekend», который служит продвижению социальных идей [1].

В 2015-2016 году в Республике Беларусь был организован первый проект исследования организаций, которые можно отнести к сфере социального предпринимательства. В данном проекте приняли участие эксперты научно-исследовательской лаборатории «Общественное мнение» Государственного института управления и социальных технологий Белорусского государственного университета, консалтингового учреждения «Социальные технологии бизнеса», а также представители программы «Поддержки Беларуси Федерального правительства Германии», некоммерческой организации ОДБ Брюссель [6].

В базу данных исследования было включено 182 организации, которые можно отнести к социальному предпринимательству. В ходе проведенного исследования было выявлено, что 46% организаций, входящих в составленную базу данных занимаются производством товаров, 44% – используются в сфере услуг и 10% – в сфере торговли [6].

На территории Республики Беларусь активно идет процесс реализации проектов в сфере социального предпринимательства через сектор некоммерческих организаций. Для получения дохода и реализации своих уставных целей некоммерческие организации часто создают коммерческие структуры, которые помогают им достичь устойчивого финансового развития.

Например, такие общественные объединения как «Белорусское общество инвалидов», «Белорусское общество глухих», «Белорусская ассоциация помощи детям инвалидам и молодым инвалидам», Гомельское областное общественное объединение «Инвалиды–спинальники», Брестское областное молодежное общественное объединение «Инвалид и среда» и различные другие некоммерческие организации создают коммерческие предприятия для поддержания и финансирования своей деятельности.

Например, такой моделью развития социального предпринимательства воспользовалась организация Белорусской ассоциации помощи детям-инвалидам и молодым инвалидам. Для трудоустройства молодых людей с ограниченными возможностями и психофизическими ограничениями данная ассоциация организовала швейную мастерскую. В этой мастерской создано порядка 15 рабочих мест для данной категории граждан.

Как свидетельствует практика, предприятия, на которых трудятся люди с ограниченными возможностями, имеют льготы в сфере налогообложения. В связи с чем, услуги, оказываемые инвалидами, могут обходиться дешевле.

Отраслевое распределение социального предпринимательства сосредоточено в общественно значимых сферах. Чаще всего социальное предпринимательство представлено в таких областях, как социальная защита и реабилитация, здравоохранение, сфера спорта и туризма, благотворительность, образование, воспитание, просвещение. Целевой группой таких организаций, как правило, являются люди с ограниченными возможностями и психиатрическими проблемами, малоимущие, многодетные семьи, дети в социально опасном положении, заключенные и освободившиеся из мест лишения свободы, пострадавшие от ЧАЭС, беженцы и мигранты.

Кроме того, рост интереса к сфере социального предпринимательства способствовало развитию организаций, предоставляющих информационные, консалтинговые и другие услуги в данной сфере.

Таким образом, можно сделать вывод, что на территории Республики Беларусь происходит процесс становления и развития социального предпринимательства, предпринимаются попытки оценки развития данного явления. Социальное предпринимательство обеспечивает занятость местного населения, а также способствует его самозанятости. По своим функциям деятельность субъектов социального предпринимательства аналогична с бизнес-деятельностью и деятельностью некоммерческих организаций.

Социальное предпринимательство активно вовлекает в экономическую жизнь и способствует социализации социально-незащищенной части населения. Оно оказывает социально-психологическую поддержку как данной категории населения, так и своим сотрудникам, добровольцам, которые поддерживают развитие данного сектора. Социальное предпринимательство оказывает различные услуги, покупает и производит товары, которые необходимы для их деятельности.

Деятельность в сфере социального предпринимательства направлена на бизнес-решения наиболее острых социальных проблем определенной группы населения или общества в целом путем производства материальных или духовных ценностей, которые чаще всего в силу определенных обстоятельств не способны произвести другие субъекты рынка.

Литература

1. Официальный портал конкурса «Social Weekend» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.socialweekend.by/> – (Дата обращения: 20.10.2019).
2. Официальный портал краудфандинговой платформы «Мае сэнс» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://maesens.by/> – (Дата обращения: 25.10.2019).
3. Официальный портал краудфандинговой платформы «Талака» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.talaka.org/> – (Дата обращения: 25.10.2019).
4. Официальный портал краудфандинговой платформы «Улей» [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://ulej.by/> – (Дата обращения: 25.10.2019).
5. Официальный портал о Социальной экономике [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://soccoor-by.info> – (Дата обращения: 25.10.2019).
6. Официальный портал ОДБ Брюссель [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <http://www.socialweekend.by/> – (Дата обращения: 25.10.2019).

УЛУЧШЕННАЯ МОДЕЛЬ ЛИНЕЙНОЙ РЕГРЕССИИ ПРИ ВЫБОРЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

А.А. Казанская, Л.Г. Мишура

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

a.a.nersisian@gmail.com

mishuralg@rambler.ru

Аннотация

В последние годы хедж-фонды все чаще отходят от традиционных методов анализа. Вместо этого они используют алгоритмы машинного обучения для прогнозирования тенденций фондов. Используя машинное обучение, управляющие фондами могут выявить рыночные изменения раньше, чем это возможно при использовании традиционных инвестиционных моделей. Потенциал технологии машинного обучения для подрыва инвестиционно-банковской индустрии серьезно воспринимается крупными учреждениями. JPMorgan, Bank of America и Morgan Stanley, которые разрабатывают автоматических инвестиционных консультантов, основанных на технологии машинного обучения. Ценность машинного обучения в финансах становится все более очевидной с каждым днем. По мере того, как банки и другие финансовые учреждения стремятся повысить безопасность, оптимизировать процессы и улучшить финансовый анализ, машинное обучение становится технологией выбора. В данной статье рассмотрено использование модели линейной регрессии, построенной на основе данных об инвестиционных проектах инновационной деятельности. Статья является продолжением исследования [2], в котором была построена модель на основе всех имеющихся параметров и точность прогнозирования рейтинга составила лишь 40%.

Ключевые слова

Информационные технологии, инвестиционная деятельность, инновации, линейная регрессия, машинное обучение.

Методы машинного обучения и искусственного интеллекта предлагают значительные преимущества лицам, принимающим финансовые решения, с точки зрения новых подходов к моделированию и прогнозированию на основе данных. По данным IDC объем российского рынка ИТ-услуг в долларах США увеличился в 2018 году на 7,2% и составил 4,84 млрд долларов. Ожидается, что к 2021 году финансовые компании будут тратить во всем мире 28 миллиардов долларов на технологии искусственного интеллекта [1]. Текущие ключевые финансовые приложения искусственного интеллекта заключаются в алгоритмической торговле, управлении рисками и автоматизации процессов. Тем не менее, исследования по этим темам среди финансовых исследователей отстают от практики.

В данной статье рассмотрена модель линейной регрессии на основе имеющихся данных, а именно:

- название проекта (Name);
- стоимость проекта (Financing);
- введенные дополнительные коэффициенты;
- экологичность проекта (Ecology);
- инновационность проекта (Innovativeness);
- технологичность проекта (Manufacturability);
- безопасность проекта (Norms);
- рейтинг проекта (Rating).

Задачей построения моделей на основе алгоритмов машинного обучения является возможность прогнозирования рейтинга инвестиционного проекта (Rating) на базе заданных параметров. В случае линейной регрессии необходимо определить, какие веса влияния на зависимую переменную (Rating) имеют объясняющие переменные. Ранее [2] была построена model_1, на основе всех, указанных выше, параметров.

Данное исследование заключается в построении model_2 линейной регрессии, которая включает в себя наиболее значимые коэффициенты, выявленные при построении model_1: Norms, Manufacturability, Ecology и, в качестве стоимости проекта было использовано значение log(Financing). А, также сравнение model_1 и model_2, выявление наиболее оптимальной.

Для возможности прогнозирования данные были разделены на тренировочный и тестовый наборы в соотношении 90:10.

Необходимо проверить модель на мультиколлинеарность [3], чтобы убедиться, что линейной зависимости между регрессорами нет. При расчете коэффициента для model_2 получили значение 1,25, которое меньше 10, что означает, что зависимости нет.

После построения model_2 следует отметить, что коэффициент log(Financing) приобрел статистическую значимость и положительно влияет на зависимую переменную (Rating), также необходимо сравнить model_1 (на основе всех коэффициентов) и model_2 (на основе наиболее значимых коэффициентов), чтобы убедиться, что модель была улучшена. Для этого используем информационный критерий Акаике (AIC) [4]. Данный критерий является оценкой ошибки прогнозирования вне выборки, и, следовательно, относительного качества статистических моделей для данного набора данных. AIC оценивает относительный объем информации, потерянной данной моделью: чем меньше информации теряет модель, тем выше качество этой модели.

Таблица

Значения коэффициентов model_1 и model_2

	AIC	F-statistic	R-squared	Adjusted R-squared	MAPE	Точность корреляции
model_1	527,4292	26,32	0,3881	0,3734	23,2	40
model_2	516,8437	33,49	0,4011	0,3891	23,8	68

Отметим, что коэффициент AIC при model_2 ниже, что означает, что model_1, построенная на основе всех параметров не является наилучшей. Также заметим, что значения F-статистики (F-statistic), коэффициента детерминации (R-squared) и скорректированного коэффициента детерминации (AdjR-squared) увеличились, что указывает на улучшение качества модели. Для дальнейшего прогнозирования и определения оптимальности линейной регрессии, используем model_2.

После предсказания model_2 на тестовой части данных необходимо проверить точность корреляции. Простая корреляция между фактическими и прогнозируемыми значениями может использоваться как форма измерения точности. Более высокая точность корреляции подразумевает, что фактические и прогнозируемые значения имеют одинаковое направленное движение, то есть, когда фактические значения увеличиваются, прогнозируемые значения также увеличиваются, и наоборот. В случае model_2 коэффициент точности корреляции равен 68%, что показывает хорошую работу прогнозирования модели. А средняя абсолютная процентная ошибка (MAPE - mean absolute percentage error) равна 23,8% (хорошая точность прогнозирования) [5]. MAPE также является мерой точности прогнозирования модели, где точность выражается, как соотношение, выраженное следующей формулой:

$$MAPE = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{Actual_i - Predict_i}{Actual_i} \right|$$

И имеет следующее распределение:

- < 10 – высокая точность прогнозирования;
- 10 – 20 – хорошая точность прогнозирования;
- 20 – 50 – корректный прогноз;
- > 50 – неточный прогноз.

Сущность вышеизложенного сводится к тому, что алгоритм линейной регрессии можно использовать при прогнозировании рейтинга проекта на основе имеющихся данных. После исследования данных и выявления наиболее значимых параметров, построенная модель на основе этих коэффициентов была улучшена на 28%, ее точность прогнозирования составила 68%, из чего следует, что модель является наиболее оптимальной. Однако, данное заключение носит предварительный характер, так как данные были протестированы лишь на одной модели. Следующими этапами данного исследования являются тестирование других моделей и улучшение точности прогнозирования.

Литература

1. Онлайн-портал информации о рынке, консультационных услуг и мероприятий для рынков информационных технологий, телекоммуникаций и потребительских технологий. Официальный сайт [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.idc.com/> – (Дата обращения: 16.04.2020).
2. Казанская А.А., Мишура Л.Г. Использование линейной регрессии при выборе инвестиционного проекта / Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО, 2020.
3. Montgomery D. C., Peck E.A., Vining G. G. Introduction to Linear Regression Analysis, 5th Edition, Kindle Edition, 2013. – 672 p.
4. Akaike, H. A new look at the statistical model identification, IEEE Transactions on Automatic Control, 1974. – pp. 716-723.
5. Arnaud de Myttenaere, Golden B., Benedicte Le Grand, Rossi F. Mean absolute percentage error for regression models, Neurocomputing, 2016. – pp. 38-48.

ИННОВАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

О.Н. Капорцева

Институт бизнеса Белорусского государственного университета,
Минск, Республики Беларусь

ovl-76@tut.by

Аннотация

В статье показано влияние инноваций на конкурентоспособность продукции и основные экономические показатели деятельности организации. Выявлены проблемы методического и организационного характера, препятствующие активизации инновационной деятельности отечественных предприятий, а также предложены меры по их устранению.

Ключевые слова

Инновации, факторы, эффективность, конкурентоспособность, экономические показатели.

Инновации являются важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности белорусской экономики и ее устойчивого роста. Инновации – конечный результат инновационной деятельности, реализованный в виде нового или улучшенного продукта, который доводится до стадии коммерческого использования и приносит экономический, социальный, экологический эффекты [1]. В организации они оказывают существенное влияние на объем производства и продаж продукции, издержки производства и реализации, цены, качественные показатели (качество исполнения и технические характеристики) и эксплуатационные расходы, что способствует повышению конкурентоспособности продукции и спроса на нее, росту прибыли и рентабельности организации (рисунок).

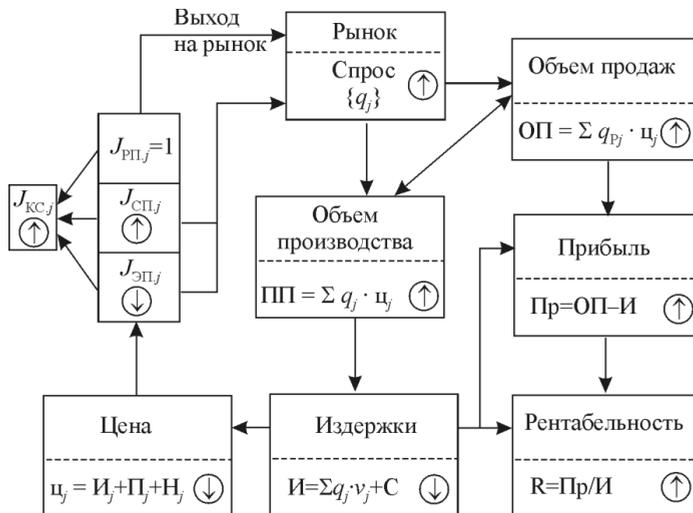


Рисунок. Влияние инноваций на конкурентоспособность продукции и экономические показатели предприятия

Условные обозначения: $J_{КСj}$ – общий индекс конкурентоспособности продукции j -го вида; $J_{РПj}$ $J_{СПj}$ $J_{ЭПj}$ – групповые индексы по регламентируемым, сопоставительным и экономическим показателям конкурентоспособности продукции j -го вида; q_{Pj} – количество реализованной продукции j -го вида; c_j – цена единицы продукции j -го вида; ОП – объем продаж; ПП – объем производства; v_j – переменные затраты на единицу продукции j -го вида; С – общая сумма постоянных затрат; И, I_j – общие издержки и на единицу продукции j -го вида соответственно; Пр, P_j – прибыль от реализации, прибыль в цене продукции j -го вида соответственно; N_j – косвенные налоги в цене продукции j -го вида; \uparrow – рост показателя; \downarrow – снижение показателя.

Инновации, направленные на увеличение объема производства, обеспечивают рост прибыли и рентабельности, снижение себестоимости и цен продукции.

Рост объема производства может быть обеспечен инновациями в области технологии производства, производственной мощности, организации и обслуживания производства. Естественно, эти инновации уместны, если есть устойчивый платежеспособный спрос на продукцию. Рост объема производства влечет за собой увеличение объема реализации продукции и, следовательно, прибыли от реализации. Кроме того, он обеспечивает снижение общих издержек производства за счет экономии постоянных затрат и, как следствие, рост прибыли и рентабельности продукции, а также снижение себестоимости единицы продукции, что создает возможность снижения цены.

Снижение издержек производства обеспечивают ресурсные инновации (использование прогрессивных, дешевых видов сырья и материалов), продуктовые (совершенствование конструкции изделий, освоение новых изделий), технологические (модернизация действующих технологий и освоение новых, модернизация оборудования и использование моделей с большей производительностью), организационные инновации (сокращение потерь рабочего времени и др.).

В результате реализации, например, ресурсных инноваций снижаются переменные материальные затраты на единицу продукции. Уменьшению этих затрат могут способствовать также продуктовые инновации. Затраты по заработной плате снижаются благодаря технологическим и продуктовым инновациям за счет уменьшения трудоемкости изготовления продукции.

Снижение затрат при прочих равных условиях обеспечивает рост прибыли и рентабельности продукции, создает условия для уменьшения цен и ведения эффективной ценовой конкуренции (из-за большей разницы между ценой и издержками создается возможность варьирования цены).

Снижение цен возможно не только за счет сокращения издержек производства и реализации, но и за счет инноваций в области сбыта продукции: путем упрощения структуры каналов сбыта. Снижение цен в рыночных условиях обеспечивает ряд эффектов:

- повышение уровня ценовой конкуренции;
- уменьшение индекса конкурентоспособности по экономическим показателям, что способствует росту спроса на продукцию, объема реализации (при эластичном спросе) и прибыли.

Одним из важнейших результатов разработки и использования инноваций в производстве является повышение конкурентоспособности продукции на внутреннем и зарубежных рынках, следствием чего является рост конкурентоспособности предприятий и национальной экономики.

Технически и экономически обоснованные инновации непременно обеспечивают повышение качества, улучшение технических и экономических характеристик продукции, т. е. повышение уровня ее конкурентоспособности.

Повышение качества продукции определяется ростом технических показателей (регламентируемых и сопоставительных) и качеством исполнения на уровне международных стандартов и стандартов, действующих на рынке данной страны.

Рост качественных показателей обеспечивают ресурсные, продуктовые и технологические инновации. Так инновации, ориентированные на использование новых, высококачественных материалов способствуют улучшению прочностных характеристик, износостойкости, долговечности продукции. Модернизация продукции и освоение новых видов продукции также обеспечивает повышение уровня качественных показателей. Совершенствование действующих и использование прогрессивных технологий преследует не только цель снижения затрат на производство, но и, в первую очередь, повышение качества продукции.

Поэтому инновации, направленные на повышение качества продукции, обеспечивают рост регламентируемых и сопоставительных показателей и снижение некоторых экономических показателей конкурентоспособности (например, эксплуатационных затрат), т. е. увеличению уровня конкурентоспособности продукции, результатом чего является рост спроса.

Следует отметить, что повышение качества продукции может сопровождаться ростом издержек производства. В этом случае для обеспечения прибыльности возникает необходимость повышения цены продукции, что только при эластичности спроса по цене $E_p < 1$ приводит к росту объема продаж. Поэтому при разработке инноваций, направленных на повышение качества продукции, необходимо оценивать уровень конкурентоспособности продукции с учетом возможного роста цены.

Таким образом, инновации являются важнейшим фактором повышения эффективности производства. Однако в настоящее время эффективность инновационной деятельности отечественных предприятий низка из-за наличия в ней ряда недостатков методического и организационного характера.

В методике бизнес-планирования инноваций необоснованно упущены вопросы формирования ее проектного (прогнозного) жизненного цикла.

Недостаточно внимания уделяется оценке конкурентоспособности продукции, в частности, отсутствуют требования к комплексной оценке всех товаров-конкурентов на рынке. Важность этого вопроса обусловлена тем, что конкурентоспособность организации и экономики в целом зависит от конкурентоспособности продукции.

Отсутствие четких указаний по учету инфляции при прогнозировании издержек также является недостатком действующей методики бизнес-планирования инноваций. Поэтому, как правило, в процессе формирования чистого потока платежей издержки в денежном выражении прогнозируются с учетом индексов изменения их основных элементов, равных индексу инфляции. Между тем различные элементы издержек при инфляции изменяются по-разному. Например, индекс роста заработной платы обычно выше индекса инфляции, а индекс роста материальных или постоянных затрат – ниже.

Одним из существенных факторов, сдерживающих повышение эффективности инноваций, является отсутствие действенного инновационного механизма, прежде всего, развитого информационного обеспечения инновационной деятельности.

И, наконец, самым важным сдерживающим фактором при современном состоянии экономики является недостаток у предприятий собственных средств для финансирования инвестиций в инновации, трудность получения долгосрочных кредитов, незначительный объем льготного кредитования, неразвитость системы венчурного финансирования.

Для устранения указанных недостатков необходимо разработать меры, направленные на совершенствование методики бизнес-планирования инноваций. В частности:

- предусмотреть формирование проектного жизненного цикла инновации, обеспечить периодический контроль его выполнения и разработку мер по устранению негативных изменений его показателей на каждой фазе;
- учитывая важность проблемы повышения конкурентоспособности продукции отечественных предприятий, в бизнес-плане следует выделить отдельный раздел по конкурентоспособности продукта инновации. В нем нужно представлять комплексную

оценку конкурентоспособности продукции всех продавцов на рынке. Методика оценки должна учитывать специфические требования и предпочтения конкретного рынка и его секторов;

- при прогнозировании издержек по периодам эксплуатации проекта дифференцированно учитывать инфляцию по различным их элементам;
- уточнить перечень оценочных показателей и методики расчета некоторых из них, в том числе следует предусмотреть расчет изменений исходных данных для обеспечения срока окупаемости инвестиций, не превышающего согласованный срок возврата кредита или необходимый срок окупаемости собственных инвестиций.

Для своевременного принятия мер по устранению негативных изменений показателей бизнес-плана инновации в процессе ее эксплуатации нужно организовать оперативный и прогнозный расчеты показателей жизненного цикла, конкурентоспособности, эффективности инвестиций и безубыточности проекта, а также прогнозирование значений исходных данных для расчета этих показателей.

В целях обеспечения воспроизводственной функции инвестиций необходимо создать благоприятный инвестиционный климат и эффективный инновационный механизм на основе информационной базы, включающей данные по различным уровням управления инновационной деятельностью.

Предложенные меры будут способствовать повышению эффективности инновационной деятельности на макро- и микроуровне, что в свою очередь обусловит повышение уровня конкурентоспособности продукции и улучшение экономических показателей организации.

Литература

1. Явич, С.Э., Изопайтис Н.Р. Сложности внедрения инноваций. Инновации и КСО // Вестник Московского гуманитарно-экономического института, 2018. № 1 . С. 101-108.

БИЗНЕС-ПРОЦЕСС: КЛЮЧЕВАЯ КАТЕГОРИЯ ДЛЯ АНАЛИЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Б.Б. Коваленко¹, А.Ш. Маргарян²

1 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 – Армянский государственный экономический университет, АГЭ, Ереван, Армения

kovalenkob@mail.ru
atom.margaryan@gmail.com

Аннотация

В статье анализируется понятие бизнес-процесса. Внимание автора фокусируется на структурной схеме, видах, ключевых событиях и категориях бизнес-процесса современного предпринимательства. Акцент сделан на том, что актуально распределять ресурсы по стадиям процесса, четко устанавливать границы процесса, формулировать события процесса на входе и выходе.

Ключевые слова

Предпринимательская деятельность, виды бизнес-процессов, структурная схема бизнес-процесса, процессный подход к управлению.

Понятие «бизнес-процесс» определяется как совокупность действий по преобразованию ресурсов в конкретный продукт (товар, услугу, выполненную работу), обладающий ценностью для потребителя. Из этого следует, что цели организации могут быть достигнуты путем целенаправленного управления бизнес-процессами [1].

«Структурная схема бизнес-процесса» универсальна и может быть использована для анализа бизнес-процесса любого уровня от сквозного процесса до отдельной операции. Это базовая схема может быть использована для экспресс-анализа сущности и содержания бизнес-процесса, представленного в форме части деятельности организации.

В элементарном приближении сущность и содержание бизнес-процесса любой организации заключается в создании условий для осуществления деятельности бизнес-организации по преобразованию материальных и нематериальных ресурсов в продукт, предназначенный для удовлетворения запросов потребителей и для управления деятельностью по применению ресурсов для их преобразования в продукт.

Если исходить из данного определения, то увидим на входе бизнес-процесса – ресурсы, на выходе – продукт, представляющий ценность для потребителя, полученный по определенной технологии. Бизнес-процесс – периодически повторяемая, управляемая деятельность, результат которой – ценность для конкретного потребителя (клиента).

Качество результата бизнес-процесса (продукт, обладающий ценностью для потребителя) непосредственно зависит от характеристик используемых ресурсов и технологии. Связь ресурса с бизнес-процессом принято определять при помощи понятий «вход» и «выход». Ресурс, необходимый для выполнения бизнес-процесса, может рассматриваться как вход бизнес-процесса. Ресурс, преобразованный в рамках процесса и получивший признание потребителя, – в качестве выхода.

Ресурсы, вовлеченные в бизнес-процесс, находятся в постоянном движении: определенное время находятся на хранении, перемещаются в пространстве, перерабатываются в соответствии с технологией. Их можно называть входами или выходами только по отношению к конкретному бизнес-процессу. Выход одного бизнес-процесса будет входом для другого. Говорить о входах и выходах без относительно конкретного бизнес-процесса не имеет смысла [2].

Ресурсы, по отношению к бизнес-процессу, могут быть преобразуемыми, преобразованными, обеспечивающими и управленческими. *Преобразуемый ресурс* поступает на вход бизнес-процесса. При выполнении бизнес-процесса ресурс приобретает дополнительную ценность, становится *преобразованным ресурсом*, который поступает на выход бизнес-процесса – внутреннему или внешнему потребителю. В свою очередь потребитель может рассматривать преобразованный ресурс в качестве входа для своего бизнес-процесса, то есть в качестве преобразуемого ресурса, и т.д.

Для выполнения бизнес-процесса кроме преобразуемых ресурсов используются *обеспечивающие ресурсы*: различные виды оборудования, программного обеспечения, объекты инфраструктуры, сотрудники. Обеспечивающие ресурсы, по мере необходимости, могут использоваться в процессе периодически или постоянно.

Управленческие ресурсы представлены, прежде всего, информацией, необходимой для выполнения функций управления организацией. В зависимости от направления потока это может быть информация фактическая, плановая или содержащая управленческие решения.

Каждый бизнес-процесс имеет начало и завершение. Начало и завершение бизнес-процесса дают представление об объекте управления. Не имея представления о границах, сложно создать действенную систему принятия решений, планирования и организации конкретных действий [3].

Установление четких границ бизнес-процесса буквально может означать, какие события регламентируют начало и завершение бизнес-процесса. Как правило, начинается бизнес-процесс «входом» и завершается «выходом».

Данные термины означают, что начало бизнес-процессу закладывает событие А, а завершает процесс событие Б. Так, начало start-UP проекта может быть положено идеей о создании нового продукта (событие А). Завершить start-UP можно созданием бизнес-модели, которая позволит коммерциализировать идею (событие Б).

Но событие, связанное с созданием бизнес-модели, не означает, что ожидания создателей бизнеса удовлетворены. Новый продукт, созданный на основе идеи, выходит на рынок. Если бизнес-модель выбрана правильно, то продукт находит признание у потребителей. В этом случае, событие которому дал жизнь start-UP (событие Б), становится входом нового процесса – удовлетворения потребностей людей (событие В).

Итак, на «входе» бизнес-процесса и на «выходе» процесса мы будем иметь дело с различными ресурсами. Сначала мы один ресурс используем для создания продукта, потом созданный ранее продукт становится ресурсом для создания другого продукта. В этом случае бизнес-процесс имеет закономерное продолжение, но уже на другой стадии [4].

Переход ресурсов от одной стадии процесса к другой, означает переход ответственности за использование ресурсов. Переход ответственности за ресурсы возможен в границах одного процесса, при выполнении различных видов работ отдельными участниками бизнес-процесса (сотрудниками). Соответствующие события могут использоваться для определения зон ответственности и сотрудников, ответственных за выполнение отдельных работ (операций) в границах одного бизнес-процесса.

В сфере создания интеллектуального продукта некоторое событие может завершать бизнес-процесс, не инициируя начало нового бизнес-процесса. Допустим, для приобретения продукта принято решение воспользоваться поисковой системой Яндекс или Google. Поисковая система вывела на доменное имя интернет-магазин одного из online-продавцов. Однако, условия доставки продукта потребителю оказались непривлекательными. Пришлось обратиться к традиционной схеме покупки: обратиться сначала к offline-продавцу, оформить покупку, а затем, – к транспортной компании по доставке продукта в день покупки.

Видим, что бизнес-процесс начался с активного поиска online-продавца, а завершился взаимодействием с offline-продавцом и поставкой в день покупки. Поэтому к услугам по продаже online и offline – следует относиться как к двум различным событиям. В данном случае: использовать разные формулировки событий; рассматривать услугу по offline-продаже как новый бизнес-процесс, имеющий своего владельца.

Итак, мы проанализировали:

а) *первую группу событий*, характеризующую «вход» и «выход» бизнес-процесса. Это событие начинает, либо завершает процесс. Данное положение особенно актуально для анализа бизнес-процессов движения материальных и нематериальных ресурсов, используемых при создании продукта;

б) *вторую группу событий*, которая связана с получением информации, позволившей оценить предстоящее событие. Например, online-покупка в разных ситуациях может стать событием привлекательным и непривлекательным. В результате, сформулировано и инициировано другое событие, например, offline-покупка.

Для того, чтобы полнее определить границы бизнес-процесса надо: понять, какие ресурсы применять на входе и на выходе бизнес-процесса; установить инициирующие и завершающие события бизнес-процесса; согласовать требования по входу и выходу бизнес-процесса с теми лицами, которые выразили в этом заинтересованность.

В создании ценности для потребителя принимает участие система взаимодействующих бизнес-процессов. Поэтому для поиска путей повышения эффективности бизнес-процесса используют модели бизнес-процессов, подразумевающие описание работ, включенных в бизнес-процесс.

Отдельные работы (операции) в составе модели бизнес-процесса распределяются по областям деятельности организации: текущей деятельности и деятельности по развитию. *Текущая деятельность* направлена на разработку, производство и предоставление продуктов (услуг) потребителю. *Деятельность по развитию* нацелена на создание будущих продуктов (услуг) и на улучшение деятельности организации в перспективе.

Текущая деятельность подразделяется на *основную*, когда ведется производство и предоставление продуктов потребителям, и *обеспечивающую*, иначе говоря – вспомогательную или поддерживающую. Обеспечивающая деятельность позволяет организовать необходимый внутренний сервис, производство продуктов, необходимых для основной деятельности.

В области управления основной и обеспечивающей деятельностью, развитием организации, концентрируются методы и инструменты планирования, координации, стимулирования и контроля над бизнес-процессом и участниками выполняемых работ по областям деятельности организации.

Для эффективной координации деятельности участников организации возникает смысл разделения бизнес-процессов на категории:

Бизнес-процесс основной: иначе – сквозной (кросс-функциональный) процесс. Служит созданию ценности для потребителя. Основной процесс выполняет роль ключевого бизнес-процесса. Именно ключевой бизнес-процесс представляет действия, необходимые для выполнения миссии организации. Данный процесс составляет цепочки и потоки работ по созданию ценности продукта для потребителя. Каждое действие генерирует определенную долю ценности в составе конечного продукта для потребителя. Каждый шаг производителя продукта измеряется вкладом участника бизнес-процесса отдельной категории в создание и доставку продукта, или оказание сервисной услуги потребителю. То есть, каждый участник бизнес-процесса, независимо от роли, функции или места в иерархии организации, вносит свой определенный вклад в создание ценности для потребителя.

Бизнес-процесс, обеспечивающий движение основного процесса, как правило, поддерживает основной процесс организации посредством использования методов и инструментов управления ресурсами и/или объектами инфраструктуры, необходимой для основного процесса и достижения искомого результата деятельности. Вспомогательный процесс отличается от основного процесса тем, что вспомогательный процесс непосредственно не создает ценность продукта для потребителя. Вспомогательный процесс представлен в маркетинге, управлении финансами, персоналом и т. д. Вспомогательный процесс связан с функциональными областями деятельности: планирование, учет и т. д. Тем самым, вспомогательный процесс ограничен в функциональных возможностях.

Процесс управления предназначен для измерения, мониторинга и контроля бизнес-деятельности. Процесс управления призван гарантировать соответствие основного и вспомогательного процессов целям и стратегиям организации. Процесс управления не добавляет ценности для потребителя, но процесс управления необходим для достижения целей организации.

Процесс совершенствования и развития бизнеса – предназначен для улучшения форм и методов создания ценности для потребителя в долгосрочной перспективе развития организации деловых операций (бизнеса).

В зависимости от степени влияния тех или иных факторов, например, состояния и тенденций изменения внешней среды, под влиянием научно-технического прогресса, смены рыночной конъюнктуры, в результате изменения потребительских предпочтений, процесс совершенствования и развития может происходить по-разному.

Основной процесс является источником дохода, имеет стратегическое значение для организации. Поэтому, одним из важнейших факторов успеха, становится стратегия развития основного процесса.

Основной процесс может поддерживаться в том состоянии, которое задано в процессе создания бизнеса, могут развиваться или, наоборот, угасать, в зависимости от состояния рыночной конъюнктуры и стратегии поведения организации на рынке. В результате – основной процесс может набирать различную динамику, как положительную, так и отрицательную.

Поддерживающий процесс создает продукты и услуги для внутреннего потребления. При определенных обстоятельствах поддерживающий процесс и результаты деятельности от обеспечивающих, поддерживающего процесса могут направляться и на рынок. У каждого поддерживающего процесса есть альтернатива, кроме классической судьбы, заключающейся в том, чтобы оставаться и совершенствоваться как внутренний процесс или развиваться в качестве внутреннего процесса, либо закономерно отмирать.

Процесс может превратиться из поддерживающего в процесс двойного назначения, то есть поддерживать внутренние услуги и предоставлять продукт. В зависимости от стратегии бизнеса, поддерживающий бизнес-процесс может превращаться в основной. Таким образом, на траекторию и динамику поддерживающего процесса может оказать влияние не только планы и взгляды самих предпринимателей, но и рынок, то есть потребители.

Поддерживающий процесс может прекращать деятельность и отмирать в случае конкурентоспособных альтернатив на рынке. В данном случае, когда организация может поддерживать получение необходимых услуг не от внутренних служб, а от внешних сил на условиях кооперации.

Группы бизнес-процессов создаются участниками процессов, среди которых могут быть отдельные предприниматели, менеджеры, специалисты или профильные подразделения.

Делить бизнес-процессы на категории следует в том случае, если необходимо выделить процессы, непосредственно участвующие в создании ценности для потребителя [3].

На практике важны не только категории, но и масштаб бизнес-процесса. Для создания бизнес-процесса в масштабе организации, актуально построение схем цепочек создания ценности.

Цепочка создания ценности – процесс, проходящий, как правило, через несколько подразделений или организаций. Цепочки создания ценности выявляются и анализируются с точки зрения организации в целом, то есть цепочка – это процесс верхнего уровня (большого масштаба). Построение схем цепочек создания ценности позволяет понять, как устроен бизнес, и использовать это понимание для построения организационной структуры и системы бизнес-процессов.

Бизнес-процессы организации делятся на процессы структурных бизнес-подразделений, которые полностью выполняют в рамках структурного бизнес-подразделения. Владельцами бизнес-процессов подразделений организации являются, как правило, руководители подразделений (заместители, помощники).

Деятельность бизнес-подразделения, сосредоточенная на выполнении определенной функции, по содержанию может быть шире содержания бизнес-процесса. Для того, чтобы установить, какие процессы реально выполняются в том или ином подразделении, необходимо проводить соответствующий анализ.

Для системной оптимизации деятельности организации и налаживания взаимодействия между подразделениями, выполняющими различные функции, целесообразно выделять и развивать сквозные процессы.

Базовым критерием выделения сквозного (кросс-функционального) процесса служит, зачастую – прохождение процесса создания ценности для потребителя через несколько различных структурных бизнес-подразделений и/или функций, необходимых для осуществления деятельности.

Организация деятельности по бизнес-процессам предполагает разделение процессов по нескольким уровням: первый уровень – категория процесса; второй уровень – группа процесса; третий уровень – отдельный процесс; четвертый уровень – операция (работа).

Процедура разделения процесса на операции или отдельные виды работ получила название декомпозиции процесса, когда могут быть выделены процессы более высокого и низкого уровня в иерархии приоритетности процессов. Приоритетность бизнес-процесса в организациях устанавливается в индивидуальном порядке и чаще всего, отражена на схеме, которая показывает, как осуществляется декомпозиция процесса [5].

Сквозной процесс, как показывает практика, дифференцируется под-процессы относительно высшего уровня управления организацией. Данное действие производится, согласно позициям, менее значимым для реализации политики приоритетов организации. Количество уровней под-процессов определяется индивидуальным образом в соответствии с числом формальных уровней иерархии управления организацией. На максимально высоком уровне расположены «категории процессов». На элементарном уровне – операции. Из операций, как правило, состоят процессы, которые выделяются при описании деятельности на уровне рабочих позиций организации. Такие процессы можно называть операционными процессами.

В практике процессного подхода к управлению организацией встречаются уникальные процессы. Для данного типа процессов возможно определение границы и участников процессов, допустимо создание системы показателей для управления, назначение владельца и архитектора процесса.

Встречаются и обезличенные процессы, которые невозможно отнести к конкретному подразделению. Но этими процессами необходимо управлять, поэтому данные процессы следует подвергать описанию и регламентации. Для обозначения таких процессов используется понятие «процедура». Пример обезличенных процессов – процедуры, разрабатываемые при внедрении системы менеджмента качества.

Процедуры могут быть использованы для описания процессов, которые есть в различных бизнес-подразделениях организации. Данные бизнес-подразделения отличаются составом сотрудников; алгоритмом выполнения работ, содержанием, графиком и результатом выполняемых работ. Процедуры могут разрабатываться отдельно от конкретных, уникальных процессов организации. Как правило, область действия процедур распространяется на организацию в целом, или значительную часть. Система процессов может быть представлена совокупностью взаимосвязанных и взаимодействующих процессов организации.

Литература

1. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: BPM СВОК 3.0 / Под ред. А.А. Белайчука, В.Г. Елифёрова: Альпина Паблишер; Москва; 2016. – 480 с.
2. Репин В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / Владимир Репин: Манн, Иванов и Фербер, Москва; 2013. – 502 с.
3. Репин В.В., Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-

- процессов / Владимир Репин, Виталий Елиферов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 522 с.
4. Рыбаков М. Бизнес процессы. Как их описать, отладить и внедрить. Практикум: Издательство Михаила Рыбакова; Москва; 2016. — 590 с.
 5. Ротер М. Шук Дж., «Учитесь видеть бизнес процессы: Построение карт потоков создания ценности / Майк Ротер, Джон Шук; Пер. с англ., 4 е изд.»: Альпина Паблишер; Москва; 2015. — 170 с.

ВНЕДРЕНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИИ В DIGITAL-КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА

А.С. Когель

Научный руководитель – д. э. н., профессор А.Г. Будрин

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

kogel.politology@gmail.com

Аннотация

В статье объясняется необходимость разработки комплексного алгоритма внедрения геймификации в Digital-коммуникации бренда, а также описывается разработанный автором алгоритм. Именной алгоритм содержит как сбор необходимой аналитики, так рекомендации по созданию системы геймификации, основанные на собранных данных.

Ключевые слова

Геймификация, коммуникации, психотипы игроков.

Динамичность развития современного рынка и увеличивающаяся конкуренция вынуждают компании искать новые инновационные инструменты, которые позволяют им оставаться конкурентоспособными и увеличивать долю на рынке. Одним из таких инструментов, горячо обсуждаемый как теоретиками, так и практиками является геймификация.

Первопроходцем в геймификации считается Н. Пеллинг, который ввёл данное понятие в академическую среду. Однако до 2010 года ни исследователи, ни предприниматели практически не обращали внимания на геймификацию. И лишь в 2010 году после сбора достаточного количества примеров успешного внедрения геймификации в бизнес-процессы компаний, геймификация приобрела интерес сообщества. А уже в следующем году геймификация наряду с другими перспективными инструментами была признана технологией, находящейся на пике спроса [3, с. 173].

Наиболее цитируемое определение геймификации было предложено Детердингом в работе «От элементов игрового дизайна к игровости: определение геймификации». Под геймификацией автор понимает использование элементов игрового дизайна в неигровом контексте [1, с. 9].

С точки зрения уровня сложности, обычно выделяют геймификацию двух видов:

- 1) Лёгкая геймификация – использование выборочных инструментов геймификации, применяемых для оценки активности участников геймификации, а также в качестве игровой валюты или наград. Это могут быть, например, очки или баллы.
- 2) Тяжелая геймификация – преобразование существующих процессов компании в игру. Такая игра имеет свой собственный сценарий, который описывает роли, обязательства участников и игровое пространство [2, с. 53].

Тем не менее, резкий рост интереса к геймификации привёл и негативным последствиям. Повсеместное внедрение геймификации, её недостаточная теоретическая проработка и отсутствие проверенных и апробированных алгоритмов имплементации технологии привели к тому, что на момент 2011 года около 80% всех реализованных проектов не достигли поставленных целей [3, с. 173].

В настоящий момент в теоретических работах описывается множество успешных кейсов по внедрению геймификации в деятельность организаций, в которых использование игровых инструментов действительно помогло решить ряд проблем или принести

дополнительную прибыль. Однако из-за акцентирования внимания только на результативных примерах может сложиться впечатление, что геймификация — это панацея от всех недугов современных организаций. Тем не менее, статистика говорит об обратном. Многие предприниматели забывают, что результативность геймификации будет соответствовать заявленным ожиданиям только в том случае, если будет продуманно и тщательно разработано решение, соответствующее конкретным запросам бизнеса. Поэтому для создания эффективной геймификации необходимо следовать апробированным алгоритмам, которые предоставляют чёткий порядок действий, описывающий методику сбора необходимых данных и разработку эффективных решений на их основе.

Однако существующие методики и алгоритмы внедрения геймификации либо основаны на крайне малом количестве результативных примеров, либо слишком общие, т. е. предоставляют только некоторые направляющие рекомендации по внедрению инструмента. Таким образом, сейчас практически отсутствуют алгоритмы, которые бы содержали в себе как анализ бизнес-процессов организации, так и рекомендации, основанные на проведенном исследовании.

Также уже не первый год большинство организаций считает необходимым для себя быть представленными в digital-среде. В силу развития digital-маркетинга и появления широкого перечня доступных веб-технологий и сервисов геймификация заняла прочное положение в digital-коммуникациях большинства брендов.

Таким образом, для решения описанной выше проблемы нами был разработан комплексный алгоритм внедрения геймификации в Digital-коммуникации бренда, представленный на рис. 1.

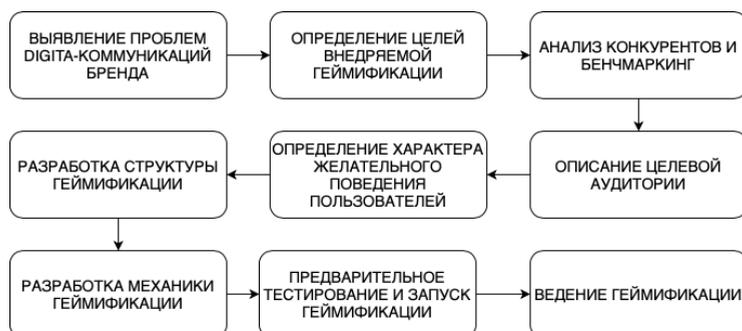


Рисунок 1. Алгоритм внедрения геймификации в Digital-коммуникации бренда

Разработанный алгоритм состоит из 9 этапов, которые описывают создание качественной формы геймификации, т.е. он не включает техническую сторону процесса. Рассмотрим подробнее каждый из этапов алгоритма. Перед началом работы над внедрением геймификации в Digital-коммуникации бренда учтите следующие моменты:

1. Геймификация применяется не для выполнения общей миссии организации, связанной с понятиями прибыльности, акционерной стоимости и т.д., а для реализации маркетинговых целей организации.

2. Геймификация используется для улучшения, устранения недостатков уже существующих или готовящихся к запуску инструментов Digital-коммуникаций.

Этап 1. Выявление проблем Digital-коммуникаций бренда.

На данном этапе вам необходимо изучить стратегию Digital-коммуникаций вашего бренда или систему коммуникаций внутри компании и найти её элемент, который не достигает заданных KPI. Для этих целей вы можете использовать глубинные интервью, массовые опросы, экспертные интервью или SWOT-анализ, основанный на имеющейся у вас статистике.

Этап 2. Определение целей внедряемой геймификации.

Чтобы внедрение геймификации привело именно к тем результатам, которые пойдут на пользу организации, при формировании цели необходимо пройти четыре шага, представленные на рис. 2.

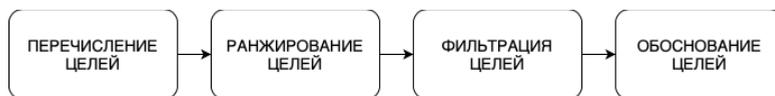


Рисунок 2. Алгоритм внедрения геймификации в Digital-коммуникации бренда

Этап 3. Анализ конкурентов и бенчмаркинг.

В рамках данного этапа необходимо найти основных конкурентов вашей компании и определить, используют ли они инструменты геймификации в своих Digital-коммуникациях. Если конкуренты используют геймификацию, нужно тщательно изучить их опыт и применить положительные черты их геймификационных систем в своей работе.

Этап 4. Описание целевой аудитории.

Начинается четвертый этап со стандартного определения вашей целевой аудитории. Так как инструменты геймификации встраиваются в уже существующие проекты, вы должны иметь представление о том, кто будет являться конечной ЦА внедряемой геймификации. Далее, если ваша аудитория из внутренней среды компании, вы проводите среди неё тест Ричарда Бартла, который позволяет определить, к каким психотипам относятся ваши сотрудники. Если же они из внешней среды, в дальнейшей разработке геймификации вам предстоит использовать все четыре психотипа: достигатели, исследователи, социальщики и убийцы.

Этап 5. Определение характера желательного поведения пользователей.

Теперь, когда были поставлены цели внедрения геймификации и описана целевая аудитория, определите какое целевое поведение вы ожидаете от участников геймификации. На данном этапе вы должны понять, какие действия участники геймификации должны совершить, чтобы были достигнуты поставленные вами цели на втором этапе.

Этап 6. Разработка структуры геймификации.

Система геймификации может иметь структуру двух видов, подходящих для внедрения в Digital-коммуникации бренда:

- Линейная (набор строго последовательных этапов);
- Циклическая (набор часто повторяющихся этапов, имеющих различную сложность).

Этап 7. Разработка механики геймификации.

В зависимости от определённых ранее психотипов целевой аудитории различаются и инструменты геймификации, которые будут использоваться в игре. Однако не существует чистых психотипов игроков. Поэтому, акцентируйте внимание на психотипах ваших игроков, но и добавляйте некоторые инструменты, подходящие для других типов. Это поможет разнообразить игровую систему и сделает её более гибкой (табл.).

Таблица

Зависимость выбора инструментов геймификации от психотипа игрока

Тип игроков	Достигатели	Исследователи	Социальщики	Убийцы
Игровые инструменты	Очки	+		+
	Уровни	+		+
	Миссии	+	+	+
	Значки	+	+	+
	Таблицы лидеров	+		+

Зависимость выбора инструментов геймификации от психотипа игрока

Тип игроков		Достигатели	Исследователи	Социальщики	Убийцы
	Разблокировка контента	+	+		
	Лента событий		+	+	+
	Уведомления			+	+
	Викторины	+		+	+
	Визуальный прогресс	+			+

Не стоит забывать о том, что каждая игра должна обладать своим сюжетом. Иначе даже удачно подобранные механики, не связанные никаким игровым сюжетом, не привлекут внимание пользователей, и проект геймификации скорее всего окажется провальным.

Таким образом, конечная структура вашей игры должна представлять полноценную историю, в которой все задания, награды и другие составные части будут органично вплетены в игровую сюжет.

Этап 8. Предварительное тестирование и запуск геймификации.

Перед запуском разработанной геймификации необходимо проверить саму созданную систему, а также определить соответствует ли она целям внедрения, определённым вами в начале процесса. После чего можно приступать к тестированию системы, устранению неполадок и запуску геймификации.

Этап 9. Ведение геймификации.

На заключительном этапе необходимо отслеживать статистику, получать обратную связь, и, если вскрываются какие-либо недостатки или ошибки системы, оперативно их решать. А уже по завершению периода действия геймификации сравните заданные вами изначальные цели и реальные итоги геймификации

Таким образом, нами был разработан алгоритм внедрения геймификации в Digital-коммуникации бренда, который включает в себя шаги как по сбору необходимой аналитики, так и построения системы геймификации на основе собранных данных. Данный алгоритм должен помочь предпринимателям избежать распространённых ошибок, возникающих при разработке геймификации, и достигнуть необходимых результатов.

Литература

1. Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification // Conference: Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments. — 2011. — p. 9.
2. Дынкина Е.Д. Геймификация, как инструмент повышения эффективности обучения персонала // Бизнес-образование в экономике знаний. — No 2, 2017. — С. 52 – 57.
3. Маркеева А.В. Геймификация в бизнесе: проблемы использования и перспективы развития // Лидерство и менеджмент. — Т. 2. — No 3, 2015. — С. 169 – 190.

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.Р. Комарова, А.А. Ярукова

Научный руководитель – к.э.н, доцент Л.Г. Мишура

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

sashka-kom1@yandex.ru

anna.yarukova@mail.ru

Аннотация

В данной работе изучен вопрос повышения инновационной активности предприятий. Были рассмотрены различные способы улучшения показателей инновационной деятельности, рассмотрены преимущества системы и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова

Инновационная активность, инновационная деятельность, человеческий ресурс, инновации, инновационное развитие.

Инновационное развитие организации подразумевает применение конкурентных преимуществ. Вероятные возможности тут находятся в зависимости от фактических данных инновационной активности фирмы. Применение мощных, а также усиление слабых элементов считается базой для развития научно-технологического прорыва. Повышение показателей производительности инновационной деятельности находится в сильной зависимости от кропотливой работы по поиску и претворению в жизнь возможностей по увеличению инновационной активности фирмы [1].

Конкретизация и детализация целей – это ключ к положительным результатам в инновационной деятельности.

Повышение показателей инновационной активности фирмы в данный момент невозможно без применения «человеческих ресурсов», их умений и результатов, которые они будут реализовывать в дальнейших инновациях. Также необходимо иметь в виду, что со временем сотрудники могут терять навыки, поэтому важно периодически проводить мероприятия по повышению квалификации, чтобы персонал, который «творит» инновации поддерживал уровень знаний и умений.

Можно стимулировать персонал, обозначив желаемый результат и определенное вознаграждение в зависимости от выходных показателей инновационной деятельности. Это дает возможность:

- внести элемент конкуренции между различными проектами;
- обеспечить в организации благоприятный климат;
- обеспечить активную работу по освоению инноваций.

Существует принцип инновационной номенклатуры. Под «номенклатурой» подразумевается возможность предоставления дополнительных благ сотруднику, исходя из эффективности его трудовой деятельности. Полезно использовать несколько систем вознаграждений.

Первый тип выражается через ежемесячную оплату труда исходя из определенных нормативных документов и бухгалтерской отчетности. Второй тип системы базируется на конечном эффекте от деятельности работника. Отталкиваясь от величины эффекта работника, его определяют к одной из категорий номенклатуры.

Существует так называемая «лестница инновационной номенклатуры». Работник получает новую «ступень», когда эффект его деятельности достигает определенной величины. Исходя из приобретенной категории инновационной номенклатуры, человек имеет право использовать материальные и моральные блага, которые дает компания. Важный момент: чем выше категория номенклатуры, тем больше благ дает организация.

В случае, когда эффективность сотрудника невозможно измерить количественно, степень значимости определяет экспертная комиссия через анонимную оценку.

Исходя из итогового накопленного эффекта от трудов работника, определяется категория инновационной номенклатуры. Это позволяет работнику использовать различные блага, которые предоставляет фирма.

Положительные результаты инновационной деятельности можно также получить с помощью регулярного взаимодействия с внешней средой. Но в данном случае также могут возникнуть и проблемы [2].

Во-первых, сохранение научного потенциала фирмы, потому что в силу использования уже готовых результатов инновационной деятельности нет нужды ее проведения в своей организации.

Во-вторых, из-за увеличения конкуренции и снижения жизненного цикла товаров, уменьшаются шансы организовать высокоприбыльное производство на базе лицензионных соглашений. В таком случае разумно взаимодействовать с внешней средой только для произведения инновации следующего поколения.

Таким образом, для положительных результатов инновационной деятельности необходим поиск возможностей для увеличения инновационной активности. Важнейшими факторами в данном случае являются конкретизация целей и грамотное использование «человеческого капитала». Необходимо организовывать мероприятия по повышению квалификации, чтобы сотрудники держали на необходимом уровне свои навыки и умения. Персонал нужно мотивировать и стимулировать для получения желаемых результатов, в этом поможет система «лестницы инновационной номенклатуры». Так же хороших результатов в инновационной деятельности можно добиться путем грамотного взаимодействия с внешней средой.

Литература

1. Пивень А.В. Пути повышения инновационной активности промышленных предприятий // Российское предпринимательство. – Том 8. – № 8, 2015. – С. 56-59.
2. Саак А.Э., Пахомов Е.В., Тюшняков В.Н. С12 Информационные технологии управления: Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2017. — 320 с.

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «ТАИФ-НК»)

Г.Н. Ларионова, Р. Круглова

Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «КНИТУ»,
Нижнекамск, Россия

galalar@yandex.ru,
rozakruglova7228@mail.ru

Аннотация

В данной статье представлен методический подход к оценке инновационного потенциала нефтеперерабатывающего предприятия. Показатели инновационного потенциала разделены на две группы, характеризующие ресурсную и результативную составляющую потенциала, и таким образом, определяющие текущий и перспективный уровень инновационной деятельности компании. Представленный методический подход является простым и достаточно универсальным, и может быть принят за основу исследования инновационного потенциала не только предприятий нефтеперерабатывающей отрасли, но и других отраслей.

Ключевые слова

Инновационный потенциал, ресурсная составляющая, результативная составляющая, нефтеперерабатывающая компания.

Важнейшей характеристикой инновационной деятельности нефтеперерабатывающей компании является инновационный потенциал. С одной стороны, инновационный потенциал нефтеперерабатывающей компании характеризует совокупность ресурсов, которые обеспечивают инновационную деятельность и ведут к новым результатам, например, созданию новых продуктов или технологий. А с другой стороны, инновационный потенциал – это не только производственные, технические, финансовые и трудовые ресурсы, это еще и возможность перспективного роста и будущего развития нефтеперерабатывающей компании.

Оценка инновационного потенциала нефтеперерабатывающей компании является достаточно сложной задачей [1, 2, 4-7]. Основной проблемой в данном контексте является выбор показателей, характеризующих инновационный потенциал. На наш взгляд, инновационный потенциал нефтеперерабатывающего предприятия необходимо оценивать, учитывая две составляющие, которые были обозначены выше, – ресурсную (текущую) и результативную (перспективную).

Ресурсную составляющую будут характеризовать такие показатели предприятия, как: доля сотрудников высшей квалификации (с учеными степенями); доля сотрудников, участвующих в НИОКР; доля собственных средств, инвестированных в НИОКР; число НИОКР; число зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности; фондовооруженность и фондоотдача оборудования.

Результативную составляющую будут характеризовать такие показатели предприятия, как: доля выручки от реализации инновационной продукции в общей выручке предприятия; доля экспорта инновационной продукции в общем объеме экспорта; коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

Апробируем представленную методику на материалах одного из ведущих и стабильно развивающихся предприятий нефтеперерабатывающей отрасли Республики Татарстан и Российской Федерации – АО «ТАИФ-НК». Предприятие производит высококачественные

моторные топлива, соответствующие экологическому стандарту Евро-5 и иные нефтепродукты, востребованные рынком, а также является надежным поставщиком высококачественного сырья для крупных нефтехимических компаний. Имея благоприятное географическое расположение и развитую транспортную инфраструктуру, АО «ТАИФ-НК» осуществляет эффективную реализацию произведенной продукции на различных рынках сбыта России, ближнего и дальнего зарубежья [3]. Площадь производственного комплекса – более 300 гектаров.

Представим полученные результаты в табл. 1 и 2.

Таблица 1

Показатели инновационного потенциала АО «ТАИФ-НК» по ресурсной составляющей

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Доля сотрудников высшей квалификации	0,05	0,06	0,06	+0,01	–
Доля сотрудников, участвующих в НИОКР	0,12	0,14	0,14	+0,02	–
Доля собственных средств, инвестированных в НИОКР	0,34	0,37	0,39	+0,03	+0,02
Число зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности	12	15	23	+3	+8
Фондовооруженность, тыс. руб. / чел.	211	224	254	+13	+30
Фондоотдача	0,89	0,92	0,94	+0,03	+0,02

Как показывает табл. 1, показатели инновационного потенциала АО «ТАИФ-НК» по ресурсной составляющей имеют положительную динамику. Так, все показатели инновационного потенциала за 2017 год по сравнению с 2016 годом – увеличиваются. В 2018 году по сравнению с 2017 годом доля собственных средств, инвестированных в НИОКР; число зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности; фондовооруженность и фондоотдача растут. Доля сотрудников высшей квалификации и участвующих в НИОКР остаются без изменений. Таким образом, отдача ресурсной составляющей инновационного потенциала предприятия является эффективной, поскольку при той же доле сотрудников высшей квалификации и с учеными степенями, число зарегистрированных объектов интеллектуальной собственности растёт.

Таблица 2

Показатели инновационного потенциала АО «ТАИФ-НК» по результативной составляющей

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Доля выручки от реализации инновационной продукции в общей выручке предприятия	0,12	0,12	0,13	–	+0,01
Доля экспорта инновационной продукции в общем объеме экспорта	0,05	0,06	0,06	+0,01	–
Коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности	1	1,2	1,2	+0,2	–

Как показывает табл. 2, показатели инновационного потенциала АО «ТАИФ-НК» по резульативной составляющей имеют также положительную динамику. В 2017 году по сравнению с 2016 годом доля экспорта инновационной продукции в общем объеме экспорта и коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности растут, а в 2018 году по сравнению с 2017 годом – остаются без изменений. Доля выручки от реализации инновационной продукции в общей выручке предприятия в 2016 году и в 2017 году имеет значение 0,12, в 2018 году по сравнению с 2017 годом – незначительно увеличивается. Таким образом, по результирующей составляющей инновационного потенциала можно отметить не достаточно высокую отдачу, поскольку к 2018 году и коэффициент коммерциализации объектов интеллектуальной собственности и доля экспорта инновационной продукции в общем объеме экспорта никак не меняются, а доля выручки от реализации инновационной продукции в общей выручке предприятия имеет очень незначительный рост.

В целом можно отметить, что АО «ТАИФ-НК» обладает достаточно высоким текущим (ресурсным) инновационным потенциалом и имеет возможность его наращивания, поскольку показатели перспективного (результативного) инновационного потенциала положительны и имеют положительную динамику.

Таким образом, представленный методический подход является простым и достаточно универсальным, и может быть принят за методологическую основу исследования инновационного потенциала не только предприятий нефтеперерабатывающей отрасли, но и других отраслей.

Литература

1. Кудряков В.Г., Созыкина О.В. Оценка уровня функционирования и прогнозирования хозяйственной деятельности предприятия // Экономика и предпринимательство. — № 11, 2013. – С. 311-315.
2. Мансурова Н.А., Шутяева Н.О. Методические основы оценки производственного потенциала промышленного предприятия // Экономические исследования. – № 4, 2015. – С. 5-7.
3. Официальный сайт АО «ТАИФ-НК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <https://www.taifnk.ru/> – (Дата обращения: 28.04.2020).
4. Парушина Н.В. Основные направления анализа и прогнозирования анализа финансового состояния по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности организаций // Международный бухгалтерский учет. – № 2, 2015. – С. 55-63.
5. Свободин В.А. Определение величины и эффективности производственного потенциала предприятия // Экономика сельского хозяйства. – № 9, 2012. – С. 73-78.
6. Требова С.И. Инновационный потенциал предприятия: структура и оценка // Научные труды: институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. – Т. 15, 2017. – С. 336-354.
7. Фомин П.А., Старовойтов М.К. Особенности оценки производственного и финансового потенциала промышленного предприятия // Среднее профессиональное образование. – № 11, 2016. – С. 24-37.

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ БЕСПИЛОТНОГО ТРАНСПОРТА В РОССИИ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЗАТРАТЫ В ОБОЗРИМОМ БУДУЩЕМ

Д.С. Мальцев

Научный руководитель – д.э.н., профессор Е.В. Будрина

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

dimamalcev.1997@hotmail.com

Аннотация

В данной работе рассматриваются проблемы внедрения беспилотного транспорта в России, шаги предпринимаемые правительством на пути решения этих проблем, производится анализ влияния внедрения на логистические затраты, описываются преимущества беспилотного наземного грузового транспорта перед обычным, а также делается вывод о перспективности и актуальности данного направления для Российской Федерации.

Ключевые слова

Цифровая экономика, умный транспорт, интеллектуальная транспортная система, беспилотный транспорт, беспилотные грузовики, преимущества беспилотного грузового транспорта.

В настоящее время задавать вопрос о возможности появления беспилотного транспорта уже не приходится. Ведущие страны мира понимают важность и перспективность данного направления в вопросах безопасности и сокращении издержек в перевозке товаров, ведь это наиболее важные факторы, влияющие на эффективность логистической деятельности. Государства проводят разные конкурсы для стимулирования развития данного сектора, и такие мировые гиганты как Tesla, Google, Uber также ведут разработки и тестирования беспилотного наземного и не наземного транспорта в нуждах логистики.

Говоря о внедрении беспилотного транспорта, стоит упомянуть об отставании России в вопросе монетизации автономного транспорта в связи с неблагоприятными факторами для внедрения данной технологии.

Выделяют следующие критические факторы влияющие на отставание внедрения беспилотного транспорта в России:

- климатический фактор;
- недостаточность развития дорожной инфраструктуры;
- правовые ограничения.

Для того чтобы изменить данную ситуацию государство в 2018 году в лице Российской венчурной компании (РВК) и инновационного центра «Сколково» инициировало проведение технологического конкурса «Зимний город» с фондом 175 млн руб. Задачей которого было создание автономного беспилотного автомобиля, адаптированного к дорожным и климатическим условиям России. В результате данного конкурса технологический барьер не был преодолен, но результаты показали, что российские технологии имеют перспективы для конкуренции на рынке беспилотников [1].

Также для решения вопросов правовых ограничений в «Сколково» в июле прошлого года был проведён круглый стол «Регуляторные барьеры, препятствующие развитию и внедрению технологий беспилотного/автономного транспорта в РФ». В нём приняли участие, как и органы государственной власти в лице Минпромторга и Минтранса, так и представители бизнеса в лице Яндекс, ВИСТ Групп, КАМАЗ и других.

Одной из повесток круглого стола было отсутствие в законодательстве понятия беспилотного транспортного средства. В соответствии с Венской конвенцией о дорожном движении, а в частности согласно статье 8 содержащей информацию об управлении беспилотным транспортным средством, водитель обязан находиться за рулём и вести контроль за правильностью работы всех систем автопилота с возможностью отключения данной системы.

В частности, решением вопросов правовой неопределенности занимаются в рамках направления «Автонет» входящем в профильную дорожную карту НТИ. Одним из принятых решений было подписание постановления правительства об осуществлении эксперимента включающего в себя опытную эксплуатацию высокоавтоматизированных транспортных средств на автомобильных дорогах общего пользования в Москве и Республике Татарстан с 1 декабря 2018 года по 1 марта 2022 года [2].

Затрагивая будущее, внедрение беспилотного автотранспорта в России в первую очередь коснётся области решения логистических задач на закрытых территориях. В данный момент эта технология уже применяется в добывающей отрасли. Следующим этапом развития станут платунинг и грузоперевозки на дорогах общего пользования [3].

Также стоит упомянуть преимущества беспилотного грузового транспорта перед обычным и оценить экономические эффекты от внедрения беспилотных грузовиков в будущем и понять почему такое направление имеет большие перспективы.

Преимуществами беспилотного грузового транспорта являются:

- экономичное потребление топлива за счет контролирования потока автомобилей с помощью единого центра;
- увеличение эффективности расхода топлива за счёт интеллектуального управления движением;
- снижение стоимости транспортировки людей и грузов за счёт сокращения фонда оплаты труда в случае снятия правовых ограничений о наличии человека за рулём;
- перевозка грузов в опасных для людей зонах.

Рассматривая только эти преимущества уже можно утверждать о будущей экономической эффективности в долгосрочной перспективе использования беспилотного грузового транспорта.

Также в подтверждение экономической эффективности на основе информации из концепции безопасности на дорогах с беспилотниками утверждённой правительством можно выделить такие эффекты как:

- сокращения расхода на топлива в размере 19-22%;
- увеличение скорости доставки грузов на 26-30%;
- уменьшение текущий затрат автотранспортных организаций после внедрения будет составлять 25-33% от первоначального значения;
- снижение аварийности и предотвращение ущерба от ДТП позволит России сэкономить сотни миллиардов рублей [4].

Проведя анализ проблем внедрения беспилотного транспорта в России и его влияния на логистические затраты в обозримом будущем, можно смело утверждать, о значимости развития данного направления для Российской Федерации и сделать вывод о необходимости дальнейшего стимулирования данного сектора для отстаивания и улучшения своей позиции в мировой экономике.

Литература

1. Роботы выходят на трассу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4089655> – (Дата обращения: 28.04.2020).
2. В Сколково обсудили законодательные барьеры на пути беспилотных машин [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- <https://old.sk.ru/news/b/articles/archive/2019/07/23/v-skolkovo-obsudili-zakonodatelnye-barery-na-puti-bespilotnyh-mashin.aspx> – (Дата обращения: 28.04.2020).
3. Роботы выходят на трассу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://old.sk.ru/news/b/press/archive/2019/09/13/roboty-vyhodyat-na-trassu.aspx> – (Дата обращения: 29.04.2020).
 4. Беспилотные автомобили в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%91%D0%B5%D1%81%D0%BF%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D0%B8_%D0%B2_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8 – (Дата обращения: 30.04.2020).

ИННОВАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЭКОНОМИК В РАМКАХ ИНТЕГРАЦИОННОГО ФОРМАТА СТРАН-ЧЛЕНОВ ЕАЭС [1]

А.Ш. Маргарян¹, И.Г. Сергеева², А.А. Петросян¹

1 – Армянский государственный экономический университет, АГЭ, Ереван, Армения

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

atom.margaryan@gmail.com
igsergeeva@gmail.com
arsen.petrosyan.asue@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается проблема инновационного сотрудничества стран-членов Евразийского экономического союза (ЕАЭС). Целью исследования является анализ текущей ситуации и перспектив инновационного развития Армении, России, Беларуси, Кыргызстана и Казахстана как предпосылки для усиления интеграционных процессов между ними. Поэтому были проанализированы основные тенденции развития инновационной экономики в этих странах. Был сделан вывод о том, что ключом к успеху этих стран является скоординированная политика в области инновационной деятельности, основанная на четких целях, соответствующих институциональной инфраструктуре.

Ключевые слова

Глобализация, инновационная система, развитие, исследование, стратегия развития.

В условиях глобализации интеграционные процессы между странами со стратегическими интересами становятся все более предметом дискуссий теоретических и практических исследований. В этом контексте особый интерес представляет экономическая интеграция России, Беларуси, Армении, Кыргызстана и Казахстана в рамках ЕАЭС. Эти страны имеют исторические и культурные особенности развития и определенные ресурсы, которые позволят им активизировать интеграционные процессы.

В связи с этим особое внимание следует уделять формированию и дальнейшему развитию объединенного научно-технологического кластера указанных стран в рамках интеграционного союза, что даст возможность продвигать приоритетные направления инновационной политики. Л. Пугана справедливо отмечает, что «создание инноваций требует особых факторов, таких как наука, производство, потребитель, стимулы для инноваций, финансовые ресурсы и благоприятные социальные условия. Эти факторы зависят от направленности научного или технического прогресса организации или общества» [1]. Страна в союзе может иметь высокую конкурентоспособность не только благодаря активным субсидиям на инновационную политику, но также и путем совместной подготовки высококвалифицированного персонала для высокотехнологичных национальных компаний. Такой подход позволит удовлетворить платежеспособный спрос как отечественных, так и иностранных потребителей, обеспечить достаточный уровень заработной платы и снизить уровень безработицы. Формирование единых научно-технологических структур основано на интеграции классических производственных факторов, а также рынков знаний, информации и технологий, что делает этот процесс достаточно сложным с точки зрения организационно-правовых ресурсов.

Чтобы проанализировать перспективы интеграции инновационной политики Армении, России, Беларуси, Кыргызстана и Казахстана, мы рассмотрим международный экспертный

анализ. Среди них анализ Глобального инновационного индекса заслуживает особого внимания (табл.)

Таблица

Глобальный инновационный индекс за 2019 год [2]

	Швейцария	Россия	РА	Беларусь	Казахстан	Кыргызстан
Глобальный инновационный индекс						
Значение индекса	67,2	37,6	34,0	32,1	31,0	28,4
Место в мире	1	46	64	72	79	90
1. Институты						
Значение индекса	89,1	60,9	63,2	57,7	68,3	54,6
Место в мире	12	74	64	83	49	92
2. Человеческий капитал и исследования						
Значение индекса	61,9	48,3	16,9	41,6	29,8	31,7
Место в мире	7	23	107	39	67	60
3. Инфраструктура						
Значение индекса	68,2	47,1	40,2	48,2	46,1	38,8
Место в мире	3	62	85	60	67	89
4. Устойчивость рынка						
Значение индекса	68,4	49,4	50,1	50,0	46,3	55,6
Место в мире	7	61	55	56	69	36
5. Устойчивость бизнеса						
Значение индекса	67,5	40,0	26,3	32,6	28,1	26,7
Место в мире	2	35	89	56	78	84
6. Результаты использования знаний и технологий						
Значение индекса	70,3	27,1	25,0	25,5	18,2	17,3
Место в мире	1	47	54	51	81	85
7. Творческие результаты						
Значение индекса	56,6	25,1	32,3	10,8	18,4	13,3
Место в мире	1	72	48	126	102	122
Коэффициент эффективности**	0,9	0,5	0,7	0,4	0,6	0,4
(1) Субиндекс ресурсов инноваций	71,0	49,1	39,3	46,0	30,1	41,5
(2) Субиндекс результатов инноваций	63,5	26,1	28,7	18,2	18,3	15,3

Согласно отчету Global Innovation Index-2019 Россия заняла 46-е место из 141 стран мира, за ней следует Республика Армения с 64-м, Беларусь с 72-м, Казахстан с 79-м и Кыргызстан с 90-м. Швейцария является ведущей страной мира с точки зрения инноваций. Методология построения индекса, разработанная французским исследовательским институтом INSEAD, основана на более чем 80 различных переменных, которые подробно описывают степень инновационного развития стран на разных уровнях экономического развития. Авторы исследования считают, что успех экономики зависит как от инновационного

потенциала, так и от условий его реализации. Вот почему глобальный инновационный индекс рассчитывается как взвешенная сумма оценок двух показателей:

1. Существующие ресурсы и условия осуществления инноваций (институты, человеческий капитал и исследования, инфраструктура, развитие внутреннего рынка, стабильность бизнеса).

2. Практические результаты, полученные при внедрении инноваций (результаты использования знаний и творческие результаты).

Таким образом, Глобальный инновационный индекс полностью отражает соотношение затрат и выгод, что позволяет нам объективно оценивать эффективность инновационного развития в той или иной стране. Согласно рейтингу, как Республика Армения, так и Российская Федерация, Беларусь и Кыргызстан имеют низкий уровень развития институтов (64-е, 74-е, 83-е и 92-е места соответственно), а Казахстан находится на более высоком уровне - 49-е место. Низкие результаты также были зафиксированы с точки зрения эффективности инфраструктуры и творческих показателей. По уровню развития инфраструктуры Армения занимает 85-е место, Россия - 62-е, Беларусь - 60-е, Казахстан - 67-е, а Кыргызстан - 89-е. По творческим результатам Армения занимает 48-е место, Россия - 72-е, Беларусь - 126-е, Казахстан - 102-е, а Кыргызстан - 122-е. Как видим, позиции Армении более стабильны, чем позиции других государств-членов. В частности, Беларусь, Казахстан и Кыргызстан должны предпринять серьезные шаги здесь, так как такие ставки снизят уровень инноваций. А индекс человеческого капитала и научных исследований, в отличие от Беларуси и России, в которых он составляет соответственно 23 и 39, в Республике Армения (РА) довольно низок. По этому показателю РА занимает 107-е место в мире, что является довольно низким результатом и значительно отстает от аналогичных показателей стран-партнеров.

Наряду с общностью наблюдаемых состояний можно выделить некоторые отличительные черты. Россия и Беларусь отличаются стабильностью бизнеса: Россия занимает 35-е место, а Беларусь - 56-е место, а Республика Армения занимает 89-е место в мире по этому показателю. Например, с точки зрения творческих результатов Беларусь, Казахстан и Кыргызстан находятся в довольно плохом положении, занимая соответственно 126-е, 102-е и 122-е места в мире, а Армения и Россия - 48-е и 72-е места - соответственно. Как мы видим, Армения здесь также находится в лучшем положении по сравнению с аналогичным показателем стран-членов.

Что касается результатов применения знаний и технологий, то Армения, Россия и Беларусь находятся в относительно стабильном положении. По сравнению этих стран, показатель более низкий в Казахстане и Кыргызстане, соответственно 81 и 85. Индекс не так высок во всех странах, но он находится в среднем положении, поэтому мы должны констатировать, что перечисленные страны также должны работать над тем, чтобы повысить уровень инновационной активности. Вышеупомянутые страны также имеют общие показатели с точки зрения стабильности рынка. В частности, в Республике Армения - 55-я, в России - 61-я, а в Беларуси - 56-я позиция. Коэффициент эффективности инноваций, в отличие от России и Беларуси, выше в Армении - он составляет 0,7 балла. С точки зрения эффективности, следующее место занимает Казахстан, где индекс составляет 0,6 балла, потом Российская Федерация, где индекс составляет 0,5 балла, а в Беларуси и в Кыргызстане - 0,4 балла. Для сравнения позиции Республики Армения в этом отношении более стабильны в результате мер, предпринятых правительством в последние девять лет для продвижения инновационной политики. Однако в этой области еще предстоит проделать большую работу в направлении повышения уровня коммерциализации научных разработок.

Таким образом, можно сделать вывод, что ключом к успеху ведущих стран является скоординированная политика в области инновационной деятельности, основанная на четких целях, соответствующих институциональной инфраструктуре. Развивающиеся страны, в том числе Россия, Армения, Беларусь, Казахстан и Кыргызстан имеют некоторые проблемы в этом отношении. В частности, развитию инновационной политики препятствуют неэффективные

связи предпринимательства с научной деятельностью и научными учреждениями, очень слабое привлечение иностранных высокотехнологических компаний.

Несмотря на то, что инновационная политика указанных стран, рассматриваемая в рамках союза, достигла определенных успехов в последние годы, существует ряд вопросов, которые все еще не решены и препятствуют разработке совместной инновационной политики. Среди них различия между подходами к урегулированию социально-экономических и политических процессов. В Союзе существует ряд негативных факторов, которые препятствуют глобальной конкурентоспособности стран-членов. Существующие трудности во многом связаны с тем, что рост экономики стран ЕАЭС происходил в основном на устаревшей, оставшейся еще с советских времен, технологической базе и не сопровождался масштабной модернизацией [3, с. 51]. Экономическая модернизация, под которой мы понимаем структурные, технологические и институциональные преобразования в национальной экономике, направленные на повышение ее глобальной конкурентоспособности и устойчивости к внешним шокам предполагает как технологическое обновление действующего производственного потенциала, так и ускоренное развитие высокотехнологических видов деятельности [4, ст. 41-42].

Необходимо констатировать, что проблема формирования эффективных механизмов государственной защиты наднациональных инновационных сетей в рамках ЕАЭС еще недостаточно эффективно решена. Процесс формирования экономических кластеров в нынешнем состоянии Союза происходит стихийно, под влиянием хаотичных рыночных сил. Такой эффект вполне закономерен, а его методологические аспекты недостаточно реализованы. Поскольку теория формирования кластеров и управления ими еще недостаточно развита в экономической литературе и, в частности, в Союзе, то применение опыта зарубежных стран, не столь приспособленного к условиям ЕАЭС, не может дать желаемого результата в особых условиях интеграции. По мнению экспертов Евразийского банка развития, государства-члены ЕАЭС, «желая повысить конкурентоспособность и инновационность отдельных отраслей или регионов, начали активнее поддерживать создание и развитие кластеров, что привело к возникновению кластерных инициатив и кластерных организаций» [5, ст. 8].

Мы считаем, что интеграция стран-членов ЕАЭС в инновационный формат, несмотря на вышеупомянутые проблемы, которые являются определенным препятствием для глобальной конкурентоспособности инновационных систем в этих странах, должна основываться на формировании кластеров, которые обеспечат прорыв в технологическом росте и эффективные инновационные цепочки. Указанные вопросы должны решаться в рамках долгосрочного сотрудничества инновационной политикопятистран, формирующего концептуальную основу для интеграции национальных инновационных систем.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета по науке РА в рамках научного проекта № 19Т-5В015.

Литература

1. Пугина Л.И. Развитие инновационных систем//Современная экономика:проблемы, тенденции, перспективы.- 1, 2008. – С. 91 - 99.
2. The Global Innovation Index 2019. Effective Innovation Policies for Development (Electronic resource). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: - Available <http://www.globalinnovationindex.org> – (Дата обращения: 03.05.2020).
3. А.Шурубович. Инновационное сотрудничество стран ЕАЭС//Проблемы постсоветской интеграции// Россия и новые государства Евразии, 2018, № 1, сс. 50-67. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doi.org/10.20542/2073-4786-2018-1-50-67> – (Дата обращения: 30.04.2020).
4. Вардомский Л., Шурубович А. Факторы и модели модернизации экономики стран СНГ // Мир перемен, 2011, № 3. С. 43–44.

5. Состояние кластерного развития в государствах – участниках ЕАБР// Центр интеграционных исследований, Аналитический доклад, 4 август 2019г, стр. 8. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eabr.org/analytics/special-reports/sostoyanie-klasterного-razvitiya-v-gosudarstvakh-uchastnikakh-eabr/> – (Дата обращения: 03.05.2020).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНДЕКСА ИННОВАЦИОННЫХ СВЯЗЕЙ СТРАН СНГ

А.Ш. Маргарян, А.Т. Терзян

Армянский государственный экономический университет (АГЭУ), Ереван, Армения

atom.margaryan@gmail.com

harutterzyan@yandex.ru

Аннотация

В настоящее время на пространстве СНГ инновационные сдвиги в экономиках стран участниц проходят медленными темпами. Чтобы исправить положение прежде всего необходимо действовать скоординировано. Необходимо понять на какой ступени инновационного развития находятся экономики стран членов-СНГ. Для этого можно воспользоваться международными индексами, которые показывают инновационную развитость страны. Одним из таких индексов является Глобальный Инновационный Индекс. Последний имеет различные субиндексы. В настоящем исследовании рассмотрена субиндекс Инновационных связей. Страны СНГ сравниваются по индексу Инновационных связей с мировым лидером поэтому показателю – с Израилем. Сравнение позволяет понять степень отсталости стран СНГ и каким образом необходимо двигаться дальше.

Ключевые слова

Инновационная экономика, Глобальный Инновационный индекс, Инновационные связи, СНГ.

Содружество Независимых Государств является уникальным пространством сотрудничества постсоветских государств. Сейчас, как никогда, эти давние связи нужны, так как в современном глобализированном мире невозможно действовать в одиночку. Это подтверждает высокая степень экспоненциального распространения коронавируса. Если бы страны смогли действовать сообща, может быть не было бы такого распространения вируса.

В целом, перед всеми странами СНГ стоит очень важная задача модернизации национальных экономик, так как в глобальной суперконкурентной среде невозможно остаться на плаву без кардинального инновационного сдвига в экономике. В этих странах пока ещё нет мощного рывка к инновационной экономике и этому мешают разные факторы, как политические, так и социально-экономические. Для наглядного понимания того, что творится в странах в плане инновационности, можно рассматривать Глобальный индекс инноваций (ГИИ). Он показывает, что по состоянию на 2019 год экономики стран СНГ пока еще далеки от высокого уровня инновационного развития [1]. Одним из показателей, характеризующих степень инновационного взаимодействия, является субиндекс Инновационных связей, который является третьим фактором индекса «Устойчивость бизнеса». Субиндекс Инновационных связей включает пять показателей, которые определяют суть индекса. Согласно ГИИ, показатель инновационных связей варьируется в интервале от 0 до 100 баллов. Чем фактическое значение близко к 100 баллам, тем лучше ситуация в стране по Инновационным связям, и наоборот, чем ближе к нулю, тем хуже (рис. 1).

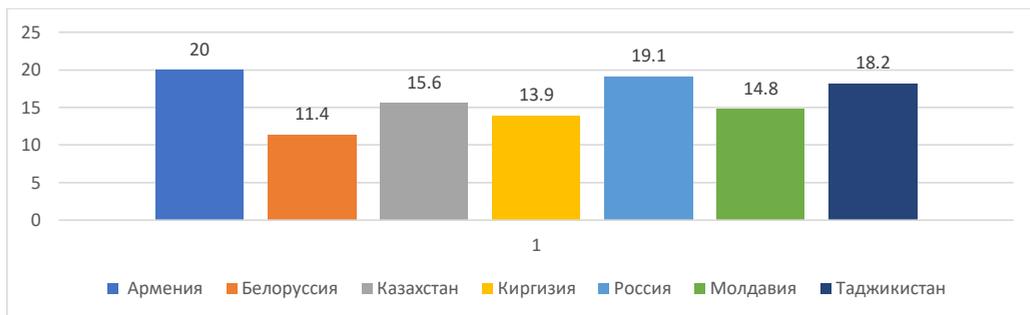


Рисунок 1. Индекс Инновационных связей по странам СНГ в 2019 г. [1]

В 2019 году самое высокое значение индекса Инновационных связей наблюдалось в Армении - 20. Но с этим показателем Армения занимает только восемьдесят восьмое место. Самое низкое значение индекса принадлежит Белоруссии - 11,4. Тем самым Белоруссия занимает 126-ое место в мире. В России этот показатель принял значение 19,1 и занял 93-ое место. Как видим, значение довольно низкое, что естественно мешает формированию предпосылок для инновационного роста всех стран региона. На рис. 2 приведены самые высокие и низкие значения индекса Инновационных связей в мире за 2019 г.

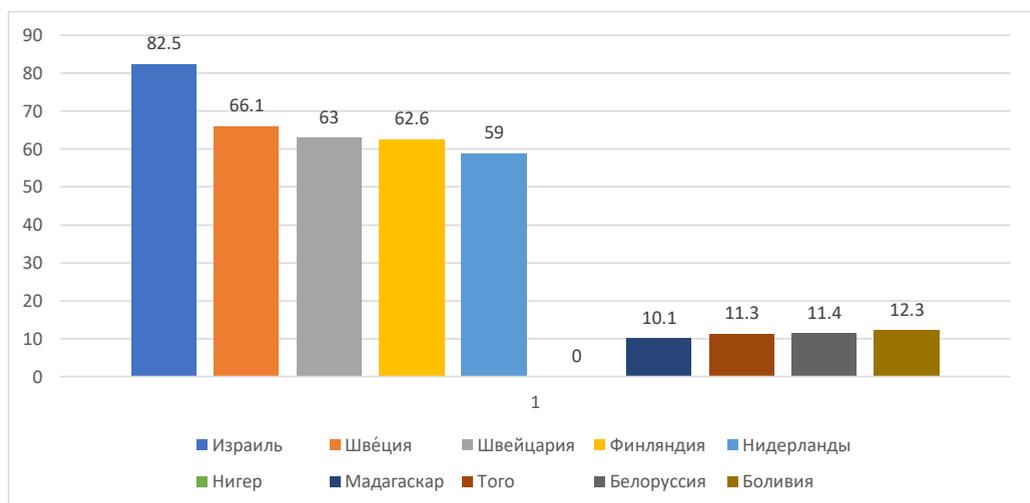


Рисунок 2. Страны с предельными значениями Индекса Инновационных Связей по состоянию на 2019 г. [1]

На рис. 2 видим лидирующие позиции Израиля, который с показателем 82,5 занял первое место по индексу Инновационных связей. На втором месте Швеция с показателем 66,1, и на третьем месте – Швейцария с показателем 63. Самое низкое значение индекса в Нигере со значением показателя 0. Примечательно, что в пятерку стран с самым низким показателем по этому показателю входит Белоруссия. Таким образом, Израиль становится объектом пристального внимания, так как интересен опыт этой страны по соблюдению таких высоких результатов. Важно также то, что разница Израиля и Швеции по показателю Инновационных связей довольно большая. Показатель Израиля 4 раза больше показателя Армении с наивысшем значением индекса Инновационных связей в СНГ.

Чтобы изучать различие между странами СНГ и Израиля по показателю Инновационных связей рассмотрим различия по всем пяти составляющим индекса

Инновационных связей (рис. 3). Первый показатель – степень Научно-исследовательского сотрудничества университетов и промышленности.

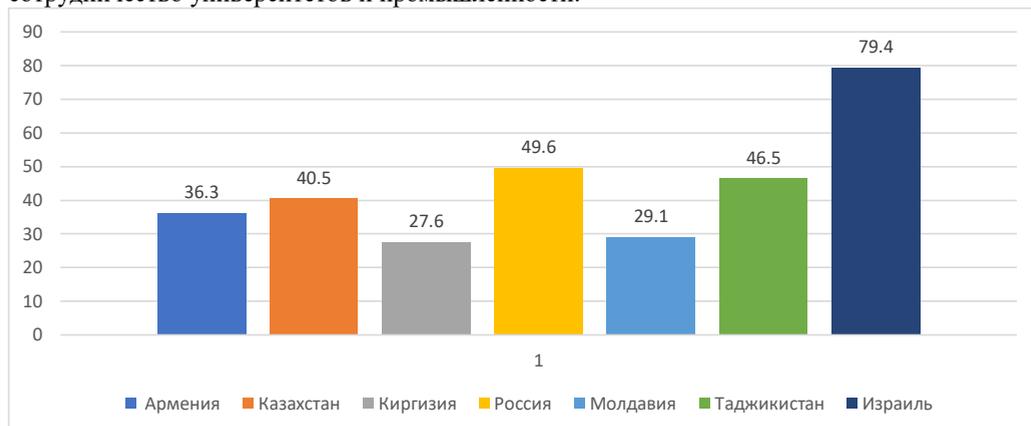


Рисунок 3. Индекс Научно-исследовательского сотрудничества университетов и промышленности [1] по странам СНГ и Израйля в 2019 г.

В странах СНГ наблюдается наибольшая степень Научно-исследовательского сотрудничества университета и промышленности в России: значение индекса - 49,6. Самая низкая степень таких связей у Киргизии. Данный показатель этой страны принял значение 27,6. У Израйля -79,4 - на 1,6 раза больше показателя России.

Следующий показатель – степень развития кластеров в стране (рис. 4).

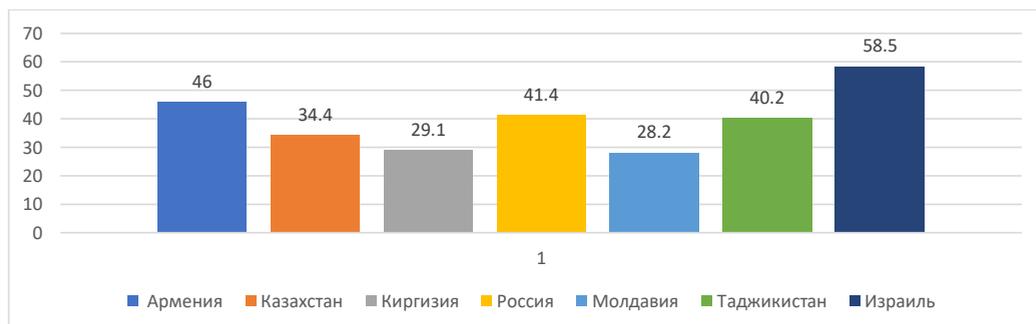


Рисунок 4. Индекс Состояние развития кластера [1] по странам СНГ и Израйля в 2019 г.

Среди членов СНГ первое место по степени развития кластеров занимает Армения, с результатом 46 баллов. Интересно, что значения этого показателя по Израйлю не очень высокое - 58,5 балла, а разница между Арменией и Израйлем по показателю развития кластеров невысокая. Необходимо отметить, что наличие ячеек кластеров в странах СНГ находится в латентном состоянии. «Латентные кластеры» имеют критическую массу компаний в связанных отраслях, достаточную для получения эффекта от кластеризации, однако у них недостаточен уровень взаимодействия и информационных потоков [2, ст. 6]. Это значит, что в кластерных структурах экономик СНГ отсутствует качество эмерджентности.

Следующий показатель, это внешнее финансирование ИР (рис. 5).

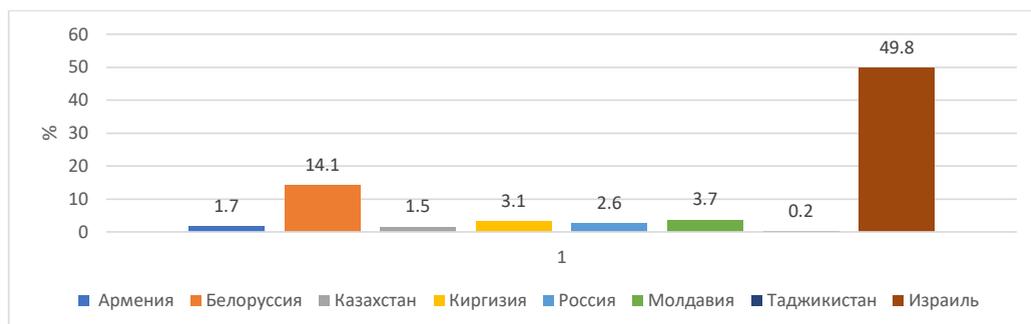


Рисунок 5. Внешнее финансирование ИР, % всего финансирования ИР в стране [1] по странам СНГ и Израиля в 2019 г.

По этому показателю только у Белоруссии высокий результат – 14,1%. Но и такой показатель по сравнению с Израилем низок. В других странах СНГ значения показателя варьируется в пределах 0,2% до 3,7%. Известно, что одной из причин, сдерживающих инновационную восприимчивость реального сектора экономики стран-участниц ЕАЭС, является именно дефицит финансовых ресурсов. Подобная картина наблюдается практически во всех странах ЕАЭС на фоне увеличения объёма государственных субсидий на финансирование НИОКР, внедрения механизмов стимулирования инновационной деятельности и др. [3].

Следующим показателем является количество сделок по созданию совместных предприятий / стратегических альянсов (трлн долл. ВВП по ППС). По этому показателю трудности имеются у всех стран СНГ. В состоянии на 2019 г. по этому показателю Израиль занимает 8-ое место в мире, а показатель имеет значение 0,1. Необходимо отметить, что в условиях создания и функционирования Евразийского экономического союза появились некоторые сдвиги в этом направлении. В частности, решением коллегии Евразийской экономической комиссии были созданы 13 высокотехнологические платформы, которые направлены на совместное решение вопросов инновационного развития [4]. Очевидно, что генераторами создания и развития высокотехнологичных платформ должны быть крупные корпорации и холдинги [5, с. 950].

Последним фактором индекса Инновационных связей является число триадных патентов, заявленных резидентами (млрд долл. ВВП по ППС). По которому имеем такую статистику (рис. 6).



Рисунок 6. Число триадных патентов, заявленных резидентами, млрд долл. ВВП по ППС [1] по странам СНГ и Израиля в 2019 г.

Во-первых, не во всех странах по состоянию на 2019 г. есть данные по этому показателю. Во-вторых, в тех странах, где есть статистика, то значения очень низкие. Например, в Армении 0,2, в России, Казахстане и т. д. -0,1. А вот в Израиле имеем результат 6,9.

Исследование выполнено при финансовой поддержке Комитета по науке РА в рамках научного проекта № 19Т-5В015.

Литература

1. The Global Innovation Index (GII) 2020: Who Will Finance Innovation? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report> – (Дата обращения: 03.05.2020).
2. Состояние кластерного развития в государствах – участниках ЕАБР// Центр интеграционных исследований, Аналитический доклад 4 августа 2019 г., стр. 6. // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eabr.org/analytics/special-reports/sostoyanie-klasterного-razvitiya-v-gosudarstvakh-uchastnikakh-eabr/> – (Дата обращения: 03.05.2020).
3. Рутко Д. Ф. Основные показатели, тенденции и проблемы развития инновационной деятельности в странах ЕАЭС//Экономический вестник университета. Выпуск № 42, Минск, 2019 г. - 70-80 с.
4. Решение Евразийского межправительственного совета от 13 апреля 2016 г. №2 «Об утверждении Положения о формировании и функционировании евразийских технологических платформ». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71276840#1100> – (Дата обращения: 03.05.2020).
5. Edler J., Georghiou L. Public Procurement and Innovation – Resurrecting the Demand Side // Research Policy. V. 36. 2007. – P. 949–950.

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

А.О. Матузов, Ю.А. Кошелева

Научный руководитель – к.э.н., доцент О.Г. Тихомирова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

Аннотация

В данной статье авторами рассматривается трансфер технологий в развитых странах мира, тенденции трансфера технологий в России, а также его наиболее эффективный инструмент - центры трансфера технологий (ЦТТ). Анализируется эффективность трансфера технологий путём изучения практического применения новых технологий, а также процесс лицензирования и заключения патентных договоров. На основе проведенного анализа, определяются главные барьеры трансфера технологий в нашей стране и выдвигаются предложения по их преодолению. В рамках статьи будет проанализирована результативность работы центров трансфера технологий в РФ, в натуральных числах. Стоит, также, заметить, что структура и функционал центров трансфера технологий России, основной задачей которых служит формирование связей между разработчиками-новаторами и заинтересованных в новациях лиц. Итогом исследования будет являться предложение пути совершенствования трансфера технологий в Российской Федерации, а также пояснение роли государства в развитии инновационной деятельности в стране.

Ключевые слова

Трансфер, технологии, инновации.

В настоящее время вопросы инноваций, инновационного развития Российской Федерации становятся всё более и более актуальными, всё активнее обсуждаются научным сообществом, предпринимательским сектором и, конечно же, всеми уровнями власти [1].

Ключевым элементом инновационной системы является трансфер технологий (распространение знаний, технологий, методов производства и управления), которому и посвящено наше исследование. Мы рассмотрим существующие понятия и формы трансфера технологий, как структурной деятельности и как мероприятий частных, направленных на развитие каналов коммуникаций заинтересованных лиц.

Формирование трансфера технологий, так или иначе упирается в четкие формы деятельности. Создание, еще на этапе переговоров между новаторами и потребителями трансфера новаций, лицензионного соглашения, а также, последующее соглашение о техническом сотрудничестве. Благодаря формированию юридических рамок взаимодействия, в процессе трансфера формируется запрос на реализацию совместного предприятия. О чем, так же, заключается соглашение [2]. Предкоммерческим этапом форм деятельности трансфера будет создание производственного звена. А затем, собственно – коммерческая реализация новаций.

В настоящее время наиболее эффективным и, на наш взгляд, перспективным инструментом трансфера технологий являются Центры Трансфера Технологий, или - ЦТТ, которые выступают связующим звеном между научными разработками и их промышленным применением и коммерциализацией. На данный момент на территории РФ насчитывается около 130 центров. 48% ЦТТ функционируют на базе высших учебных заведений, 12% - научные организации, 40% - прочие, в том числе, частные негосударственные организации.

Для оценки результативности трансфера технологий, реализуемого в РФ, были изучены следующие аспекты: источники приобретения технологий российскими компаниями,

динамика числа действующих патентов и числа приобретаемых лицензий. Как показывает анализ данных за 2019 год, число приобретений российских передовых производственных технологий почти в два раза превосходит зарубежные, что является положительной тенденцией развития отечественного рынка инноваций. Ситуация с приобретением лицензий менее радостная – в 2019 году снизилось число заключения договоров на приобретение лицензий и отчуждения прав на интеллектуальную собственность по сравнению с предыдущим годом на 8,6% [3]. Также в ходе анализа было выявлено снижение доли государственных организаций, выступающих как лицензиатами, так и лицензиарами. Основными покупателями патентов часть являются негосударственные организации. В ходе исследования были выявлены несколько барьеров, препятствующих максимально эффективному трансферу технологий в нашей стране: разрыв между разработчиками инноваций и реальным сектором экономики, недостаточно развитый механизм вывода инновационного продукта на рынок (отсутствие инфраструктуры, обеспечивающей поддержку и сопровождение процесса коммерциализации разработки), слабая активность разработчиков в патентовании своих изобретений.

Вывод. В ходе исследования можно сделать главный вывод – большая часть разработок не доходят до процесса коммерциализации из-за слабо развитых структур, способствующих этому процессу. Простого посредничества, консультативных услуг, которые предоставляют ЦТТ в нашей стране на настоящий момент, недостаточно.

В связи с этим можно предложить, во-первых, создать ЦТТ с более обширным спектром услуг: техническое проектирование, техническое проектирование, проектно-изыскательные работы, разработка промышленного образца. Первый шаг будет невозможен без государственной поддержки. В связи с чем необходимо принятие Федеральной целевой программы по поддержке создания ЦТТ с перечисленными выше функциями.

Во-вторых, в качестве контактных с государством мер решения данной проблемы следует разработать мероприятия по привлечению заинтересованных юридических лиц к ЦТТ. В свою очередь, привлеченные к развитию сектора инвестиционные потоки позволят расширять и укреплять саму систему инновационного предпринимательства в стране.

Если говорить о конкретном мере, то стоит обратить внимание на субсидии для юридических лиц, в качестве государственной поддержки по привлечению к трансферу инноваций. Если говорить более конкретно – то стоит занять созданием алгоритма налоговых каникул для компаний и предприятий, поддержавших инновацию или полностью ее приобретающих.

Например, благодаря ярмарке готовых к трансферу технологий, предприятие заметила интересный для себя проект и, в последствии, рассчитывает возможности инвестирования в проект. Государство, в свою очередь, обещает потенциальному инвестору налоговую льготу, например, аналогичную 243 ФЗ, о сохранении на предприятии 22% отчислений в пенсионный фонд, сроком на 1 месяц. Тем самым на предприятии остаются средства, которые можно инвестировать в проект, готовый к трансферу и последующему внедрению в цикл производства компании.

Литература

1. Каточков В.М. Инноватика, как фактор экономического роста // Вопросы инновационной экономики. - № 1 – 2014. – С. 14.
2. Миронова Д.Ю., Евсеева О.А., Алексеева Ю.А. Инновационное предпринимательство и трансфер технологий: Учебное пособие. - Санкт-Петербург: Университет ИТМО, 2015 [переиздан 2018]. – 93 с.
3. Годовой отчет РосПатент от 13.03.2020 // Под общей редакцией: Ивлиева Г.П., канд. юрид. наук [Электронный ресурс] URL: <https://rupto.ru/content/uploadfiles/otchet-2019-ru.pdf> (Дата обращения: 05.04.2020).

ВНЕДРЕНИЕ ИСКУССТВЕННЫХ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

А.Ю. Новикова, Л.В. Минченко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

anna_novikova96@mail.ru

Аннотация

В данной статье представлен обзор перспективных направлений применения технологий машинного обучения и нейронных сетей. Приводится информация о строении и функции нейрона. Рассматриваются реализованные к настоящему времени проекты применения искусственного интеллекта.

Ключевые слова

Искусственный интеллект, нейронные сети, машинное обучение, здравоохранение.

В настоящее время во всем мире активно распространяется искусственный интеллект и связанные с ним технологии. По прогнозам аналитического агентства «Gartner», мировой доход от программного обеспечения для искусственного интеллекта вырастет с \$9,5 млрд в 2018 году до \$118,6 млрд к 2025 году [2]. В данной оценке учтено применение искусственного интеллекта (ИИ) в 30 различных индустриях, включая телекоммуникации, автомобильную отрасль, рекламу, розничную торговлю, образование и государственное управление. Здравоохранение по прогнозам компании «Gartner» занимает 6 место с точки зрения расходов на ИИ в период с 2018 по 2025 год.

Возвращаясь к истокам становления искусственных нейронных сетей (ИНС), которые известны в настоящее время многим, следует отметить, что начало данное направление получило благодаря биологическим открытиям. Например, биолог Ян Пуркинье в 1836 году открыл первые разновидности нервных клеток в мозжечке – клетки Пуркинье. В 1891 году термин «нейрон» был введен Гернихом Вальдейером. В 1949 году для обучения нейросетей была предложена модель Хейбба, на основе которой разработаны программы самонастройки искусственных нейросетей. В 1956 году Фрэнк Розенблатт описал устройство перцептронного типа. Это была первая модель нейронной сети, которая могла решать задачу распознавания образов [1, с. 68]. При этом нейронные сети получили свое развитие только в настоящее время.

Исследования в части ИНС основываются на экспериментах воссоздания нервной системы человека, а именно способности нервной системы обучаться и исправлять ошибки. Нейронная сеть (человеческая нервная система) представляет собой сложную систему структур человека, способную обеспечивать взаимосвязанное поведение всех систем организма.

При рассмотрении нейронной сети первоначально следует изучить принципы работы и взаимодействия нейронов. Составляющими нервной системы являются клетки данной системы, называемые нейронами. Сигналы посылаются на входы нейрона через придатки других нейронов, называемые дендритами. Вывод информации из нейрона осуществляется с помощью разветвленного выхода, называемого аксоном. Соединение аксонов с дендритами соседних нейронов происходит через утолщения, называемые синапсами. На входах и выходах нейронов сигналы представляют собой электрические импульсы различной интенсивности, которую характеризуют величина импульса и частота следования. Сигналы могут быть возбуждающими или тормозящими. Выходной сигнал, передаваемый нейронами,

представляет собой нелинейную функцию, вычисляемую как алгебраическая сумма входных сигналов, умноженных на весовые коэффициенты, различные для каждого входа.

В искусственных нейронных сетях применяется в качестве аналога биологического нейрона искусственный нейрон. С точки зрения математики искусственный нейрон является сумматором всех сигналов, поступающих на входы нейрона, применяющим к рассчитанной взвешенной сумме некоторую, чаще всего, нелинейную функцию, которая является непрерывной на всей области определения. Искусственные нейроны, объединенные определенным образом, образуют друг с другом ИНС. Каждый из нейронов этой искусственной сети можно охарактеризовать возбужденным или заторможенным состоянием, что аналогично нервным клеткам головного мозга человека. Кроме того, наподобие биологического нейрона, искусственный нейрон взаимодействует с другими нейронами при помощи аксона и группы синапсов. Стоит отметить, что величина синаптической связи, именуемая также весом, представляет собой эквивалент электропроводимости нейронов человека и характеризует каждый отдельный синапс нейронной сети. Главной целью ИНС, образующую единую систему обработки информации, является выполнение установленных задач и получение требуемого выходного сигнала, что достигается посредством определенного обучения сети.

Обучение ИНС означает выполнение поиска определенных весов коэффициентов, при котором входной сигнал после прохождения через сеть преобразуется в требуемый выходной, соответствующий предъявляемым требованиям. Этот метод обучения нейронной сети подходит и биологическим нейросетям. В связи с тем, что человеческий мозг состоит из множества взаимосвязанных нейронных сетей, которые, в свою очередь, состоят из нейронов с одной и той же активационной функцией, мы учимся именно путем изменения синапсов, усиливающих или ослабляющих входные сигналы.

Если использовать при обучении искусственной нейросети один единственный входной сигнал, то произойдет запоминание правильного ответа сетью, а со стороны будет казаться, что сеть быстро обучилась. Данный тип обучения в большинстве случаев не подходит для применения при решении задач, возникающих в здравоохранении, а именно при распознавании заболеваний, постановке диагнозов и назначении лечения ввиду большого разброса симптомов и показателей при схожих заболеваниях. Это объясняется тем, что после обучения с единственным входным сигналом при подаче немного измененного сигнала на вход, на выходе вероятно получение бессмысленных и некорректных результатов. Для предупреждения таких ситуаций и более расширенного обучения сети создаются обучающие выборки.

В качестве обучающей выборки, посредством которой и происходит обучение нейронной сети, представляется конечный набор входных сигналов. Помимо входных сигналов могут быть представлены выходные сигналы, характеризующие правильные ответы. ИИ можно использовать для практического применения исключительно после проведения обучения, то есть, когда сеть способна выдавать на выходе результаты, удовлетворяющие требованиям, для всех подаваемых сигналов обучающей выборки. Но перед применением сети на практике следует произвести оценку качества выполняемой нейронной сетью работы посредством тестовой выборки. Тестовая выборка – это итоговый набор входных сигналов (иногда вместе с правильными выходными сигналами), посредством которых происходит оценка качества работы сети.

К недостатку данного типа обучения следует отнести значительное вмешательство человека, которое в большинстве случаев необходимо для подготовки данных, необходимых для формирования обучающей выборки и правильных ответов. В данном случае требуется ручной отбор обучающей информации, а также возникает вероятность, что со связи с таким тесным контактом сети с экспертом ИИ будет обучена в соответствии с субъективным мнением человека-эксперта. Этот факт повлечет за собой определенную «слепоту» ИИ и ограниченность получаемых решений, что может нанести значительный урон при решении задач, непосредственно влияющих на здоровье человека. Данный тип обучения является более

качественным по сравнению с обучением на единственном входном сигнале, оптимальным по затратам и длительности обучения, дает больше возможностей для применения и расширения границ исследования, но не является более совершенным, чем метод самообучения ИНС.

Процесс самообучения характеризуется тем, что процесс обучения, направленный на выполнение определенной задачи, ИНС происходит самостоятельно, без вмешательства человека-эксперта. В данном случае правильного ответа не задается, а, возможно, он не известен, и отсутствуют алгоритмы действия. Таким образом, при самообучении происходит самонастройка системы, определение скрытых закономерностей и взаимосвязей, классификация объектов, информация о которых подается в качестве входных сигналов.

Относительным недостатком самостоятельного обучения можно считать необходимость предоставления огромной информационной базы для обучения сети. В условиях ограниченности располагаемых данных это может стать проблемой, но ввиду сбора, передачи и хранения значительного объема данных данный риск можно считать минимальным. Также самообучения позволяет снизить риск «слепоты» и субъективность ИИ. Это является преимуществом применения рассматриваемого типа обучения ИНС, применяемых для решения задач здравоохранения при условии отсутствия накопленных и достоверных исходных данных с определенными результатами.

После выполнения обучения ИИ может быть применен для решения практических задач, в данном случае, рассматриваются задачи в сфере здравоохранения. Например, в США Управление по контролю за качеством пищевых продуктов и лекарственных препаратов в апреле 2018 года одобрило применение первого медицинского устройства, использующего программное обеспечение ИИ для выявления диабетической ретинопатии у взрослых с диабетом, которое может использоваться специалистами в офтальмологии [3]. В январе 2020 года японская компания Sumitomo Dainippon Pharma Co., Ltd. и британская ExscientiaLtd. объявили созданный для лечения обсессивно-компульсивного расстройства в качестве начального показания с использованием искусственного интеллекта DSP-1181 перешел в фазу I клинического исследования [4]. Кроме того, в настоящее время ИИ получает свое развитие и применение для измерений температуры, как наиболее простой функции, а также для обработки результатов кардиографии, магнитно-резонансной томографии и т. д.

Таким образом, использование ИИ стремительно развивается во всем мире в настоящее время и обладает значительным потенциалом для развития во всех сферах деятельности и, в том числе, в здравоохранении. Эффект практического применения ИИ заслуживает отдельного внимания ввиду высокой точности обработки данных на высоких скоростях работы и перспективных планов цифровизации медицины.

Литература

1. Станкевич, Л.А. Искусственный интеллект и искусственный разум в робототехнике: учеб. пособие / Л. А. Станкевич, Е. И. Юревич. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012. – 167 с.
2. Artificial Intelligence Software Market to Reach \$118.6 Billion in Annual Worldwide Revenue by 2025, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tractica.omdia.com/newsroom/press-releases/artificial-intelligence-software-market-to-reach-118-6-billion-in-annual-worldwide-revenue-by-2025/> – (Дата обращения: 23.04.2020).
3. FDA Oks AI Device to Detect Diabetic Retinopathy, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.webmd.com/diabetes/news/20180412/fda-oks-ai-device-to-detect-diabetic-retinopathy> – (Дата обращения: 23.04.2020).
4. Sumitomo Dainippon Pharma and Exscientia Joint Development New Drug Candidate Created Using Artificial Intelligence (AI) Begins Clinical Trial, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exscientia.ai/news-insights/sumitomo-dainippon-pharma-and-exscientia-joint-development> – (Дата обращения: 23.04.2020).

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ

А.В. Орлова

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Гомель, Беларусь

alinavl@yandex.ru

Аннотация

В статье выявлены тенденции развития женского предпринимательства в Европейском союзе на основе обобщающих показателей. Полученные результаты свидетельствуют о росте включенности женщин в сферу бизнеса и устойчивости женского предпринимательства.

Ключевые слова

Женское предпринимательство, развитие, тенденции.

Политика Европейского союза (ЕС) в области развития женского предпринимательства представляет собой комплекс целенаправленных мер, реализация которых направлена на использование потенциала роста предпринимательства в странах-членах [1, с. 232].

Логическим продолжением общеевропейской политики в области поддержки развития женского предпринимательства стало включение в План действий «Предпринимательство 2020» (2013 г.) ряда мероприятий в области содействия развитию женского предпринимательства. В данном документе отмечается, что поддержка развития предпринимательства в Европейском союзе должна быть направлена на группы с наибольшим потенциалом роста и должна опираться на тесное сотрудничество между службами занятости, поддержки бизнеса и финансовыми учреждениями. Женщины определены как «большой пул предпринимательского потенциала в Европе».

Для выявления тенденций развития женского предпринимательства в странах-членах ЕС воспользуемся следующими обобщающими показателями:

- уровень предпринимательских намерений женщин (УПН);
- уровень предпринимательской активности женщин (УПА);
- уровень устоявшейся предпринимательской деятельности женщин (УПД);
- уровень закрытия предпринимательской деятельности женщин (УЗПД).

Эти показатели аккумулируются в отчетах GEM в соответствии с принятой методологией [2-5]. Каждый из перечисленных показателей характеризует соответствующую стадию развития предпринимательской деятельности и является базой для расчета коэффициента гендерного разрыва.

В выборку для анализа попали следующие страны: Великобритания, Германия, Голландия, Греция, Ирландия, Испания, Италия, Латвия, Словения, Франция, Хорватия, Швеция.

На фоне снижения за анализируемый период предпринимательских намерений женщин в странах-членах ЕС наблюдается увеличение их включенности в активные фазы предпринимательства (рис. 1).

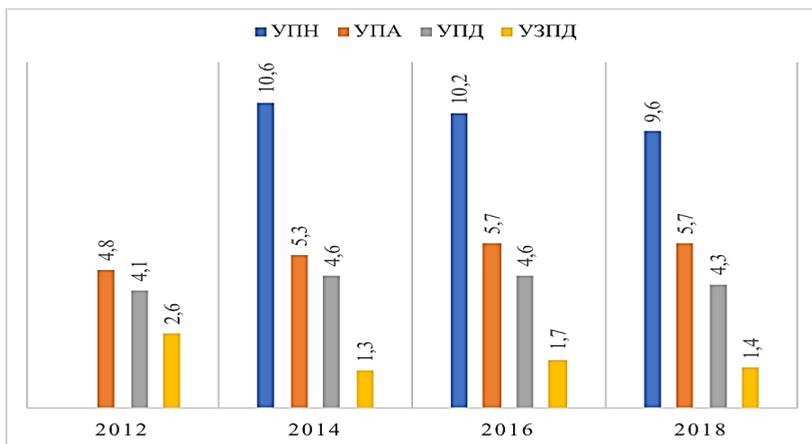


Рисунок 1. Средние значения обобщающих показателей развития женского предпринимательства в странах-членах ЕС за 2012-2018 гг.

Уровень предпринимательской активности женщин увеличился с 4,8% в 2012 году до 5,7% в 2018 году. Среди стран самое большое значение уровня предпринимательской активности женщин в 2018 году наблюдается в Латвии (10,9%). При этом именно Латвия за анализируемый период демонстрирует устойчивую тенденцию к росту данного показателя. В других странах за этот же период динамика показателя разнонаправленна. Устоявшаяся предпринимательская деятельность женщин также демонстрирует положительную динамику по сравнению с базовым годом. Среди стран наибольшее значение данного показателя наблюдается в Голландии (8,2%). В большинстве стран (за исключением Греции, Испании и Швеции) значение показателя в 2018 году превысило базовое. За рассматриваемый период почти вдвое сократились выходы женщин из бизнеса, что, несомненно, является положительным моментом на фоне динамики остальных показателей. Среди стран самое низкое значение уровня закрытия предпринимательской деятельности женщин в 2018 году наблюдается в Италии и Франции (0,8%).

Важным аспектом при изучении развития женского предпринимательства является рассмотрение коэффициента гендерного разрыва соответствующих показателей. Гендерный разрыв в предпринимательских намерениях за исследуемый период колебался в пределах 0,6-0,7 (рис. 2).

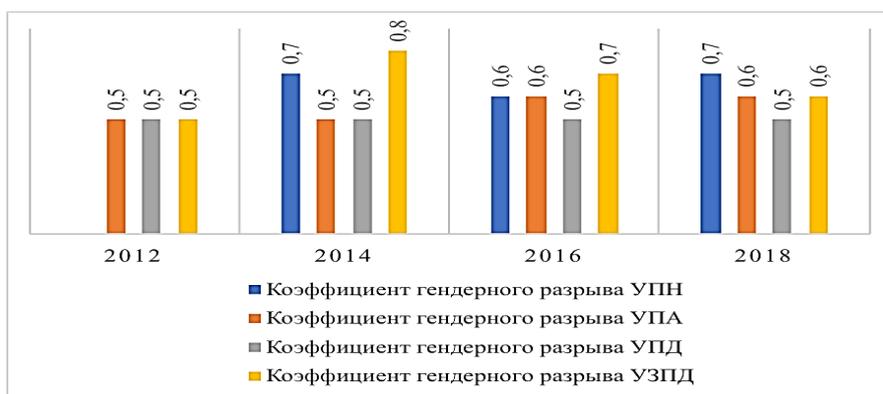


Рисунок 2. Средние значения коэффициентов гендерного разрыва обобщающих показателей развития женского предпринимательства в странах-членах ЕС за 2012-2018 гг.

Наиболее близко к паритету в 2018 году находятся страны: Голландия, Италия и Латвия (значение коэффициента составило 0,9). Гендерный разрыв предпринимательской активности в рассматриваемых странах-членах ЕС на протяжении 2012-2014 гг. оставался стабильным: коэффициент находился на уровне 0,5. В последующий период гендерный разрыв сократился, о чем свидетельствует увеличение коэффициента до 0,6. Максимально близко к паритету в 2018 году находится Испания (0,9). Гендерный разрыв уровня устоявшейся предпринимательской деятельности на протяжении рассматриваемого периода оставался стабильным (0,5). Среди стран максимальное значение данного коэффициента (0,6) в 2018 году наблюдается в Германии и во Франции. После роста коэффициента гендерного разрыва уровня закрытия предпринимательской деятельности за 2012-2014 гг. с 0,5 до 0,8 наблюдается его снижение до 0,6 в 2018 году. Самое низкое значение (0,3) в 2018 году коэффициент принимает во Франции.

Относительная стабильность и однородность коэффициентов гендерного разрыва на фоне динамики обобщающих показателей развития женского предпринимательства в ЕС может свидетельствовать о действенности принимаемых мер как на национальном, так и на наднациональном уровнях. Очевидной тенденцией развития женского предпринимательства в странах-членах ЕС является увеличение включенности женщины активные стадии бизнеса. Рост предпринимательской активности и устоявшейся предпринимательской деятельности женщин, сопровождающийся снижением бизнес-выходов, говорит о долгосрочной устойчивости женского предпринимательства в странах-членах ЕС.

Литература

1. Орлова, А.В. Ключевые аспекты политики ЕС по поддержке развития женского предпринимательства / А.В. Орлова // Моделирование и прогнозирование развития отраслей социально-экономической сферы: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (29 марта 2019г.), Курск: Изд-во КГМУ, 2019. – С. 228-232.
2. Global entrepreneurship monitor. 2012 Women's Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/report> – (Дата обращения: 05.05.2020).
3. Global entrepreneurship monitor. 2014 Women's Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/report> – (Дата обращения: 05.05.2020).
4. Global entrepreneurship monitor. Women's entrepreneurship. 2016/2017 Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/report> – (Дата обращения: 05.05.2020).
5. GEM 2018 / 2019 Women's Entrepreneurship Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gemconsortium.org/file/open?fileId=50405> – (Дата обращения: 06.05.2020).

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА

А.Г. Пригульный

Университет при межпарламентской ассамблее ЕврАзЭс, Санкт-Петербург, Россия

info@prigulniy.com

Аннотация

В статье рассматриваются методы информационного обеспечения процессов аналитических работ в рамках бизнес-процесса. Автор фокусирует внимание на методах анализа: интервью с людьми, вовлеченными в процесс, наблюдение за тем, как фактически выполняется процесс на всем его протяжении, исследование, лучшие практики организации бизнес-процесса, чувствительности бизнес-процесса к изменениям условий функционирования.

Ключевые слова

Анализ бизнес-процесса, информация, интервью, наблюдение, исследование, анализ рисков, инвесторы, потребители, аналитик.

Для демонстрации высоких показателей эффективности бизнес-организации менеджеры в процессе руководства должны провести работу и обеспечить: рост количества клиентов организации, потоков денежных средств, ликвидности и платежеспособности. Кроме того, следует создать высокотехнологичные условия динамичного функционирования и развития системы управления организацией и бизнес-процессов. Поэтому предприниматель, создавая бизнес-процессы должен постоянно держать в поле своего зрения результаты анализа бизнес-процессов и иметь в своем арсенале, методы и инструменты, доступные для оперативного использования [1].

Применение современных методов и инструментов анализа бизнес-процессов предполагает постоянную работу с источниками информации. Для того, чтобы находить данные для анализа, вести мониторинг и систематизацию, необходимо организовать информационное обеспечение бизнес-процесса в организации [2].

Цели и задачи информационного обеспечения аналитических работ в рамках бизнес-процесса – обеспечить сбор доступного массива информации непосредственно о бизнес-процессе и, естественно – данные о внешней среде анализируемого бизнес-процесса. Это может быть информация, которая непосредственно касается создания и реализации start-UP проекта: информация об угрозах и возможностях проекта, рыночной конъюнктуре и сегментах потенциальных потребителей, конкурентах и деловых партнерах, сильных и слабых сторонах команды [3].

Для выполнения анализа информации могут быть использованы различные средства: от сбора до создания систем хранения и использования информации в безопасном режиме. Однако, это большой объем работ, который может оказаться не «по силам» команде start-UP проекта. В связи с этим, сфокусируем внимание на тех методах, которые не потребуют на первоначальном этапе старта бизнеса значительных профессиональных навыков, технических средств и сложных аналитических методов.

Информация для анализа может быть получена:

1. При помощи наиболее распространенного метода – интервью. Проводится интервью, как правило, с людьми, активно вовлекаемыми в аналитические работы по совершенствованию бизнес-процесса. Применение данного метода сбора данных об объекте, интересующем наблюдателя, наиболее актуально в том случае, если проводится подготовка к опросу тех, кто выполняет действия или непосредственно связан с бизнес-процессом.

Прежде всего, это может касаться лиц, объявленных в роли владельца процесса, а также внутренних или внешних заинтересованных лиц; тех, кто выполняет работу в самом процессе; принимает участие в подаче ресурса в точке входа в процесс, или использует точку выхода из процесса. Интервью возможно проводить лично, как говорят «с глаза на глаз», заочно, применяя технические средства передачи информации, по телефону, средствам мобильной связи, используя возможности социальных сетей или электронной почты. Результаты исследований показывают, что человек наиболее искренне отвечает на вопросы в ситуации «с глаза на глаз». Личный разговор может дать более высокий и надежный результат, так как способствует открытому обсуждению.

2. Как фактически выполняется процесс на всем его протяжении, может показать наблюдение за поведением объекта. Поэтому наблюдение – второй шаг сбора информации о ходе процесса. В рамках данного этапа может быть использован метод анализа отчетных данных и системным характеристикам журналов ведения операций. Возможно прямое наблюдение затем, как участники процесса взаимодействуют в рамках одного бизнес-процесса. Данный шаг поможет понять, что происходит в рамках бизнес-процесса.

Аналитик-исполнитель, наблюдающий за ходом процесса, видит, как возникают проблемы, решение которых предполагает наличие дополнительной информации, а также дополнительных наблюдений и интервью. Это могут быть новые аспекты наблюдений и интервью, не применяемые ранее.

3. Как свидетельствуют результаты обширной аналитической практики, исследование начинается с изучения имеющейся документации, различных видео- и аудиозаписей, а также записей о процессе, выполненных при помощи авторучки и блокнота. В данном случае в работу вовлекаются инструкции, положения, регламенты, разработанные в период организации процесса, отчетов аудиторов, электронных журналов и книг учета, процессных диаграмм и т.п. Если, по каким-либо причинам, данная информация недоступна, делается запрос о необходимости письменного описания бизнес-процесса у заинтересованных лиц или непосредственных участников команды start-UP проекта.

Полное понимание всей многогранности бизнес-процесса невозможно без внимательного анализа среды бизнес-процесса. Анализ бизнес-среды включает изучение факторов внешнего порядка, активно воздействующих на людей, поднимающих start-UP проект; демографии потенциальных потребителей (клиентов), ключевых потребностей (запросов, предпочтений); стратегий поведения поставщиков; возможных направлений изменения стратегии в работе смежников, происходящих потребностям заказчиков.

Создатели start-UP проекта, должны четко понимать, как и в каком направлении, с какой динамикой, изменится состав факторов среды бизнес-процесса. Информация об изменении факторов внешней среды, произошедших с момента начала функционирования бизнес-процесса, поможет лучше понять причины, которые уверенно привели к неэффективному функционированию бизнес-процесса, выявить, как следует изменить внутреннюю структуру и создать положительную траекторию движения бизнес-процесса [4].

Анализ факторов бизнес-среды процесса, рассматривается в аспектах.

Первый аспект. Исследование лучших практик создания start-UP проектов. Лучшей, на наш взгляд, может считаться практика, позволяющая вести регулярно сравнение показателей эффективности бизнес-процесса по аналогичным бизнес-процессам организаций (предприятий) одной отрасли, региона, или субъектов с характеристиками, имеющими идентичную базу для сравнения в различных отраслях производства продукта общественного назначения. Данную информацию можно получить из анализа сборников отраслевых обзоров состояния отраслей производства и продаж, научных исследований, круглых столов или дискуссионных групп по анализируемым проблемам.

Результаты исследований показывают, что есть возможность вести сравнение процесса, который создается и развивается в пределах start-UP проекта с аналогичными по структуре бизнес-процессами, которые созданы конкурирующими на рынке бизнес-организациями для активизации поиска конкурентных преимуществ анализируемого start-UP проекта. Такие

исследования, как правило, проводятся в рамках SWOT-анализа (Strengths (силы), Weaknesses (слабости), Opportunities (возможности), Threats (угрозы)).

Источниками информации в данном случае могут служить публикации, размещенные в открытых источниках, материалы отраслевых ассоциаций, web-сайты и порталы, контактные группы клиентов, обзоры аудиторов. Ключевые характеристики бизнес-процессов сопоставляются с аналогами.

Альтернативным инструментом анализа может быть признан активный поиск бизнес-процессов, которые признаны образцами лучшей практики в других отраслях, показатели которых сравнимы с рассматриваемым процессом.

Например, start-UP проект розничной торговли, организованный в онлайн-формате, предполагает реорганизацию системы обработки клиентских заказов, вооружившись передовым отечественным или зарубежным опытом. В этом случае команда start-UP проекта проводит анализ различных практик обработки заказов в других отраслях. Заимствованный опыт позволит: получить новые идеи, избежать ошибок и сократить время для создания процесса [5].

Данный подход позволяет аналитикам избежать распространенной ловушки «группового мышления», когда команда start-UP проекта довольствуется только собственным опытом или принимает во внимание отраслевой опыт. Лучшие практики команд start-UP проектов других отраслей могут инициировать изменения бизнес-процессов в национальном масштабе.

Лучшие практики отрасли в области оценки факторов внешней среды бизнес-процесса помогают оценить потенциал конкретного start-UP проекта для обеспечения эффективности процесса и нивелирования препятствий, которые потенциально могут возникнуть на пути start-UP проекта.

Второй аспект. Анализ чувствительности непосредственно может означать поиск условий, «... что, произойдет в процессе, если...», которые позволят оценить возможное влияние изменений, которые потенциально могут быть внесены в состав элементов (компонентов) бизнес-процесс под влиянием факторов внешней среды. На выходе процесса аналитик-исполнитель получает ряд ключевых характеристик процесса:

а. Чувствительность бизнес-процесса к факторам влияния. Данное положение буквально может означать измерение того, насколько хорошо процесс выдерживает смену различных параметров бизнес-процесса: увеличение и уменьшение входа бизнес-процесса или увеличение и уменьшение времени поступления ресурсов на входах бизнес-процессов или продукта на выходе бизнес-процесса. Это позволяет разработать и практически осуществить видение того, как быстро будет протекать процесс, скаким объемом работы люди в процессе смогут справиться и где возможно возникновение проблемы.

б. Вариабельность бизнес-процесса. Означает измерение того, как меняется результат процесса при изменении отдельных параметров процесса (например, пропускная способность входа по ресурсам и выхода по готовому продукту). Устранение вариаций, на наш взгляд, может быть одной из оперативных задач совершенствования бизнес-процесса. Знание того, как вариации параметров влияют на результат мы признаем важным шагом на данном пути.

Анализ чувствительности позволяет аналитику-исполнителю увидеть, насколько близок бизнес-процесс к оптимальному состоянию, насколько бизнес-процесс может быть подвергнут масштабированию.

Анализ рисков бизнес-процесса позволяет провести оценку эффективности использования точек контроля бизнес-процесса. Речь идет о проверке личности клиента, оценке кредитного рейтинга клиента и т. д. Данные функции устанавливают пределы, за которые бизнес-процесс не может выйти.

Рассматриваемые пределы должны быть учтены при создании и развитии бизнес-процесса, точнее – на стадии проектирования. Цель анализа рисков – получить ясность, что может произойти в случае нарушения данных ограничений и к каким последствиям это может привести конкретный start-UP проект.

На завершающем этапе анализа начинается подготовка отчета. Данное действие позволяет формально подтвердить участникам анализа достоверность полученных результатов; утвердить, что отчет – основа результата анализа, предоставленного руководителям организации.

Документация по результатам проведенного анализа бизнес-процесса может включать любой из предложенных пунктов, в зависимости от сути анализируемого процесса:

- стратегический замысел основателей бизнес-процесса;
- характеристика среды бизнес-процесса;
- описание модели бизнес-процесса: от входа до выхода;
- потенциал повышения эффективности процесса;
- рекомендуемые решения и действия.

Документация по результатам анализа бизнес-процесса должна четко описывать текущее состояние процесса и содержать информацию, необходимую для планирования изменений start-UP процесса.

Рассмотрим ключевые факторы успеха start-UP процесса.

Поддержка инвесторов – один из ключевых факторов успеха на всех этапах становления и развития start-UP проекта. На наш взгляд, инвесторы должны входить в состав участников команды start-UP проекта. Инвесторы, должны оказывать start-UP проекту полную поддержку.

Чтобы убедить инвесторов в экономическом эффекте проекта, может понадобиться продемонстрировать полезность стратегического замысла на проектах меньшего масштаба, осуществленных ранее. Опираясь на полученный ранее эффект небольших, но успешно осуществленных проектов, проще получить поддержку инвесторов для более крупных проектов.

Ориентация на потребителя – один из ключевых факторов успеха аналитической работы. Концентрация создания потребителя, даже если команда start-UP проекта не работает с потребителем конечного продукта напрямую – центральная тема для постоянного обсуждения, принятия решений и действий. Если потребитель (клиент) в расчет не принимается, то его удовлетворенность неизбежно окажется принесена в жертву и ожидаемое повышение эффективности процесса не будет достигнуто.

В настоящее время сложилось понимание тенденции – рассматривать отношения между подразделениями или функциональными специалистами команды start-UP проекта как процессы, ориентированные на клиента. Однако принципы «клиентского сервиса» применимы к отношениям между подразделениями также, как и к отношениям с заказчиками. Важно понимать, что операции между подразделениями – это не операции с клиентами, если только речь не идет об обособленных бизнес-единицах, оказывающих услуги внешним клиентам также, как и внутренним.

Аналогично, внутренние процессы нуждаются в систематическом совершенствовании. Но в центре внимания при этом должен быть истинный конкретный потребитель (клиент, заказчик, покупатель). Анализ влияния на потребителя планируемых решений и производимых действий по непрерывному совершенствованию start-UP проекта, должно стать предметом систематического интереса аналитика-исполнителя.

Концепция «Создания потребителя» может оказаться сложной для практического понимания, например, в ситуации, когда команда start-UP проекта планирует развивать внутреннюю функцию организации и расчета заработной платы наемных работников. Аналитик-исполнитель должен провести анализ ценностного предложения для потребителя (клиента, заказчика, покупателя), которое в данном случае заключается в снижении себестоимости благодаря сокращению накладных расходов. Однако рост заработной платы или снижение себестоимости могут привести к конфликту с разработчиками ценностного предложения, так как ценностное предложение может в данной ситуации утратить свои ценностные характеристики. В результате – прохладное отношение потребителя к продукту.

Данные примера иллюстрируют, что все, что делает команда start-UP проекта, явно или неявно отражается на клиенте (заказчике). Отдельные участники команды start-UP проекта или сотрудники организации могут воспринять анализ процессов как предвестник угроз. Владелец процесса может усмотреть в анализе критику его способа управления процессом. Сотрудники и владельцы процессов могут уклоняться от участия в анализе. Важно, чтобы руководство проектом урегулировало ситуацию, выступив с разъяснением целей анализа, поддержав проведение анализа как необходимость обеспечения конкурентоспособности. Ключ к успешному преодолению сопротивления – вовлечение в работу по анализу владельца процесса и наиболее активных участников start-UP проекта.

Литература

1. Глик, Джеймс. Информация. История. Теория Поток / Джеймс Глик; перевод с английского М. Кононенко. – Москва: Издательство АСТ: CORPUS, 2016. – 576 с.
2. Сесар Идальго. Как информация управляет миром: Эксмо; Москва; 2016. – 256 с.
3. Свод знаний по управлению бизнес-процессами: ВРМСВОК 3.0 / Под ред. А.А. Белайчука, В.Г. Елифёрова: Альпина Паблишер; Москва; 2016. – 480 с.
4. Баронов В.В., Попов Ю. И., Титовский И.Н., Калянов Г.Н., Информационные технологии и управление предприятием: Пособие / Баронов В.В., Калянов Г.Н., Попов Ю. И., - 2-е изд., (эл.) – Москва. ДМК Пресс, [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/982276> – (Дата обращения: 12.04.2020).
5. Советов Б. Я., Цехановский В.В., Информационные технологии: теоретические основы: учебное пособие. – СПб.: Издательство «Лань». 2016. – 448 с.

ПРИМЕНЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ HR-БРЕНДА КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Ю.Д. Румянцева

Научный руководитель – д.э.н., профессор А.Г. Будрин

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

rumyantsevaiuliia@gmail.com

Аннотация

В статье дана оценка возможности применения концепции развития потребителя в рамках формирования hr-бренда (бренда работодателя) в условиях экономического кризиса. Актуальность данной статьи обусловлена растущей потребностью в привлечении новых сотрудников и удержании уже имеющихся, а также необходимостью создания и продвижения HR-бренда компании в условиях кризиса. Выделены основные тренды рынка труда, а также особенности применения концепции развития потребителя для формирования бренда работодателя.

Ключевые слова

HR-бренд, развитие потребителя, ценностное предложение компании.

В настоящее время на рынке труда ведется активная «борьба» между работодателями за квалифицированных специалистов.

Поддержание уровня оплачиваемости труда сотрудников на конкурентном уровне и переманивание новых специалистов требуют достаточно больших средств и заставляет компании искать другие пути привлечения кадров. Многие крупные компании вкладывают много ресурсов для формирования и развития собственного HR-бренда.

Для большинства специалистов при выборе компании большую роль играет профессиональная имидж компании, поэтому многие не хотят быть причастными к компаниям и продуктам с плохой репутацией. Поэтому мероприятия, направленные на развитие и формирования бренда работодателя, играют ключевую роль в решении проблемы привлечения соискателей.

Используя концепцию (развития потребителя) customer development, компании смогут выработать и проверить гипотезы о том, чего хотят соискатели от трудоустройства, получить более подробную информацию об их проблемах и потребностях в условиях мирового кризиса, определить свою целевую аудиторию, а также понять, каким должен быть HR-бренд компании. В данном случае в качестве потребителя рассматривается соискатель, будущий потенциальный сотрудник компании.

Для того, чтобы понять основные особенности применения концепции развития потребителя (соискателя/сотрудника), необходимо рассмотреть определение понятия «hr-бренд». HR-бренд – Образ компании в сознании сотрудника, потенциальных работников и на рынке труда в целом [1].

Рассмотрим понятие «развитие потребителя» (customer development). Под развитием потребителя рассматривается структура, которая позволяет найти и подтвердить то, что вы определили, как свойства вашего продукта, необходимые для удовлетворения потребностей клиентов; верные ли ресурсы вы задействовали для масштабирования предприятия [2].

Развитие HR-бренда предполагает внедрение в деятельность компании стратегии улучшения имиджа предприятия как работодателя. Формирование HR-бренда – трудоемкий процесс для компаний.

Сотрудник должен разделять ценности HR-бренда и компании. При отборе и дальнейшем развитии учитывать и транслировать ценности компании. То есть попадая в компанию, сотрудники потенциально будут разделять ценности компании. Компании смогут сократить усилия на мотивацию и удержание сотрудников. Это особенно важно в условиях экономического кризиса.

«Ценностное предложение работодателя является одним из лучших инструментов, доступных компаниям для привлечения сотрудников, а также для привлечения и удержания талантов», утверждает R. Veal, глава компании Tower Watson's Reward [3].

К ценностному предложению работодателя принято относить: компенсации, бенефиты, карьера, культура, условия работы.

Наличие ценностного предложения компании определяет положение компании на рынке работодателей.

Для того, чтобы детально изучить возможность применения концепции развития потребителя необходимо рассмотреть основные тенденции рынка труда, которые имеют непосредственное влияние на формирования стратегии компаний в рамках развития hr-бренда и достижения бизнес-целей. В рамках анализа были выделены следующие основные тенденции рынка труда:

- нехватка профессионалов в определенных отраслях экономики;
- активная борьба работодателей за сотрудников продолжается. Особенно остро данная борьба проявляется при поиске и найме сотрудников, работающих на позициях в редких или новых функциях;
- гибкий график становится все более распространенной практикой среди российских работодателей;
- высокий риск увеличения уровня безработицы во всем мире. По данным экспертов Международной организации труда МОТ, на данный момент в условиях экономического кризиса множество компаний имеют высокий риск сокращения рабочей силы или снижения занятости [4].

Принято выделять 6 основных этапов взаимодействия компании и сотрудника (в рамках формирования HR-бренда компании):

1. Привлечение внимания.
2. Поиск и отбор кандидатов.
3. Выбор сотрудника.
4. Прием сотрудника на работу.
5. Удержание работника в компании.
6. Увольнения сотрудника.

Развитие потребителя может быть использовано компаниями на любом этапе развития hr-бренда: как на этапе формирования, так и при доработке уже существующего.

В связи с кризисом даже в крупных зарубежных компаниях наблюдается сокращение набора персонала, а также уменьшение количества открытых вакансий, поэтому компаниям сейчас как никогда важно сохранить положительный имидж на рынке работодателей.

В процессе проделанной работы были выявлены основные особенности применения концепции развития потребителя при формировании бренда работодателя:

1. HR-бренд ожидает от работодателей осознанных мероприятий и стратегий, а также методов, используемых для формирования положительного образа компании и работодателя (особенно в условиях кризиса).
2. Развитие сотрудников/соискателей может проводиться компаниями на любом этапе развития hr-бренда: как на этапе формирования, так и при доработке уже существующего.
3. Применение концепции развития потребителя при развитии и формировании hr-бренда позволяет работодателям создать hr-бренд, который будет удовлетворять требованиям соискателей, а также сотрудников.

Таким образом, анализ применимости концепции развития бренда работодателя в условиях кризиса показал, что данная концепция может быть успешно применима компаниями в условиях кризиса.

Цели и задачи, поставленные в данном исследовании, были достигнуты, а именно: рассмотрены особенности применения концепции развития потребителя в рамках формирования hr-бренда компаний в кризисных условиях.

В результате проделанной работы можно сказать, что грамотное использование методов развития и формирование hr-бренда компаний в совокупности с достижением бизнес-целей позволит компаниям быть успешными на рынке работодателей, иметь долгосрочные и перспективные взаимоотношения со своими сотрудниками, а также поддерживать положительный имидж работодателя.

Литература

1. Гречуха Я.Н., Самохвалова С.М. Условия формирования бренда компании-работодателя // Управление человеческими ресурсами — основа развития инновационной экономики. — 2010. — № 2. — С. 319–323.
2. Купер Б., Власковици П. Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала; М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 168 с.
3. Heger В.К., Linking the Employees Value Proposition to employee's engagement and business outcomes: preliminary findings from a linkage research pilot study, Organization Development Journal 25.2 (Summer 2007), 2007. — Pp. 121-132, p. 233.
4. ILO Monitor: COVID-19 and the world of work. Second edition Updated estimates and analysis [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/dgreports/dcomm/documents/briefingnote/wcms_740877.pdf — (Дата обращения: 22.04.2020).

ИССЛЕДОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО РЕГИОНА

А.Б. Салманов, В.О. Орехов, А.М. Трахалева

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

mega.arzo@mail.ru
vladim.orekhoff2013@yandex.ru
tam.08011998@mail.ru

Аннотация

Оценка тенденции объёмов инвестиций в регион очень важна как показатель, выражающий степень задействованности региона в создании валового внутреннего продукта страны и потенциала к развитию дальнейших экономических отношений. Изучая размеры финансовых вливаний (инвестиций) в экономику региона, можно сформулировать выводы о том, какие отрасли экономики являются наиболее приоритетными и динамично развивающимися в том или ином регионе. В данной статье будут исследованы показатели инвестиционной привлекательности региона на примере Северо-Западного федерального округа.

Ключевые слова

Инвестиции, регион, стратегия, рейтинг, инвестиционная привлекательность, инвестиционный климат.

В соответствии с требованиями Закона о стратегическом планировании определены макрорегионы Российской Федерации. Последующим решением выступает разработка стратегии социально-экономического развития макрорегионов. Социально-экономическое развитие требует дополнительных финансовых ресурсов. В рыночной экономике предоставление ресурсов связано с привлечением инвестиций. Распределение инвестиций между регионами неравномерно. Показатели инвестиций в основной капитал, финансовых вложений организации и прямых иностранных инвестиций свидетельствуют о привлекательности для инвесторов ограниченного числа регионов.

Оценка инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата представляет интерес для властей, инвесторов и местных компаний. На основе различных интересов и с использованием оригинальных методик делаются оценки привлекательности и климата регионов в научных исследованиях и консультационных разработках. Результаты этой работы очень противоречивы. Определение центров инвестиционной активности в макрорегионах Российской Федерации, сопоставление оценок рейтинговых агентств о состоянии инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности регионов положено в основу проведённого исследования.

Инвестиционный климат предполагает под собой уровень благоприятности ситуации, которая возникает в регионе или отрасли по отношению к вкладам, которые также могут быть перенаправлены в государство. При оценке инвестиционного климата, как правило, используются выходные характеристики, а именно, поступление и убывание денежных средств, а также степень стагнации экономики и процентных ставок, доля сбережений в ВВП, а кроме того, ещё и входные параметры, которые определяют возможность государства согласно изучению вложений и угроз их осуществления [5, с. 54]. Капитальные вложения характеризуют комплекс расходов вещественных, трудовых и валютных ресурсов, которые нацелены на расширенное воспроизводство, главных фондов абсолютно всех сфер общенародного хозяйства [1, с. 15].

В рамках концентрированной плановой концепции применялась иная терминология данного понятия, а именно, так называемые капитальные валовые вложения, под которыми понимались все без исключения расходы на воспроизводство главных фондов, в том числе, и расходы на их ремонт. Финансовые инвестиции предполагают вложения в экономические учреждения, то есть это вложения не только в акции, но и в облигации, а также и в иные ценные бумаги, которые эмитируются фирмами или государством.

Итак, под прямыми инвестициями подразумевается та ситуация, при которой зарубежный вкладчик приобретает контроль над фирмой на территории России, либо стремительно принимает участие в управлении.

К портфельным принадлежат инвестиции, при которых зарубежный вкладчик не будет принимать участие в управлении компанией, ограничиваясь только получением дивидендов. К уровню портфельных принадлежат также вложения иностранных вкладчиков не только инвесторов на рынке государственных, но и муниципальных ценных бумаг [4].

Таким образом, к прочим инвестициям относят вклады в банки, а также товарные кредиты. Их исключение из анализа обусловлено, в первую очередь, разнородностью категории, а кроме того, сложностью извлечения надёжной статистической информации о них.

Сегодня инвестиционный климат считается самой важной задачей, поскольку гарантирован финансовый подъем, а научно-технические ресурсы сохраняются для стабилизации репутации нашей страны как промышленно сформированного государства. Нельзя забывать, что абсолютно все подходящие веяния становления инвестиционного климата в России с 1992 г., он остается довольно непрезентабельным. Вследствие этого необходимо радикальное совершенствование инвестиционного климата в течение короткого периода времени. Инвестиции в тех размеры, которые необходимы для реструктуризации российской экономики, без этого не могут быть мобилизованы. Одним из решений данной проблемы являются административные ограничения и усиление государственного контроля [3].

Рассмотрев сущность инвестиционного климата, а именно, этот пункт предполагает, в свою очередь, структуру накопления и накопленные проблемы, понятие инвестиционный климат, инвестиционный климат в России, также оценку инвестиционного климата. Далее необходимо рассмотреть концепцию улучшения инвестиционного климата в России. В основном делая упор на изучение инвестиционного климата в Северо-Западном регионе страны.

Поскольку инвестиционный климат предпочитает оставаться на данный момент недостаточно востребованным в полной мере, то в таком случае просто необходимо в корне изменить качество инвестиционного климата, что будет являться довольно важным аспектом.

Таким образом, разумная политика заключается в том, чтобы напрямую гарантировать постоянное и неизменное развитие. Поэтому инвесторы должны быть уверены, что общая макроэкономическая ситуация в стране стабилизируется. При этом необходимо разработать долгосрочную стратегию стимулирования сбережений и привлечения инвестиций, особенно международных, которые непосредственно участвуют в экономической политике государства.

Таблица 1

Инвестиции в основной капитал в Северо-Западном регионе РФ в 2018-2019 гг. в фактически действовавших ценах [1]

Регион	2018 г.	2019 г.
Российская Федерация	17 595 028	18 568 985
Северо-Западный макрорегион	1 771 021	1 854 882

Перед Россией стоит довольно сложная задача привлечения иностранного капитала. С этой целью необходимо использовать различные стимулы, которые способствовали бы экономическому регулированию. Мероприятия, применяемые для привлечения иностранного капитала, не должны дискриминировать национальных инвесторов (табл. 1).

Изменения в объеме финансовых вложений демонстрируют динамику коммерческой деятельности организаций, которые включаются в инвестиционные процессы посредством приобретения ценных бумаг, акционерного капитала, кредитов, займов и других финансовых инструментов с целью получения прибыли и увеличения доходов. Официальная статистика по этому показателю при распределении значений по регионам требует особого внимания и публикуется чуть позже, чем другие статистические данные (табл. 2).

Таблица 2

Места субъектов Российской Федерации – центров инвестиционной активности макрорегионов в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в 2016-2019 гг. [2]

Регион	Место в рейтинге			
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Москва	10	3	2	1
Санкт-Петербург	-	17	4	5
Белгородская область	-	-	11	8
Краснодарский край	7	7	6	13
Воронежская область	-	8	7	15
Республика Башкортостан	20	13	-	16
Ханты-Мансийский автономный округ — Югра	9	-	14	17
Новосибирская область	-	-	19	19
Липецкая область	16	14	-	-
Ямало-Ненецкий автономный округ	18	-	-	-

По сравнению с показателями рейтинга 2017 года Санкт-Петербург заметно улучшил свои позиции, поднявшись с 17-го места на 4-ое. Это вполне закономерно, учитывая, что город является одним из наиболее развитых экономических, промышленных центров, значимым транспортным узлом страны. Совместная работа органов власти, бизнеса и объединений предпринимателей поможет, как минимум, сохранять эти позиции, а, возможно, даже улучшить. Поэтому необходимо приложить усилия для создания благоприятного инвестиционного климата не только для иностранных инвесторов, но и для их собственных. То есть российский личный капитал все еще нуждается в гарантиях от насильственных похищений, произвола властей, а также системы страхования некоммерческих рисков.

Снижение налогового бремени и изменение налоговой структуры являются важной составляющей создания благоприятного инвестиционного климата в регионах. Региональная инвестиционная политика в будущем должна основываться на следующих принципах:

- концентрация инвестиционного потенциала в тех областях, где у региона есть реальное преимущество;
- структурные преобразования в региональных промышленных комплексах;
- инвестирование в инновационные технологии, которые могут приносить доход, который обеспечивает лучшее воспроизводство.

Чтобы улучшить инвестиционный климат, необходимо построить стратегию, которая создаст благоприятный климат в регионе.

Основная задача инвестиционных комиссаров - организовать работу по привлечению местных инвестиций для комплексного развития территорий, а также улучшить инвестиционный климат в муниципалитете. Институт инвестиционных уполномоченных анализирует и прогнозирует развитие территории конкретного муниципалитета, контролирует и сертифицирует инвестиционный потенциал, а также оказывает правовую, методологическую и практическую помощь [1, с. 58].

Результатом совместной работы региональных властей и институтов развития является успешная реализация проектов, следовательно, инвестиции в экономику региона.

Поэтому для достижения стабильного экономического роста в Северо-Западном регионе необходимо постоянно работать над повышением инвестиционной активности, включающее в себя стимулирующее законодательство, систему финансовой поддержки и меры по преодолению административных барьеров при реализации инвестиционных проектов и программ.

Организация деятельности государственных органов по привлечению инвестиций в Северо-Западный регион должна включать и эффективно функционировать благодаря таким базовым элементам, как:

1. Выделение приоритетов выбора инвестиционного проекта. Ввиду ограниченности ресурсов местных бюджетов, а также ввиду отсутствия объективной необходимости поддерживать какие-либо инвестиционные инициативы, необходимо определить приоритеты для инвестиционной деятельности, поддерживаемой местными органами власти Северо-Западного региона.

2. Разграничение экономических рычагов и стимулов для повышения привлекательности территорий позволяет более адекватно управлять и использовать инвестиционные фонды, включая бюджетные ресурсы, для развития экономики региона, которая является одной из основных экономических и политических функций региональных властей.

Для повышения инвестиционной привлекательности Северо-Западного региона необходимо развивать ряд направлений, которые будут способствовать созданию благоприятного режима инвестиционной деятельности.

В сфере инвестиционной деятельности необходимо:

- внесение изменения в законодательную, организационную, инфраструктурную и информационную поддержку инвестиционной деятельности, способствуя улучшению инвестиционного климата;
- разработка привлекательного инвестиционного имиджа и бренда в Северо-Западном регионе (активное применение стратегии территориального маркетинга);
- привлечение внимания российских инвесторов к Северо-Западному региону, путем раскрытия наиболее привлекательных характеристик региона для потенциальных инвесторов, рассматривая их в качестве перспективных партнеров;
- обеспечение активного взаимодействия со стейкхолдерами целью вовлечения их в инвестиционный процесс, организация и проведения масштабных кампаний по связям с общественностью, для создания сети эффективного обмена информацией;
- содействие в продвижения инвестиционных проектов северо-западных компаний в России и за рубежом;
- оказание помощи предприятиям региона в привлечении инвестиций;
- организация участия региона в реализации федеральных целевых и ведомственных программ;
- объединение инвестиционных ресурсов Северо-Западного региона и обеспечение их эффективное использование;
- совершенствование правовых норм в сфере поддержки инвестиционных организаций;
- оптимизация правовых норм, касающихся инвестиционной деятельности на территории Северо-Западного региона;
- оказание консультационной и методической помощи организациям, планирующим реализацию инвестиционного проекта;
- мониторинг реализации инвестиционных проектов, получивших финансовую поддержку инвестиционной деятельности, анализ эффективности финансовой поддержки;
- финансирование кредитных и страховых организаций на развитие экономики Северо-Западного региона;

- взаимодействие со СМИ по освещению инвестиционной деятельности в Северо-Западном регионе;
- создание условий для повышения инвестиционного рейтинга региона.

Реализуя предлагаемые меры по усилению инвестиционной политики, Северо-Западный регион может улучшить свою инвестиционную привлекательность и инвестиционный климат и стать одним из наиболее успешных и экономически наиболее благоприятных регионов Российской Федерации.

В заключение следует отметить, что проблема привлечения инвестиций является одной из главных проблем современного общества. Инвестиционные ресурсы ограничены, и практически невозможно удовлетворить все существующие потребности. Этот тезис особенно актуален в условиях кризиса, в котором инвесторы стали еще более внимательными, учитывая значительно возросшие риски.

Известно, что привлекательность инвестируемого имущества инвестором оказывает большое влияние на готовность этого самого инвестора вкладывать собственные средства. Иногда инвесторы ценят инвестиционный климат, а не инвестиционную привлекательность, и эти две концепции не всегда различны.

Литература

1. Головхин С.А., Неживенко Е.А. Конкурентоспособность российских регионов: монография. // Вестник ЧелГУ. Челябинск: Челябинский гос.ун-т, - 2019. №9 (431). – 57-64 с.
2. Елсуков М. Ю., Маевский А.В., Чеберко Е.Ф. Инвестиционный климат и инвестиционная привлекательность макрорегионов России // Управленческое консультирование. 2019. №12. С. 70-89.
3. Обоснование территориальных приоритетов инвестирования в северо-западном федеральном округе / Румянцев Н. М. // Вопросы территориального развития. 2019. № 5 (50). С. 3.
4. Сравнительная оценка инвестиционной привлекательности субъектов северо-западного экономического района / Янова Е.А., Валдайцева М.В., Грибанова Н.В., Лебедева И. М. // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 5-1. С. 154-162.
5. Щербаков В.С. Экономическое развитие регионов Российской Федерации на основе интенсификации инвестиционных процессов: дис. канд. экон. Наук :08.00.05. М., 2017. – 269 с.

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-МОДЕЛИ ДЛЯ ПРОДУКТА «ГАЗОАНАЛИЗАТОР ИДК-10»

А.А. Сбитнева¹, А.Ш. Галиуллина², В.А. Тимофеева²
Научный руководитель – к.ф.-м.н., доцент П.Н. Дробот¹

1 – Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники,
Томск, Россия

2 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

aljonasbitneva@rambler.ru
timooxaaaa@gmail.com
galiullinaalbina1@gmail.com,

Аннотация

Статья представляет разработку бизнес-модели для продукта «Газоанализатор ИДК-10», который производится Томской компанией ООО НПП «ТЭК». Особенное внимание уделено таким блокам бизнес-модели, как потребительские сегменты, ценностное предложение, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами. Так как по данным направлениям у компании выявлены основные пробелы в фиксации и понимании информации, а также по некоторым из этих блоков компанией не было проведено никакой работы.

Ключевые слова

Бизнес-модель, газоанализатор ИДК-10, нефтегазодобывающие компании, Проектно-инжиниринговые компании.

Сегодняшняя практика показывает, что очень часто компании задумываются о разработке бизнес-модели только тогда, когда им необходимы инвестиции. Необходимо понимать, что бизнес-модель должна проектироваться не на основе бизнес-плана и стратегии компании, а бизнес-план и стратегия должны создаваться на основе бизнес-модели. Осознание этого простого правила позволит компаниям экономить огромное количество ресурсов бизнеса, а для стартапов следование этой концепции позволит их бизнесу не погибнуть сразу же после выхода на рынок. В истории бизнеса огромное количество примеров, когда посредственная инновация с применением великолепной бизнес-модели заставляла доставать кошельки инвесторов и потребителей компании, в то время как на великолепную инновацию без грамотной бизнес-модели никто не обращал внимания.

На сегодняшний день самой популярной и актуальной бизнес-моделью является «Canvas Business Model». Она состоит из 9 блоков: потребительские сегменты, ценностное предложение, каналы взаимодействия (сбыта), взаимоотношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура затрат [1].

В данной работе представлена разработка бизнес-модели для Томской компании ООО НПП «ТЭК», которая работает на рынке газоаналитического оборудования. С каждым годом конкуренция на данном рынке растет, требования в отраслях применения возрастают, выпускаются новые инновационные продукты. В связи с этим компания разработала новый инновационный продукт - «Газоанализатор ИДК-10». «Газоанализатор ИДК-10» предназначен для непрерывного измерения, контроля дозврывоопасных концентраций широкого спектра газов, основных видов углеводородов, а также паров горючих жидкостей в воздухе рабочей зоны и сигнализации о превышении установленных пороговых значений [2].

Для описания бизнес-модели инновационного продукта компании ООО НПП «ГЭК» использовался шаблон бизнес-модели, описанной выше. Каждый блок данного шаблона содержит базовые характеристики создания и продвижения на рынок инновационного продукта «Газоанализатор ИДК-10» и составлен с использованием источников [3].

Потребительские сегменты и их описание представлены в табл. 1.

Таблица 1

Потребительские сегменты и их описание

Ключевые потребители	Отличительные черты и характеристики сегмента
Нефтегазодобывающие компании	Нефтегазовые компании имеют различные производственные процессы: начиная с разведки и заканчивая транспортировкой. Эти виды деятельности можно охарактеризовать присутствием значительного количества огнеопасных газообразных углеводородов и других опасных веществ, представляющих собой значительную угрозу.
Проектно-инжиниринговые компании	Компании, оказывающие услуги для нефтегазовой и нефтехимической промышленности, закупают и поставляют газоанализаторы для компаний-заказчиков данных отраслей, с целью реализации проектов по обустройству, строительству новых объектов месторождений, производственных помещений и т.д.

Для нефтегазодобывающих и нефтегазоперерабатывающих компаний востребованность в данном продукте обусловлена важностью обеспечения безопасности их производственных процессов и необходимостью своевременного предотвращения производственных аварий. А для проектно-инжиниринговых компаний данный продукт является одним из закупаемых компонентов для использования в коммерческих целях при строительстве и обустройстве объектов. В связи с данным разделением уникальное ценностное предложение разрабатывается отдельно для каждой группы ключевых потребителей.

Ценностное предложение для каждого потребительского сегмента продукта «Газоанализатор ИДК-10» представлено в табл. 2. Данный блок основан на преимуществах продукта, выделенных при проведении сравнительного анализа аналогов продукта, а также от его особенностей.

Таблица 2

Ценностное предложение

Ключевые потребители	Ценностное предложение данного сегмента	Удовлетворяемые потребности потребительского сегмента
Нефтегазовые компании	<ol style="list-style-type: none"> 1. Прямой визуальный контроль за счет дисплея и оптических кнопок, не требующих магнитного стилуса 2. Возможность удаленного доступа, вплоть до управления с телефона или планшетного ПК 3. Длительный срок службы и гарантийного обслуживания 4. Интуитивно понятный интерфейс, не требующий специализированного обучения персонала 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Исключает риск потери магнитного стилуса. Сокращается время обслуживания устройства 2. Экономия расходов на оплату выезда и работу специалиста на удаленных участках 3. Экономия расходов на приобретении взрывозащищенной оболочки и ее установки 4. Длительная, бесперебойная работа оборудования, сокращение решения возникающих технических проблем, экономия расходов на ремонт 5. Сокращение расходов на обучение персонала

Ценностное предложение

Ключевые потребители	Ценностное предложение данного сегмента	Удовлетворяемые потребности потребительского сегмента
Проектно-инжиниринговые компании	1. Обучающие семинары 2. Поддержка конечного потребителя независимо от путей поступления оборудования 3. Гарантия своевременного графика поставок 4. Конкурентоспособный продукт, занимающий лидирующие позиции с лучшими мировыми аналогами	1. Уменьшение расходов на обучение персонала 2. Экономия на специалистах, которые будут осуществлять сервисную поддержку оборудования компании ООО НПП «ТЭК» на протяжении всего срока службы 3. Исключает риск в задержке работ из-за несвоевременной поставки оборудования

Взаимоотношения с потребителями, которые необходимо выстраивать компании ООО НПП «ТЭК» в процессе реализации продукта представлены в табл. 3.

Таблица 3

Взаимоотношения с потребителями

Ключевые потребители	Тип взаимоотношений с потребителями
Нефтегазодобывающие компании	1. Партнерские отношения, строящиеся на доверии и стабильности поставок
Нефтегазоперерабатывающие компании	2. Индивидуальный подход (продукт имеет возможность модификаций под индивидуальные требования каждого клиента)
Проектно-инжиниринговые компании	3. Персональная поддержка в процессе покупки и после нее

Наиболее подходящие и эффективные каналы продвижения и сбыта продукта «Газоанализатор ИДК-10» представлены в табл. 4.

Таблица 4

Каналы продвижения и сбыта

Ключевые потребители	Каналы продвижения и продаж	Информация о продукте
Нефтегазодобывающие компании	Прямой канал: отдел продаж, сайт, event-маркетинг (выставки, семинары, конференции, форумы, сэмплинг), e-mail маркетинг, тендерные площадки	1. Функционал продукта и какие потребности удовлетворяет продукт
Нефтегазоперерабатывающие компании		2. Описание конкурентных преимуществ
Проектно-инжиниринговые компании		3. Основные характеристики продукта
		4. Информация о дополнительных возможностях (изготовление на заказ с индивидуальным набором функций) и постпродажное обслуживание

Потоки доходов компании ООО НПП «ТЭК» от реализации продукта «Газоанализатор ИДК-10» представлены в табл. 5.

Потоки доходов

Ключевые потребители	Потоки доходов
Нефтегазодобывающие компании	1. Продажа продукта 2. Сервисные услуги (техническое обслуживание, ремонт) 3. Лизинг
Нефтегазоперерабатывающие компании	
Проектно-инжиниринговые компании	

Ключевые ресурсы необходимые компании ООО НПП «ТЭК» для производства и реализации продукта «Газоанализатор ИДК-10» представлены в табл. 6.

Таблица 6

Ключевые ресурсы

Ключевые ресурсы			
Материальные	Информационные (интеллектуальные)	Компетенции (персонал)	Финансовые
1. Производственные цеха 2. Производственное оборудование 3. Комплекующие материалы 4. Офис 5. Энергоресурсы 6. Раздаточные материалы	1. Свидетельства, сертификаты 2. Маркетинговые исследования 3. Технологии разработки 4. Интеллектуальная собственность 5. Программное обеспечение 6. Партнерские и клиентские базы данных 7. Сайт	1. Специалисты, обеспечивающие процесс производства 2. Специалисты в сфере маркетинга и продаж	1. Собственные денежные средства предприятия 2. Привлеченные инвестиции

Ключевые виды деятельности необходимые для производства и реализации продукта «Газоанализатор ИДК-10» представлены в табл. 7.

Таблица 7

Ключевые виды деятельности

Этапы формирования бизнес-системы	Ключевые виды деятельности
Серийное производство	1. Подготовка оборудования и производственных линий 2. Производство продуктов 3. Проверка продуктов на несоответствия
Поставка, монтаж и пуско-наладка, ремонт и техническое обслуживание	1. Сопровождение продукта 2. Устранение дефектов, возникающих в процессе эксплуатации
Организация каналов продвижения и продаж	1. Продвижение и продажа товара с помощью тендерных площадок, используя сайт компании, а также посещение различных выставок, публикаций в специализированных журналах и интернет порталах, и т.д.

Ключевые партнеры компании представлены в таблице 8.

Ключевые партнеры

Ключевые партнеры	Описание отношений
«Siemens VAI»	Компания ООО НПП «ТЭК» является постоянным поставщиком оборудования в данные компании, а также принимает участие в создании и запуске новых бизнес-проектов, открывает совместные технические и сервисные центры на территориях компаний
ПАО «Роснефть»	
ООО «Иркутская нефтяная компания»	
ПАО «Лукойл»	
Администрация Томской области	Отношения складываются в рамках продвижения продукта с помощью дорожных карт ПАО «Газпром» через администрацию Томской области, заинтересованной в расширении использования высокотехнологичной продукции, в том числе импортозамещающей
Поставщики комплектующих и материалов	Так как компания не владеет всеми ресурсами для выполнения своих бизнес-процессов, поставка некоторых ресурсов происходит с помощью вендеров, отношения строятся на доверии и своевременности оплаты договоров поставки

Структура затрат, необходимых компании ООО НПП «ТЭК» для производства и реализации продукта «Газоанализатор ИДК-10» приведена в табл. 9.

Таблица 9

Структура затрат

Этапы формирования бизнес-системы	Затраты
Серийное производство	1. Затраты на покупку сырья и материалов 2. Затраты на оплату персонала 3. Затраты на отчисления 4. Затраты на обслуживание оборудования 5. Затраты на энергоресурсы
Поставка, монтаж и пуско-наладка, ремонт и техническое обслуживание	1. Логистические затраты 2. Затраты на доставку технического специалиста на место размещения продукта 3. Затраты на оплату персонала 4. Затраты на отчисления 5. Затраты на содержание сервисных центров
Организация каналов продвижения и продаж	1. Затраты на маркетинговые исследования и продвижение (выставки, ОПИ, раздаточный материал, печать в изданиях и т. д.) 2. Затраты на организацию выездных презентаций, командировок 3. Затраты на оплату персонала 4. Затраты на отчисления 5. Затраты на поддержку сайта компании

Данная бизнес-модель позволяет наглядно представить, как компания создает, поставляет ценность для потребителя и получает от этого прибыль. Особенное внимание уделено блокам: потребительские сегменты, ценностное предложение, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами. Так как по данным направления у компании выявлены основные пробелы в фиксации и понимании данных аспектов, по некоторым блокам не велись какие-либо работы вовсе.

Литература

1. Остервальдер, А., Пинье, И., Смит А., Бернарда, Г. Разработка ценностных предложений. / А. Остервальдер, И. Пинье, А. Смит, Г. Бернарда; пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2018. – 312 с.
2. Газоанализатор ИДК-10. Буклет.
3. Гасман О., Франкенбергер К., Шик М. Бизнес-модели. / О.Гасман, К. Франкенбергер, М. Шик; пер. с англ. – М.: Альпина Паблшер, 2016. – 500 с.

АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ ПОДДЕРЖКИ БРЕНДОВ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

Т.А. Селькова, П.А. Торлопова

Научный руководитель – д.э.н., профессор Л.И. Бушуева

ФГБОУ ВО «Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина»,
Сыктывкар, Республика Коми, Россия

tanya.selkova@mail.ru
torlopovap@gmail.com

Аннотация

В данной статье проанализированы региональные проекты поддержки брендов местных производителей в Республике Коми. Выполнен краткий обзор местных производителей и их деятельности. Выявлены актуальные проблемы продвижения товаров местных производителей Республики Коми, а также предложены варианты решения проблем с продвижением местных товаров.

Ключевые слова

Малое и среднее предпринимательство, государственная поддержка, программы поддержки, Республика Коми, местные производители, региональные бренды.

В условиях нынешней рыночной конкуренции производители местной продукции Республики Коми нуждаются в различных формах поддержки со стороны государственной власти: финансовая, материально-техническая, информационная и другие. Актуальным становится вопрос о формировании потребительского патриотизма среди жителей для продвижения Коми - продукции, как в регионе, так и на внешних рынках, и поддержания оптимального уровня конкурентоспособности местной продукции на потребительском рынке.

Описание брендов местных производителей и их деятельность

Рассмотрим описания фирм - производителей продуктов питания в городе Сыктывкаре.

1. ОАО «Птицефабрика Зеленецкая»

Открытое акционерное общество «Птицефабрика Зеленецкая» существует с 1990 года. В 2008 году, к птицефабрике был присоединен «Зеленецкий свинокомплекс». После завершения реконструкции высокоэффективное предприятие перерабатывает в год до 6600 тонн свинины в живом весе. Успех деятельности птицефабрики заключается в максимальной приближенности производства к потребителю [5].

2. ООО «Пригородный»

Компания «Пригородный» образована в 1976-м году в Сыктывкаре, в Республике Коми. Специализируется на трёх направлениях – цветах, овощах, молочной продукции. В ассортименте представлены такие товары, как сливочное масло, сливки, молоко, сметана, огурцы, помидоры, розы, тюльпаны и прочие категории [8].

3. Сыктывкарская кондитерская фабрика ООО «Састор - С»

Сыктывкарская кондитерская фабрика основана в 1997 года. Продукция изготавливается из натурального сырья производителей, без применения консервантов и искусственных красителей. В ассортимент компании укладывается 80 наименований тортов и пирожных, произведенных по традиционной классической рецептуре [3].

4. Сыктывкарский молочный завод (бренд «Белая поляна»)

Молочная продукция, выпускаемая заводом, поставляется в торговые точки Сыктывкара, а также, в ближние и дальние районы Республики Коми. Предприятие

перерабатывает свыше 60 тонн сырья в день, выпускает более 30 наименований молочной продукции. В основном это традиционные, классические виды: молоко, кисломолочная продукция, сметана, творог, масло сливочное [12].

5. ОАО «Сыктывкарский ликеро-водочный завод»

Акционерное общество «Сыктывкарский ликеро-водочный завод» является ведущим производителем алкогольной продукции на рынке Республики Коми и одним из крупнейших заводов в Северо-Западном регионе [9].

6. ОАО «СыктывкарПиво» - Пивоваренный завод

АО «Пивоваренный завод «Сыктывкарский» - крупнейшее предприятие пищевого комплекса Республики Коми. Завод производит 16 сортов пива, 16 наименований безалкогольных газированных напитков, квас, горчицу, майонезы, соусы, питьевую воду. Производственные мощности позволяют выпускать в год 1,4 млн дал пива, 1 млн. дал напитков, 500 тонн майонеза, 100 тонн горчицы [10].

7. ООО «СыктывкарХлеб»

Основным видом деятельности завода является производство и реализация хлеба, хлебобулочных, сухарно-бараночных и кондитерских изделий. Ассортимент, вырабатываемый на предприятии, насчитывает более 300 наименований сертифицированной продукции. Предприятие занимает доминирующее положение на рынке производства продовольственных товаров города Сыктывкара [11].

8. ООО «Исток-Д»

Компания «Исток-Д» разливает воду в бутылки непосредственно из подземных глубин. В производственной линейке предприятия — 6 наименований минеральных питьевых лечебно-столовых вод [6].

9. ООО «Эколайн»

Вода «Краснозатонская Серебряная» - лидер рынка питьевой бутилированной воды в г. Сыктывкаре и Республике Коми [7].

10. ООО «ПродТор2Ком»

Сегодня предприятие функционирует в качестве цеха по переработке овощей и выпускает более 300 наименований сертифицированной продукции, а именно, капуста, маринованная с различными наполнителями, огурцы соленые, малосольные, закуски корейские, салаты из морской капусты и так далее [12].

Проблемы, с которыми сталкиваются местные производители

Проанализировав систему продвижения местной продукции, мы выделили ряд проблем у производителей, которые не позволяют в полной мере развиваться на рынке продовольственной продукции и конкурировать с крупными ретейлерами.

Проблемы, с которыми сталкиваются производители:

- высокая себестоимость продукции, производимой в регионе;
- дорогостоящие затраты на логистику;
- проблемы с документацией (продление сертификата декларации о соответствии качества продукции);
- проблемы с упаковкой и маркировкой местной продукции;
- информационный барьер между органами власти и производителями.

В информационной и финансовой поддержке нуждаются производители и торговая площадка, где представлены товары местного производства в большей степени. Также возникают потребности в складских помещениях. Но в условиях современного рынка предпочтение отдается в поддержке фермеров и заводов. Правительство заинтересовано в поддержке и продвижении производителей местной продукции, так как главный аргумент власти – налоги в региональный бюджет. Но, тем ни менее, правительство не может поддерживать производителей в полной мере, так как существует угроза - нарушить федеральное законодательство. Вследствие этого поддержка в большей степени основывается на конкурсных состязаниях.

Следовательно, необходимо проанализировать меры государственной поддержки местным производителям, чтобы узнать каким образом, органы власти помогают и решают данные проблемы.

Региональные проекты поддержки брендов местных производителей в Республике Коми.

Государственная поддержка в Республике Коми оказывается на постоянной основе. Власти взялись за продвижение товаров местного производства с 2011 года. Первым, и самым масштабным проектом было создание интернет-портала сделано-в-коми.рф, который нацелен на аккумулирование обширной информацией о производителях товаров и услуг на территории РК, возможность расширения рынка сбыта и привлечения инвестиций, включая информацию о распродажах и свежих промышленных новостях, анонсах тематических отраслевых выставок, информацию о продавцах промышленных товаров и оборудования, поиск поставщиков и партнеров и так далее.

Рассмотрим реализуемые программы (проекты) поддержки производителей местной продукции в Республике Коми, целью которых является обеспечение полноценной работы и развития малого и среднего бизнеса на территории Российской Федерации, тем самым повышая уровень жизни граждан вне зависимости от сложившейся неблагоприятной экономической ситуации в стране.

Были отобраны 3 программы, которые должны были решить значимые проблемы:

- *проект «Выбирай Наше»;*
- *проект «Расширение доступа Коми производителей к внутренним и внешним рынкам для диверсификации и повышения устойчивости экономики региона»;*
- *региональная торговая сеть «Матё».*

Первый проект на рассмотрении - **«Выбирай Наше»**. Основной целью министерства было внедрить в проект электронную площадку для предложения и дальнейшей реализации продукции сельхозпроизводителей в Республике Коми, создать некую замкнутую структуру, которая бы помогала сельхозпроизводителям существовать на рынке и продавать собственную продукцию [2].

Но заинтересованные стороны проекта воспринимают результат различно. Для органов власти проект дал визуализацию бренда, но развить его и выйти на внешний рынок не удалось, так как проект был направлен на потребителей Республики Коми. Для производителя – проект не дал результатов, так как при реализации не был отработан на 100%, не было работы со средствами массовой информации, а также никто не работал с мышлением и восприятием потребителя. Все, что осталось от проекта – товарный знак рядом с ценником на полке. Для окончательного потребителя в 60% проект не дает результатов, что можно подтвердить результатом опроса населения. Дальнейшую перспективу развития проекта не видит ни одна из сторон, только если его не модифицируют и не доработают в полной мере, чтобы проект действительно выполнял свою поставленную цель.

Следующий проект поддержки - **«Расширение доступа Коми производителей к внутренним и внешним рынкам для диверсификации и повышения устойчивости экономики региона»**. Идея выражена в самом ее названии, предполагает повысить доступность внешних и внутренних рынков для местных производителей путем создания логистической инфраструктуры, кооперацию местных производителей и повышения лояльности к их продукции.

Система состоит из нескольких направлений: во-первых, это продвижение местной продукции Республики Коми. Необходимо сделать продукцию узнаваемой и провести бренд региона, под которым можно было продавать продукцию собственного производства. Во-вторых, это выстраивание логистической сети, чтобы произвести вывоз продукции местных производителей за пределы региона. На текущий момент этот вопрос остается открытым, поэтому необходимы договорные отношения.

На текущий момент круг участников данного проекта не определен. Среди субъектов малого и среднего предпринимательства проведен опрос о готовности участия в проекте, 52 организации высказали заинтересованность.

Хоть проект и рассчитан на производителей местной продукции и находится на стадии развития, представитель от производителей уточнил, что до него такая информация о проекте пока не доходила.

От проекта органы власти ожидают масштабных результатов. Во-первых, это эффективная система поддержки, стимулирующая продажу продукции. Во-вторых, к 2025 году в планах увеличить до 30% (сейчас 15%) долю местных товаров в розничном товарообороте. В-третьих, увеличение годовых объемов продаж продукции Комипроизводителей с 15 млрд до 20 млрд рублей через четыре года после запуска программы. В-четвертых, увеличение продаж Комипроизводителей на рынки других регионов в 1,5 раза. В-пятых, сократить долю затрат на логистику и транспорт. В-шестых, повысить уровень узнаваемости продукции Комипроизводителей до 75% [1].

Далее был проведен анализ регионального коммерческого проекта по поддержке малого и среднего предпринимательства производителей местной продукции и его реализации через торговую сеть «Матё».

Основная цель проекта - создание региональной сети, которая продвигала бы продукцию региона, а также создавала торговую площадку, на которую местные сельхозпроизводители смогли бы выставлять свою продукцию [4].

Но у торговой сети также был выявлен ряд проблем, который напрямую связан с проблемами местных производителей. Из-за высокой себестоимости продукции, в торговой сети – высокие цены на данную продукцию, так как прибыль торговой сети тоже необходимо извлекать из деятельности. Из-за высоких затрат на логистику много интересных позиций не поступает в торговые точки. Из-за проблем с документацией и сертификацией продукции у производителей – снимаются позиции с полок в магазине. Из-за проблем с упаковкой и маркировкой (некачественный внешний вид товара) – продукция не привлекает к себе внимания и долго не продается. Из-за информационного барьера между потребителем и органами власти – нет государственной поддержки в полной мере.

«Региональная Торговая Сеть «Матё» является визитной карточкой города Сыктывкара и, в целом, Республики Коми, необходимо было проверить качество обслуживания персонала. В ходе исследования выяснилось, что сотрудники не во всех магазинах следуют четкому стандарту обслуживания (отсутствие бейджа, стандартов обуви, пренебрежение перчатками при раскладке товаров). Несмотря на то, что персонал знает всю информацию о продукции, заинтересованности в клиенте нет. В данной торговой сети, такому инструменту продвижения, как «прямые продажи», не уделяется особого внимания.

По результатам исследования, мы можем увидеть, что реализуемый проект РТС «Матё» по поддержке местной продукции для каждой из заинтересованных сторон разный. Идея интересная и перспективная, только необходима информационная и финансовая поддержка. А также существует потребность в налаживании связи с поставщиками местной продукции, которым также необходима государственная поддержка с оформлением всей документации и сокращением затрат на логистику. Необходимо взять в штат маркетолога, чтобы разгрузить с директора РТС деятельность по рекламной кампании и расчетов эффективности [13].

Проект по созданию торговой площадки «Региональная торговая сеть «Матё» действует на данный момент для производителей достаточно эффективно, но прибыли не приносит. Аналогичных сетей по Российской Федерации множество, необходимо проследить их положительный опыт по развитию и перенести их на наш регион.

Вывод и рекомендации по решению проблем.

Таким образом, можно увидеть, что проблемы у производителей имеются, и требуют решений для дальнейшего развития фирм и продвижения местной продукции. Программы по

поддержке брендов местных производителей реализуются, но всегда приносят желаемых результатов.

Для решения проблем производителей местной продукции, необходимо:

1. Создание единого интернет – пространства не только с целью информирования и продвижения, а также и с целью сбыта и доставки товара;

2. При создании новых проектов поддержки опираться на положительный опыт других регионов.

Литература

1. Государственная программа Республики Коми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/412716730> – (Дата обращения: 10.04.2019).
2. Инвестиционный портал Республики Коми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://invest.rkomi.ru/> – (Дата обращения: 17.05.2019).
3. Каталог производителей продуктов питания г. Сыктывкара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://productcenter.ru/producers/r-komi-riesp-180/c-syktvykar-2791/catalog-produkty-pitaniia-45> – (Дата обращения: 24.03.2019).
4. Основная информация по магазину «Матё» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mshp.rkomi.ru/dictionaries/novosti-15/9027> – (Дата обращения: 24.03.2019)
5. Официальный сайт «Зеленецкая Птицефабрика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zpfrk.ru/o-kompanii> – (Дата обращения: 24.03.2019).
6. Официальный сайт Исток-Д [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://istok-d.ru/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
7. Официальный сайт воды «Краснозатонская Серебряная» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ecoline-komi.ru/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
8. Официальный сайт «Пригородный» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://old.prigorodkomi.ru/about/history/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
9. Официальный сайт СЛВЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.slvz-rk.ru/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
10. Официальный сайт СыктывкарПиво [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pivokomi.ru/o-kompanii/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
11. Официальный сайт СыктывкарХлеб [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://s-hleb.ru/> – (Дата обращения: 24.03.2019).
12. Официальный сайт Сыктывкарского молочного завода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.syktmoloko.ru/istoria> – (Дата обращения: 24.03.2019).
13. Сделано в Коми. Промышленный портал в Республике Коми. ООО «ПродТоргКоми» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn----6kcjhgzpepgme5a.xn--p1ai/index.php?mod=firm&id=86> – (Дата обращения: 10.04.2019).

РОЛЬ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА В ОБЛАСТИ ЦИФРОВИЗАЦИОННОГО ОСНАЩЕНИЯ МЧС РОССИИ

И.В. Смирнова, М.В. Шугаева, О.А. Лихолай

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России, Санкт-Петербург, Россия

Shugaevam@bk.ru

Аннотация

На современной ступени технического развития эффективное функционирование системы обеспечения защиты населения и территории от чрезвычайных ситуаций невозможно без использования научных и технических новшеств. Успех от применения новых моделей предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций основывается на применении инновационных цифровых технологий. Основная роль научно-технического прогресса в области цифровизационного оснащения МЧС России состоит в непрерывном исследовании новых открытий в науке и технике, а также в грамотном и актуальном применении их результатов в целях обеспечения эффективной защиты от чрезвычайных ситуаций.

Ключевые слова

Научно-технический прогресс, цифровизация, МЧС России.

На сегодняшний день отечественная экономика стремительно осваивает переход на инновационный путь. Особое внимание уделяется ускорению темпов экономического развития страны, которое неразрывно связано с ускорением научно-технического прогресса.

Научно-технический прогресс (НТП) представляет собой процесс научной деятельности и результат этого процесса, который отражается в совершенствовании техники, технологий, товаров и услуг на основе применения результатов научно-технических исследований для увеличения социального, экономического, информационного и экологического эффектов [1]. НТП обусловлен непрерывным процессом количественного роста и качественного совершенствования вещественно-материальных элементов общественной жизни и методов их соединения в процессе реализации на базе новейших достижений науки и техники. Основные признаки НТП представлены на рис. 1.



Рисунок 1. Признаки научно-технического прогресса [1]

Внедрение и эксплуатация новых технологий и техники, оптимизация организации производства и труда создают определенный экономический эффект, например, увеличение производительности труда, повышение фондоотдачи, снижение затрат на производство единицы продукции, улучшение качества продукции, увеличение ее выпуска и другим позитивным экономическим явлениям [2].

Для того, чтобы экономического развития страны было эффективным необходимо проводить единую государственную научно-техническую политику, которая представляет собой систему целенаправленных мер, обеспечивающих комплексное развитие науки и техники, а также внедрение их результатов в экономику. Научно-техническая политика РФ отражена в Федеральном законе № 127-ФЗ от 23.08.1996 «О науке и государственной научно-технической политике», где четко определены приоритеты в развитии науки и техники РФ и основные положения научно-технической политики, представлены положения о государственной поддержке инновационной деятельности в стране, а также выделены основные принципы и цели государственной научно-технической политики.

В России защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций (ЧС) техногенного, экологического и природного характера и от опасностей, возникающих при ведении или вследствие военных действий, считается приоритетным направлением в деятельности государства. Защита населения и территорий от ЧС подразумевает решение таких вопросов, как определение степени возникновения угроз и опасностей, расчет уровня реагирования на них, определение состава необходимых сил, средств и организационных структур [5].

На основе федеральных целевых программ и результатов ранее выполненных НИОКР, приоритетных направлений развития науки, техники и технологий в России, отечественных открытий в области науки и техники, а также основных исследований Российской академии наук формируется научно-техническая политика МЧС России. Основные положения данной политики регулирует Приказ МЧС России от 26.10.2009 № 611 «Об утверждении Положения об организации научно-технической деятельности в Министерстве Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий».

Основная цель научно-технической политики МЧС России заключается в создании технических средств для защиты населения и территорий от воздействия ЧС различной природы, а также в обеспечении безопасности на водных объектах и пожарной безопасности. Сущность правовых, экономических и организационных основ инновационной деятельности МЧС России представлены на рис. 2.

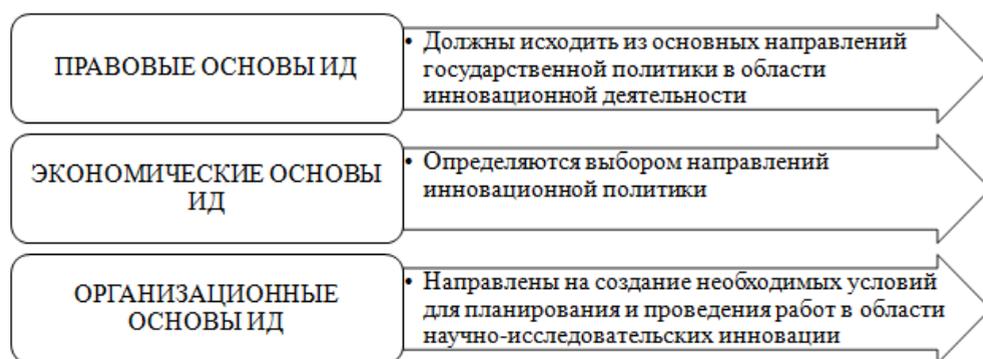


Рисунок 2. Основы инновационной деятельности МЧС России [1,5]

Научные исследования и практическая их реализация в системе МЧС России направлены на создание новых технических и технологических разработок, получение новейших результатов, развитие и совершенствование нормативно-правовой базы, а также генерирование научного запаса для дальнейшей работы в пределах основных функций и задач, возложенных на МЧС России. При этом решение основной задачи МЧС России, а именно – защиты от ЧС требует внедрения в область ее деятельности передового опыта и современных достижений науки и техники в целях обеспечения высокой эффективности и надежности. На рис. 3 представлены основные формы НТП, а также приведены примеры НТП, разработанные для МЧС России.



Рисунок 3. Формы научно-технического прогресса [5]

Представленные выше формы НТП обуславливают друг друга: эволюционный, т. е. количественный опыт отдельных достижений приводит к качественным преобразованиям сил производства. А переход к совершенно новым технике и технологиям определяет начало другого этапа их эволюционного развития [1].

К группам технических новшеств и нововведений в пожарной безопасности, по которым определяется экономическая эффективность, относится разработка, производство и применение новых или модернизация имеющихся технологий, а также изобретения и рационализаторские предложения. Говоря об основных направлениях НТП с точки зрения пожарной безопасности необходима разработка совершенно новых материалов с определенными заранее пожароопасными свойствами, создание в соответствующем направлении безотходных, энергосберегающих технологических процессов, а также биотехнологий.

В рамках научно-технической политики за последнее десятилетие в системе МЧС России стало уделяться большое внимание научным исследованиям, поскольку их практическая реализация ориентирована на получение новых знаний и разработок в сфере гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах [5]. Очевидно, что внедряемые новые технологии обладают более высокими технико-экономическими характеристиками и имеют особую социальную

значимость. Новая усовершенствованная техника позволяет выполнять МЧС России свои задачи и функции на более высоком уровне.

Основные направления политики МЧС России в области научно-технического прогресса включают 5 базовых направлений, представленных на рис. 4.

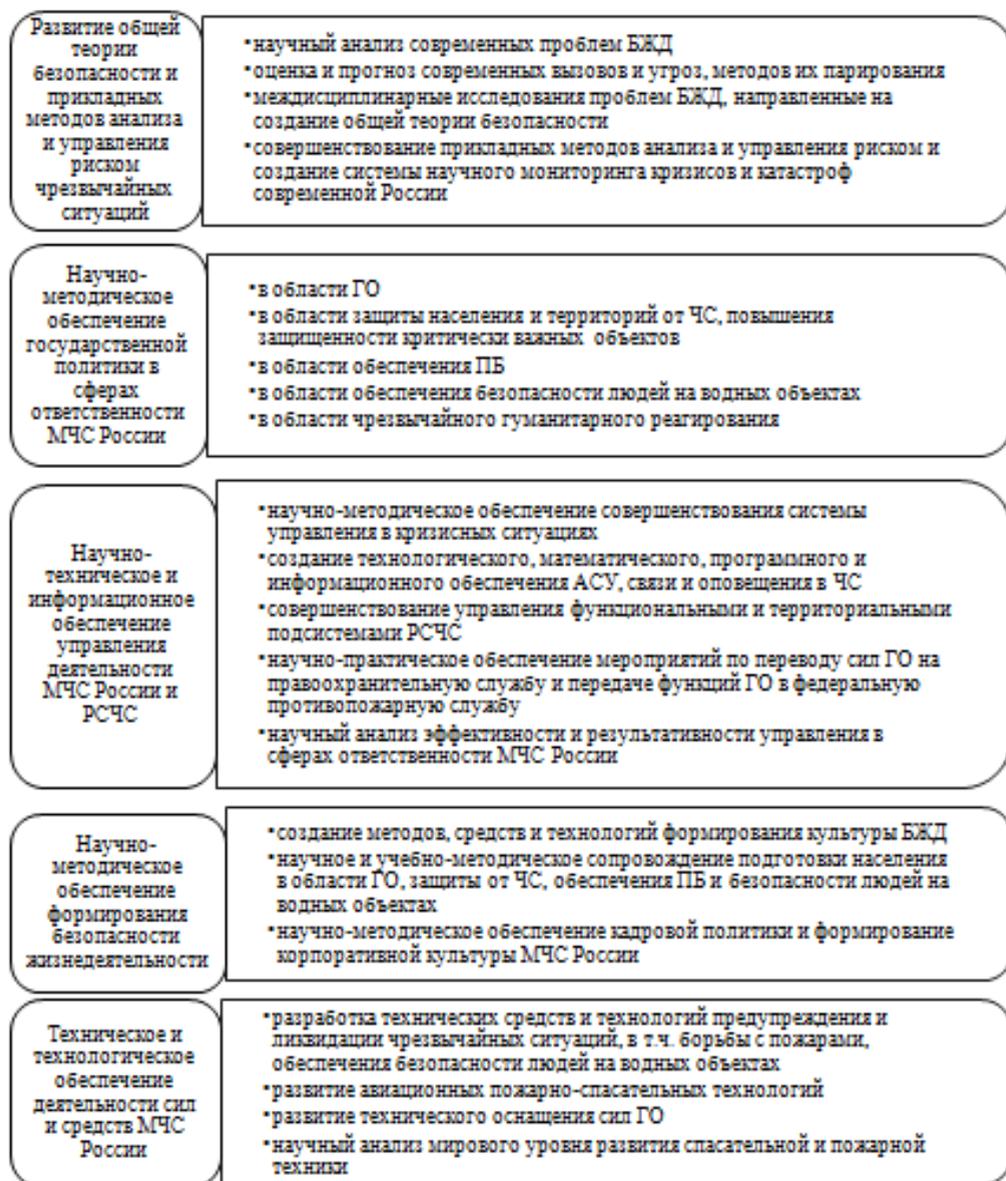


Рисунок 4. Основными направлениями научно-технической политики МЧС России [5]

На сегодняшний день МЧС России является участником национальной программы «Цифровая экономика», распланированная вплоть до 2030 года [4]. В рамках данной программы реализуются такие проекты как «Информационная безопасность» и «Искусственный интеллект». Участие в данных проектах МЧС России позволит совершить

рывок в развитии информационных технологий в области предупреждения ЧС и повысить достоверность моделирования обстановки для принятия своевременных управленческих решений [3].

Кроме того, в 2019 году МЧС России совместно с Российской академией наук, а также лидерами цифрового сектора на основе разработок в области искусственного интеллекта приступило к реорганизации системы управления Единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) [3].

Таким образом, основная роль научно-технического прогресса в области цифровизационного оснащения МЧС России заключается в постоянном изучении достижений науки и техники, а также в своевременном и грамотном использовании их результатов для повышения уровня защиты от чрезвычайных ситуаций. Цифровизация в настоящее время является одним из приоритетных направлений развития не только на национальном уровне, но и международном, поскольку успех от применения новых моделей предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций основывается на применении инновационных цифровых технологий. В системе МЧС России научные исследования и практическая их реализация главным образом должны быть направлены на внедрение новых разработок технологий и техники, получение новых результатов, развитие и совершенствование нормативно-правовой базы, а также создание научного задела для проведения работ в рамках возложенных на МЧС России задач.

Литература

1. Жанназарова Г.К., Талипова Р. Н. Научно-технический прогресс – положительные и отрицательные стороны // Молодой ученый, – №21. 1, 2016. – С. 16–19.
2. Семина А.Н., Негреева В.В. Классификация стратегий инновационного развития для формирования инновационной активности организации // IX Международная научно-техническая конференция «Низкотемпературные и пищевые технологии в XXI веке» (Санкт-Петербург, 13–15 ноября 2019г.): материалы конференции – Т. II, 2019. – С. 330–334.
3. МЧС станет участником программы «Искусственный интеллект» [Электронный ресурс] //Национальная Ассоциация нефтегазового сервиса, 2020. – Режим доступа: <https://nangs.org/> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Национальная программа Цифровая экономика Российской Федерации [Электронный ресурс] //TADVISER, 2020. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/> – (Дата обращения: 03.05.2020).
5. Официальный сайт МЧС России [Электронный ресурс], 2020. – Режим доступа: <https://www.mchs.gov.ru/> – (Дата обращения: 30.04.2020).

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НИШЕВЫХ СЕГМЕНТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО РЫНКА

Д.В. Соловьева, А.М. Егорова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

Alinamay96@yandex.ru

Аннотация

Компании часто задаются вопросом – диверсифицировать бизнес или же специализировать его на узком сегменте рынка? Чтобы эффективно конкурировать на рынке инновационных товаров и услуг, компании обращаются к нишам потребителей и стратегии нишевого маркетинга. В статье представлен краткий анализ нишевого маркетинга посредством обзора маркетинговых исследований и, тем самым, обеспечена основа для дальнейших научных исследований и выводов, которые будут использоваться практиками.

Ключевые слова

Стратегия нишевого маркетинга, рынок инновационных продуктов, анализ потребителей.

Введение

Развитие российского рынка, за исключением отдельных примеров, свидетельствуют о тенденции стремления компаний из разных областей к диверсификации своих услуг и товаров. Однако в контексте данной работы стоит рассмотреть плюсы и «подводные камни» противоположной стратегии – узкой специализации компаний. В западной специфике данная стратегия достаточно успешна.

В условиях современного поэтапного развития общества ключевыми факторами роста мировой экономики являются влияние науки и применение инновационных разработок. Экономическая результативность разработки и последующего внедрения на рынок любых инновационных услуг или товаров обладает ограничениями — это могут быть как субъективные потребительские барьеры, так и институциональные, и региональные, психологические и социальные факторы, которые создают препятствия для диффузии инноваций. Вследствие присутствия всех перечисленных факторов появляется стратегическая неопределенность рынка инновационных продуктов и услуг, а также компаний, которые работают в этой области инноваций.

Специфика инновационных рынков образует сложности при применении классической методологии исследований традиционных услуг и товаров. В этой связи интерес представляет исследование узких сегментов потребителей, потребительские качества которых часто неизвестны производителям, из-за чего некоторые потребности и запросы потребителей остаются вне поля зрения во время разработки нового инновационного продукта [4]. С целью удовлетворения потребностей узких сегментов потребителей, компаниям необходимо изучать их потребительские характеристики с помощью маркетингового анализа. Однако на данный момент важность проведения маркетинговых исследований и анализа недооценена.

Сегодня на рынке присутствуют компании, у которых есть потребность в инструменте, позволяющем выявить не охваченные узкие сегменты, ниши потребителей, целенаправленная работа с которыми позволит компаниям увеличить эффективность маркетинговых действий и поддерживать конкуренцию, в том числе в условиях кризиса, закрепляясь в рамках привлекательной ниши потребителей.

С целью эффективной конкуренции современные компании рынка инноваций обращаются к нише потребителей или *niching* (взято с англ. «*Niching*» — процесс поиска ниши

рынка). Стоит отметить, что такая стратегия разделения рынка на очень маленькие сегменты и последующего выбора узконаправленного сегмента аудитории для обслуживания может быть неосуществимой для всех компаний. Несмотря на преимущества стратегии нишевого маркетинга, есть также и определенные риски. Проводя анализ возможностей ниши для каждого элемента в наборе маркетинга, компания может принять решение, обладает ли она ресурсами для обслуживания ниши или же существует нехватка ресурсов.

В данной статье представлен анализ научной литературы на тему поиска и анализа нишевых сегментов потребителей рынка инноваций, приведены имеющиеся маркетинговые подходы и модели сегментирования потребителей рынка, раскрыто понятие нишевой маркетинг и приведен краткий обзор последних исследований на тему поиска и работы с нишами потребителей, тем самым обеспечена основа для дальнейших научных исследований и идей, которые будут использоваться для разработки универсальной модели анализа нишевых сегментов.

В целом существуют различные подходы к нишевому маркетингу, но не было всеобъемлющего и систематизированного обзора нишевых маркетинговых исследований со времени работы Dalgic и Leeuw [2]. Отсутствие актуальных и четких рекомендаций для практиков, основанных на исследованиях, затрудняет эффективное использование концепции нишевого маркетинга и снижает вероятность получения каких-либо преимуществ нишевого маркетинга. В свете этих проблем цель данной статьи - представить краткий статус нишевого маркетинга посредством обзора недавних нишевых маркетинговых исследований и, тем самым, обеспечения основы для дальнейших научных исследований и выводов, которые будут использоваться практиками. Оставшаяся часть этого документа организована следующим образом: сначала мы опишем область применения и аналитический подход этого обзора, затем результаты представлены с точки зрения выявленных подходов к исследованию, причин, по которым фирмы начинают нишевый маркетинг, преимуществ и критериев успеха нишевого маркетинга, условий, в которых применяется нишевый маркетинг, и выявления потенциальных проблем в использовании нишевого маркетинга. Затем предлагается обсуждение полученных результатов с последующим предложенным определением нишевого маркетинга. Наконец, эта статья предоставит рекомендации для практиков и для дальнейших научных исследований.

Аналитический подход

Этот обзор нацелен на анализ научных статей по теме поиска и исследования нишевых сегментов потребителей с целью дальнейшей разработки нового инновационного продукта начиная с 1994 года. Первым шагом стал поиск в базе данных JSTORE научных публикаций зарубежной периодики, по ключевым словам, «нишевой рынок / маркетинг / стратегии концентрированного маркетинга» в цитатах и рефератах в академических (в том числе рецензируемых) и журналах. Были добавлены документы, которые ссылаются на работу Dalgic and Leeuw [2]. За период с 1994 г. по 4 августа 2011 г. в результате поиска было получено 522 публикации.

На следующем шаге был использован ряд терминов для сужения количества публикаций: «драйверы / результаты / эффекты / последствия» и «производительность / прибыльность нишевого маркетинга». Этот поиск проводился по всему тексту документа (при наличии). В ходе этого процесса количество статей было сокращено до 231. На шаге 3 эти публикации были рассмотрены с целью исключения несоответствующих статей, в том числе статей, опубликованных в смежных дисциплинах (таких как биохимия), дубликаты и т. д. В ходе этого процесса количество документов было сокращено до 92. На этапе 4 оставшиеся документы были проверены вручную. На этом этапе 74 статьи были исключены из дальнейшего анализа, поскольку им не хватало эмпирического или теоретического вклада, а 18 работ были сохранены для анализа. Наконец, на шаге 5 каждая статья была закодирована с точки зрения принятого исследовательского подхода и его результатов.

Результаты

В рамках анализа литературы как в зарубежной, так и в российской периодике было выделено несколько вариаций операционализации понятия «нишевой маркетинг». Определения часто основаны на версиях авторов Dalgic и Leeuw's: «Нишевой маркетинг – это позиционирование в рамках малых прибыльных однородных сегментов рынка [...], которые не задействованы другими участниками рынка» [2].

Нишевой маркетинг является популярной концепцией среди ученых и практиков, более того, сегодня он используется в качестве важного инструмента в наборе маркетологов. Тем не менее, нет общепринятых теоретических основ для нишевого маркетинга.

Результаты этого обзора представлены в таблице и включают в себя выявленные подходы и выводы с точки зрения причин, преимуществ, критериев успеха, условий и потенциальных проблем стратегии нишевого маркетинга. Только две публикации, применяют количественный анализ, в то время как в остальных документах используется некоторая форма качественных методов.

Таблица

Анализ научных публикаций согласно тематике изучения ниш

№	Метод анализа в источнике	Выделяемые преимущества стратегии	Возможные проблемы стратегии	Рынок	Автор
1	Интервью	Рост прибыли, маржинальность	Недостаток знаний запросов потребителей	Пищевая промышленность	O'Reilly [5]
2	Интервью	Поддержание конкурентоспособности	Выход конкурента на нишу потребителей	Рынок инновационной медицины	Lindsay [4]
3	Интервью	Рост прибыли и уровня продаж, высокая лояльность клиентов	Медленный рост	Финансовый рынок	Cameron [1]

Обзор научной литературы показал, что многие компании в основном начинают с нишевого маркетинга либо по возможности, либо, в случае рынка инноваций, по необходимости, что описывает в своей статье Cameron [1]. Кроме того, было выявлено, что преимущества реализации нишевого маркетинга состоят в возможности роста, создании дополнительной стоимости и прибыли компании, увеличении продаж и доли рынка, удержании / лояльности клиентов, повышенной конкурентоспособности, более высокой частоте покупок и производительности компании в целом.

Существует множество критериев успеха нишевого маркетинга: уникальность продуктового решения для ниши потребителей, высокое качество продукции, динамические возможности, частичная защита компании от конкуренции, нишевой маркетинг является эффективным вариантом в различных условиях и отраслях. Кроме того, несколько авторов предупреждают о возможных проблемах, связанных с нишевым маркетингом, таких как отсутствие глубоких знаний о рынке и запросах клиентов, завоевание ниши потребителей конкурентами, ценовое давление.

Согласно мнению американских ученых Dalgic и Leeuw, увеличение разнообразия вкусов и привычек потребителей и меняющиеся потребности бизнеса и организационных рынков, скорее всего, не так опасны для тех компаний, которые смогут адаптировать свои предложения не только для массового, но и для нишевого потребителя, поэтому именно рынок инновационных продуктов и услуг может иметь успех в рамках следования данной стратегии [2]. Суть этого мышления заключается в том, что нишевой маркетинг позволяет лучше проанализировать и понять запросы потребителей, и в результате компания может взимать существенную надбавку к расходам из-за добавленной стоимости. Другими словами, Dalgic and Leeuw предполагают, что нишевой маркетинг способен обеспечить высокую

маржинальность компании, в то время как массовый маркетинг, обеспечивает большой охват аудитории [3].

Кроме того, из-за особенностей формирования ниш существует проблема измерения их количественных показателей. Если нишевые сегменты действительно уникальны, измерения различий и сходств между потенциальными нишами и сравнениями этих ниш будет трудным в осуществлении. Согласно исследованию Линдси [4], нишевый сегмент не обязательно должен быть «маленьким», он может быть «узким». Например, некоторые фирмы, которые, как утверждают, придерживаются нишевой стратегии, такие как Johnson & Johnson [3] работают на рынках с аудиторией, которая по большинству стандартов не описана как «маленькая».

В целом этот литературный обзор предполагает, что нишевый маркетинг следует рассматривать не как теорию, а скорее, как прикладную стратегию и, возможно, как крайний случай теории сегментации. Следует также отметить, что эта прикладная стратегия может использоваться на нескольких уровнях, как на уровне конкурентной стратегии, так и на уровне принятия маркетинговых решений [5].

В целом таблица обеспечивает основу для дальнейших дискуссий и является примером для практиков, анализирующих почему, как, когда и какие меры предосторожности следует предпринять, чтобы успешно применять стратегию нишевого маркетинга с целью увеличения прибыли, цен, продаж, роста, доли рынка и конкурентоспособности компании. Менее часто сообщается о таких преимуществах, как создание стоимости, повышение конкурентоспособности и лучшая защита от конкуренции. Важно отметить, что большинство из заявленных в работах преимуществ или результатов нишевого маркетинга основаны на предполагаемых преимуществах, а не на фактических или проверенных преимуществах.

Литература

1. Cameron, G. "Competing in global niche markets: the case of Macquarie Bank", *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 29 No. 4, 2011, – pp. 293-307.
2. Dalgic, T., Leeuw, M. "Niche marketing revisited: concept, applications and some European cases"/ *European Journal of Marketing*, 1994, pp. 39-55.
3. Kotler, P. "From mass marketing to mass customization"/ *Planning Review*, Vol. 17 No. 5, 1989, – pp. 10-47.
4. Lindsay, M. "Today's Niche marketing is about narrow, not small"/ *Advertising Age*, June 4, 2007. – pp. 272-284.
5. O'Reilly, A.J., "Corporate growth: 125 years at the Heinz table"/ *The Journal of Business Strategy*, Vol. 16 No. 3, 1995, – pp. 11-13.

ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В АРМЕНИИ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

А.У. Унанян

Армянский государственный экономический университет,
Ереван, Армения

anahunanyan.1992@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются текущее состояние развития инновационной сферы в Армении, основные результаты экономической активности, основные особенности, а также позиционирование на мировом рынке. Представлены возможности и особенности развития инновационной сферы в Армении. В статье рассматриваются основные вопросы статистики отрасли и причины их возникновения, необходимость системного контроля и ведения единого реестра, что позволит свести к минимуму расхождения между показателями.

Ключевые слова

Стартап-экосистема, инновации, интеллектуальный капитал, высокие технологии.

В современных мировых реалиях, в связи с динамичным развитием и перманентной переоценкой интеллектуального потенциала во всех областях экономики мы каждый день наблюдаем создание новых креативных идей. Инновации стали необходимым условием для удовлетворения потребностей людей и для того, чтобы сделать обыденную жизнь человека более комфортной и наполненной новаторскими решениями.

Понятие стартап в последнее время стало одним из самых современных и часто употребляемых терминов. В экономике практически не осталось областей, в которых новые бизнес-идеи не были бы связаны с этим термином и логикой его развития. Это обусловлено необходимостью создания, коммерциализации и генерации новых идей в бурно развивающемся инновационном мире.

Стартап – неформальная группа, человеческий институт или зарегистрированная компания, которая создает новый продукт или оказывает новаторские услуги в крайне неопределенной, изменчивой среде [1]. Генерация новых идей и в целом развитие инноваций представляет собой крайне динамичный и быстро меняющийся процесс. В связи с этим особенно важной становится интеграция страны в мировые тенденции, ее адаптируемость и гибкое обеспечение конкурентоспособности.

Армения не отстает от быстрых темпов развития технологий, обусловленных мировыми тенденциями, и унаследовав довольно богатый потенциал, продолжает добиваться больших результатов в этой сфере. Еще в годы СССР Армения считалась Силиконовой долиной Советского Союза. У истоков высоких технологий РА стоит решение одной из фундаментальных проблем математической теории, создание одного из первых вертолетов, основание теоретической астрофизики, проектирование и создание одного из первых в мире цифровых электронных вычислительных машин «Наири-2» и ряд других научных открытий, которые стали поворотными для всего мира. Сейчас в Армении действуют филиалы и дочерние компании таких мировых гигантов, как Synopsis, National Instruments, CISCO Armenian, инновационный центр Microsoft и другие. Ряд стартапов, созданных в Армении, уже завоевали и продолжают завоевывать международный рынок.

Например, армянское приложение PicsArt стало самым скачиваемым в мире приложением для редактирования изображений. Каждый месяц с его помощью примерно 100

млн человек редактирует 850 млн фотографий. SoloLearn – самая большая в мире мобильная площадка, обучающая программированию, она считается одной из самых быстро расширяющихся компаний. У армянского мобильного приложения для отправки сообщений Zangi ежедневно появляется 10 тысяч новых пользователей. Умный кошелек Volterman за короткое время добился рекордных показателей по краудфандингу на сайте Indiegog. Уникальная программа «Sevan Startup Summit» - единственная в мире неформальная конференция, которая привлекла более 1000 участников из разных стран мира. Еще один яркий пример в этом ряду - Центр креативных технологий «Tumo», в котором бесплатно обучается 7 тысяч детей. Это далеко не все примеры.

Залогом развития инновационной системы Армении, в частности, сферы ИТ, является создание и развитие со стороны государства благоприятной законодательной и инфраструктурной обстановки. Признание сферы информационных технологий приоритетной отраслью экономики и дальнейшее формирование системы государственных льгот стали одной из причин того, что большинство стартапов в Армении создаются именно в этой сфере. Сфера ИТ считается в стране одной из самых быстро развивающихся в экономике, средний рост в последние годы составил 28%.

В 2019 году в индустрии высоких технологий зафиксирован рост оборота на 30%. Сюда входит компьютерное программирование, электроника, микроэлектроника, а также другие направления высоких технологий. В 2019 году 230 организаций сферы ИТ получили налоговые льготы, в общем и целом, в этой сфере было создано 1200 новых рабочих мест [4].

Показательной характеристикой сферы может служить тот факт, что ИТ-компании входят в список крупных налогоплательщиков страны, что говорит об объеме налогов, которые они платят. В январе-декабре 2019 года в список 1000 крупнейших налогоплательщиков Армении были включены 25 компаний, осуществляющих программное обеспечение и 11 компаний, предоставляющих информационные услуги. В январе-декабре 2019 года по сравнению с аналогичным периодом 2018 года показатель налогов, выплаченных ИТ-компаниями, вырос на 30%.

О перспективах развития инновационной сферы в Армении свидетельствуют исследования ряда международных организаций.

Всемирный банк опубликовал доклад о реализации потенциала высоких технологий Армении, в котором представил возможности развития сферы ИТ, нынешнее состояние глобальной цепочки формирования стоимости и основные предложения касательно использования потенциала. Согласно докладу, посредством работы иностранных дочерних компаний Армения уже интегрируется в мировой рынок, а в результате масштабного развития стартапов в сфере высоких технологий был создан ряд организаций, которые добились мирового успеха. Армянские организации конкурируют во всем мире, предоставляя программные и технологические решения для ряда перпендикулярных использований.

Согласно данным, опубликованным Vc.ru, главной особенностью ИТ-сектора Армении является не только быстрый рост, но и достижение гендерного баланса. Армения занимает первое место в мире по вовлеченности женщин в ИТ: в отличие от 20-27% других стран, около 30% работающих в Армении - женщины. Согласно платформе «Danish Valuer» Ереван занимает 6-е место из 25 городов с самыми успешными стартапами в мире. И в списке из 10 городов, которые предоставляют лучшие карьерные возможности в области ИТ, представленных британским порталом «Business Technology Enterprise Times», Ереван занял 4-е место, уступив только Сан-Франциско, Нью-Йорку и Остину.

В 2019 году продолжился процесс открытия филиалов международных компаний, в том числе «Сервис Тайтон», «Тиско» и «Дата Арт». Примечательно, что в Армению вошла всемирно известная компания «Zailings», пополнение которой в области микроэлектроники и полупроводников вновь отделяет нашу страну как страну, отличающуюся развитием технологий в этой области.

7 марта 2018 года премьер-министр Армении утвердил концепцию создания инженерного городка в Армении, которая нацелена на формирование инновационной экосистемы и превращение страны в региональную Силиконовую долину.

Одним из важнейших достижений 2019 года можно считать проведение в Армении крупнейшего в мире конгресса в сфере IT WCIT 2019, в котором приняли участие более 2500 делегатов из 70 стран мира и представители сферы высоких технологий мирового масштаба [5].

В 2019 году в международной школе «UWC» была осуществлена программа технологических стартапов представителей армянской диаспоры «НерУж», на которой были представлены около 47 технологических стартапов из 47 стран мира [5].

В «Глобальном инновационном индексе - 2019», опубликованном Всемирной организацией интеллектуальной собственности (WIPO) Армения с 33,98 баллами заняла 64 место среди 129 стран мира, продвинувшись на четыре позиции по сравнению с прошлым годом (табл.). Примечательно, что Армения уже считается страной с доходом выше среднего и среди 34 стран этой группы занимает по ГИИ 15-ую строчку. В докладе Армения расположена в группе стран Западной Азии и признана страной, которая из года в год обеспечивает рост своих показателей [5].

Таблица

Позиция Армении в «Глобальном инновационном индексе-2019»

	Занимаемая позиция	Изменение:
ГИИ-2019	64	+4
Институты	64	+3
Человеческий капитал и исследования	107	+3
Инфраструктура	85	+8
Развитие рынка	55	+26
Научно-технические результаты	54	+8
Творческий подход	48	0
Развитие бизнеса	89	-1

Глобальный инновационный индекс создается на основе 80 различных индикаторов, которые сгруппированы в семи направлениях. Пять основных показательных групп субиндекса инновационных вложений (input): институты, человеческий капитал и исследования, инфраструктуры, развитие рынка, деловое развитие, а две группы субиндекса результативности: научные и технологические результаты и креативность. По субиндексу инновационных вложений Армения занимает 85-ю позицию с 39,36 баллами, а по результативному субиндексу – 50-ую позицию с 28,60 баллами.

По сравнению с прошлым годом Армения на 3 строчки улучшила свои позиции по группе показателей институтов, заняв 64-е место, по группе человеческого капитала и исследований республика заняла 107-ю строчку вместо 110-й, по инфраструктурам – 85-ю вместо 93-й, по развитию рынка – 55-ю вместо 81-й, по научным и технологическим результатам – 54-ю вместо 62-й. По креативности Армения сохранила 48-ую строчку и отступила только по развитию предпринимательства, заняв 89-е место вместо прошлогоднего 88-го. Среди стран региона Армения занимает предпоследнее место, обходя Азербайджан, а среди стран ЕАЭС Армения уступает только России, занимающей 46-е место [3].

Со всеми своими преимуществами, исходя из некоторых фундаментальных проблем, Армения не использует свой интеллектуальный капитал в полной мере. В 2019 году звучало множество различных показателей оборота в сфере IT, количества сотрудников и темпов роста, иногда выдвигался ряд спорных фактов и данные о несопоставимости статистики в этой сфере. Действительно, исходя из особенностей сферы, использование инструментов контроля весьма проблематично, особенно когда речь заходит о необходимости сокращения теневой

деятельности. По части государственного регулирования сферы информационных технологий часто возникают проблемы касательно сбора полного объема данных и их обработки. У этого есть две основные причины:

1. Деятельность в сфере ИТ трудно поддается контролю.
2. У государственных ведомств, имеющих дело со сферой ИТ, нет четко разработанной единой методологии, чтобы можно было получить реальную картину и узнать о существующих проблемах.

В Армении составлением, обнаружением и распространением официальной статистики для общественности занимается Национальный статистический комитет Республики Армения. Он сотрудничает с такими структурами, как Статистический отдел ООН, Международный валютный фонд, Всемирный банк, Статистическая служба Европейского союза и Межгосударственный статистический комитет СНГ. Эти структуры в свою очередь диктуют миру международные стандарты статистики информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и индикаторы. Однако формат армянской статистики сферы ИКТ еще не соответствует предложенным коллегами стандартам ведения статистики [2]. В связи с малочисленностью статистических данных, применением разной и несопоставимой методологии, на данный момент довольно непросто получить точные данные относительно сферы ИТ и высоких технологий. Отсутствие единой системы контроля над деятельностью организаций влечет за собой ряд противоречий относительно реальной картины экономического роста сферы и оценки реального уровня оборота.

Основные проблемы, связанные со статистикой, заключаются в следующем:

- Показатели, полученные Национальным статистическим комитетом Армении и другими организациями, довольно ограничены, что создает ограниченные возможности для проведения глубинного анализа и исследований.
- Отсутствие единой централизованной системы управления данными.
- Малочисленность регулярных публикаций на тему исследований и данных в этой сфере.
- Недоступность вычисления ряда индексов и показателей, оценивающих степень технологической развитости, что позволило бы оценить влияние сферы ИКТ на развитие экономики Армении.
- Отсутствие сведений относительно результатов, объемов оборота и других данных помимо сферы ИКТ (высокие технологии либо другие технологические сферы).

Нужно вести работы в направлении осуществления этого контроля и ведения единого регистра, что позволит свести к минимуму разницу в показателях.

Вышеперечисленные тенденции, характерные для инновационной системы РА, еще раз демонстрируют, что у этой сферы в Армении достаточно большой потенциал для развития, и она может стать прочной основой для долгосрочного развития, формирования более разносторонней и высокоэффективной экономики. Однако факт, что интеллектуальный потенциал и имеющиеся в Армении институциональные условия и инфраструктуры, не соответствуют друг другу и не генерируют интеллектуальный потенциал полностью. Учитывая мировые темпы развития инноваций, и необходимость позиционирования Армении в качестве конкурентоспособной страны, важно принять тот факт, что формирование инновационной системы и культуры стартапов в нашей стране не только возможность, но и необходимое условия для развития экономики, что может повлечь за собой развитие других отраслей экономики.

Литература

1. Eric Ries, «The Lean Startup», «How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses»-September 13, 2011. – 336 p.

2. Исследование Центра «Амберд», «Оценка технологического потенциала проблем экономики и развития РА», Ереван, 2014.
3. Доклад «Реализация потенциала высоких технологий Армении», 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cutt.ly/FyQebRx> – (Дата обращения: 28.04.2020).
4. Основные итоги деятельности правительства РА в 2019 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/kar/2020/02/199.pdf – (Дата обращения: 28.04.2020).
5. Всемирной организацией интеллектуальной собственности (WIPO), «Глобальный инновационный индекс-2019» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=4434> – (Дата обращения: 28.04.2020).

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК УСЛОВИЕ ВОССТАНОВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ

В.А. Фарбер

Михайловская военная артиллерийская академия, Санкт-Петербург, Россия

Vera.f16@yandex.ru

Аннотация

В данной статье уделяется внимание современной экономической ситуации, обусловленной последствиями пандемии коронавируса и тем мерам, которые сегодня предлагает правительство, указывается значение предпринимательства и малого бизнеса как генераторов новых возможностей развития экономики.

Ключевые слова

Экономический кризис, меры поддержки, предпринимательство, малый бизнес.

Развитие предпринимательства традиционно является одной из важнейших задач государственной экономической политики на различных уровнях. Не случайно предпринимательство наряду с трудом, землей и капиталом стало рассматриваться в качестве одного из факторов производства. В контексте данной статьи хотелось бы уделить значение необходимости стимулирования малого бизнеса, как одной из ключевых составляющих отечественной экономической системы. В современной экономике не вызывает сомнения утверждение о значимости малого предпринимательства, как одной из важнейших частей экономической системы, способной послужить рычагом ее обновления после кризиса, обусловленного продолжающейся ситуацией борьбы с пандемией коронавируса.

В числе традиционно рассматриваемых глобальных угроз ранее не акцентировалось внимание на угрозе пандемии и на том, как будет развиваться экономика после преодоления этой угрозы. Следует помнить, что опасные эпидемии и раньше имели место (классический пример «испанки» в 1918 году – эпидемии, которая считается самой массовой пандемией гриппа за всю историю человечества как по числу заразившихся, так и по числу умерших), однако, никогда прежде государствами не принимались столь жесткие повсеместные ограничения, приводящие к фактической остановке функционирования экономических систем, и требующие в дальнейшем их перезагрузки.

Таким образом, сегодня необходимо на государственном уровне обеспечить комплекс мер, направленных на создание возможностей для нового запуска экономики как в части ключевых отраслей, так и очевидно наиболее пострадавших отраслей сферы услуг.

Не вызывает сомнения, что от того, насколько эффективной окажется план правительства РФ, зависит как восстановление отечественной экономики в ближайшем будущем, так и перспективы ее дальнейшего развития. В пакет предлагаемых мер поддержки малого бизнеса включены следующие:

- прекращение плановых выездных проверок и осуществление внеплановых проверок только в исключительных случаях;
- компенсация тем категориям самозанятых и предпринимателей, которые оказались на карантине, обусловленном эпидемией коронавируса;
- налоговые каникулы;
- квартальная отсрочка уплаты налогов организациям малого и среднего бизнеса и т. д. [1].

Представляется, что данный пакет имеет недостаточный, половинчатый характер и не позволит сохранить потенциал, который сегодня аккумулируют предприятия малого бизнеса.

В контексте возможностей «перезагрузки» экономики, кажется, не вполне оправданной высказанная 27.04.2020 года главой ЦБ РФ Эльвирой Набиуллиной позиция отрицания возможности раздачи так называемых «вертолетных» денег населению в виде прямых выплат, хотя данная практика используется сегодня во многих развитых странах. Глава ЦБ указала на обусловленные проведением подобной политикой опасности роста инфляции [2].

Оценивая сложившуюся ситуацию, можно предположить, что рост инфляции неизбежен, по крайней мере, в части ее распространения на те товарные позиции, цены на которые связаны с изменением курса национальной валюты. Подобные инфляционные процессы могли бы быть еще более сильными и болезненными, если бы не действовавшие в отношении нашей страны последние годы санкционные меры, которые в определенной степени послужили стимулирующими факторами для развития отечественных отраслей. Однако, несмотря на это, зависимость курса национальной валюты нашей страны по-прежнему является достаточно сильной от динамики цен на энергоносители. А цены эти, в свою очередь, демонстрируют беспрецедентное за последние годы падение.

Таким образом, необходимость прямой поддержки населения в подобных условиях становится очевидной. Само по себе стимулирование производства и поддержка бизнеса не смогут привести к достаточному результату, если не будет обеспечен необходимый уровень платежеспособного спроса, который можно и нужно поддержать путем осуществления уже упоминавшихся прямых выплат. В противном случае, после решения наиболее острой сегодня проблемы пандемии, может возникнуть ряд других не менее острых проблем – обострение социальной напряженности, рост преступности и т. д.

Текущая чрезвычайная ситуация предполагает, что подобные выплаты могли бы быть осуществлены из фонда национального благосостояния, объем которого, согласно данным министерства финансов РФ по состоянию на 01.04.2020 составил 12855750,6 млн.руб. [3].

Очевидно, что текущий кризис приведет к выстраиванию новой экономической системы, в которой будут использоваться закладываемые в сегодняшних условиях инструменты и механизмы. Нельзя забывать, что любой кризис несет в себе не только очевидные негативные последствия в виде обострения имеющихся и генерирования новых проблем, требующих решения, но и возможности. И именно предпринимательство и, в частности, малый бизнес, как наиболее способный к динамичному развитию сегмент, могут стать основными факторами реализации таких возможностей. Поэтому очень важно, чтобы были созданы эффективные инструменты поддержки малого бизнеса и развития предпринимательства, так, как только в этом случае отечественная экономика сумеет не только достойно выйти из сложившейся ситуации, но и обеспечить себе достойное место в новой мировой экономической системе.

Литература

1. Льготы для малого и среднего бизнеса в связи с коронавирусом в 2020 году. Журнал «Главбух». / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: glavbukh.ru – (Дата обращения: 24.04.2020).
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Rbc.ru>finances/24/04/2020 – (Дата обращения: 24.04.2020).
3. Объем средств резервного фонда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/performance/reservefund/statistics/volume>. – (Дата обращения: 28.04.2020).

ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Н.У. Хайдаров

Ташкентский филиал Российского Экономического Университета имени Г. В. Плеханова,
Ташкент, Узбекистан

nkhaydarov@yahoo.com

Аннотация

Для современных малых и средних предприятий становится очень важным быть конкурентоспособным на международном уровне, чтобы эффективно функционировать. Для этого необходимо определить различные факторы, которые препятствуют их развитию. Факторы, или проблемы могут быть классифицированы как внутренние или внешние для фирм. В статье проводится анализ этих проблем, и даются рекомендации по их решению.

Ключевые слова

Малые и средние предприятия, внутренние и внешние проблемы, маркетинговые ограничения, повышение конкурентоспособности.

В современном мире, как в развивающихся государствах, так и странах с развитой экономикой широко распространено мнение, что малые и средние предприятия (МСП) играют особую роль в обеспечении экономического роста. В то время как глобальная конкуренция заставляет крупные компании сокращать свой персонал и перераспределять производственные операции в другие страны, малые фирмы рассматриваются как источник динамизма, инноваций, создания материальных благ и занятости.

Как известно, страны не используют одно и то же определение для классификации своего сектора МСП. Также не представляется возможным давать универсальное определение. Используемые определения зависят от целей, для которых эти определения должны служить, и от существующей политики, которая регулирует сектор МСП. Можно выделить три параметра, обычно применяемые большинством стран, по отдельности или в комбинации:

- капитальные вложения в машины и оборудование;
- количество занятых работников;
- объем производства или оборот бизнеса.

Несмотря на отсутствие универсальных количественных норм, МСП четко различимы в любой стране, развитой или развивающейся. Факторы, которые выделяют их, являются по существу качественными и сравнительными.

С качественной стороны - их внутренние структуры управления, процессы принятия решений, финансовые практики, стили торговли, сопутствующие факторы риска и т. д. Большинство МСП представляют собой деятельность одного человека или управляются двумя или тремя лицами, обычно родственниками, друзьями или деловыми партнерами, которые принимают основные решения. Личные вложения предпринимателей МСП в их бизнесе намного выше, чем у руководителей больших компаний в их организациях. Это усиливает сопутствующие риски и еще сильнее обязывает предпринимателей к успеху их предприятий.

Сравнительные факторы связаны с тем, как МСП расположены по сравнению с крупными предприятиями в корпоративном секторе. Они являются небольшими и средними по отношению к крупным корпоративным субъектам, с которыми им приходится делить данное экономическое пространство. Поэтому МСП бывают разных размеров, и МСП в одной

стране могут быть значительнее, чем большие компании в другой. Интересной особенностью является то, что, несмотря на их абсолютные размеры, проблемы, с которыми сталкиваются МСП, кажутся схожими в большинстве стран, будь то развивающихся или развитых. Именно эти особенности выделяют их в отдельную группу, и именно эти факторы, а не количественное определение, являются общими и применимыми во всем мире.

Вместе с тем все-таки важно количественное определение МСП в каждом национальном контексте, поскольку оно облегчает нацеливание макрополитики на конкретную группу предприятий. Это облегчает предоставление технической помощи и распределение выгод по различным направлениям политики, налоговым и финансовым льготам и другим стимулам. Это делает возможным физическую идентификацию МСП на микроуровне и способствует лучшему отражению проблем и перспектив сектора.

Конкурентоспособность МСП.

Возможно многие не придадут этому должного внимания, но для МСП необходимо быть конкурентоспособным на международном уровне, чтобы эффективно функционировать даже на внутренних рынках. В динамичной среде, о которой свидетельствуют быстрые технологические изменения, достижение и сохранение конкурентного преимущества являются как необходимостью, так и проблемой. Конкурентоспособность является ключом к успеху и устойчивому росту в глобальных операциях. Усиление конкурентных преимуществ МСП, в частности предприятий-экспортеров, и повышение их операционной эффективности могут принести значительные выгоды в долгосрочной перспективе как на государственном уровне, так и на уровне самих предприятий.

Конкурентоспособность предприятия сложно измерить, так как она определяется большим количеством различных факторов. Многие из них поддаются количественной оценке; другие носят качественный характер и требуют специальных методов измерения и анализа. Факторы включают ресурсы, уровни компетенции, управленческие способности, производительность, операционную среду, инфраструктуру, организационную поддержку и так далее.

Факторы также могут быть классифицированы как внутренние или внешние для фирм. Первые будут включать принятые стандарты, методы управления и институциональный контекст. Вторые будут охватывать большинство макроэкономических и политических факторов, выходящих за рамки влияния отдельных предприятий.

Различные подходы могут быть использованы для оценки конкурентоспособности МСП и оказания им технической поддержки. Важно признать, что небольшие фирмы не только ограничены в своей способности приобретать, сохранять и использовать различные деловые навыки, но и сталкиваются со многими конкурирующими и насущными требованиями времени и ресурсов, имеющихся в их распоряжении. Их потребности в технической помощи являются конкретными и могут быть распределены по ряду технических областей. Кроме того, изменения в международной торговой среде, интернационализация производства, растущая ориентация на рынок и приватизация, а также быстрое развитие информационных технологий способствуют значительным изменениям в профиле потребностей МСП в технической помощи.

Исследование Всемирной Торговой Организации [1] показало, что основные препятствия, с которыми сталкиваются МСП, по-прежнему находятся в критически важных областях доступа к финансам, технологиям и рынкам. С финансовой точки зрения доступность и своевременность краткосрочных и экспортных кредитов рассматриваются как основные ограничения. Из них своевременность является значительно более важным фактором, чем даже стоимость финансирования, и этот факт не всегда адекватно оценивается банкирами и другими финансовыми институтами развития.

С точки зрения производства, МСП нуждаются в содействии в правильном выборе технологии, а также в поиске и приобретении технологии, соответствующей их конкретным потребностям и поддающейся периодическому обновлению.

В сфере маркетинга самым трудным шагом по-прежнему остается планирование [2], а также обеспечение выхода на рынок и укрепление рынка и доверия клиентов. Идентификация, продвижение и развитие рынка, по-видимому, в значительной степени основаны на личных контактах собственников бизнеса и информации, полученной из неофициальных источников.

Агентства по развитию МСП, организации по содействию торговле, торговые и промышленные ассоциации, торговые палаты и различные другие агентства могут предложить техническую и другую помощь экспортирующим МСП.

Области, в которых они должны быть более эффективными, включают в себя роль лоббирования интересов и постановки проблем МСП перед лицами, определяющими политику, и поддержание постоянного диалога между правительством и частным сектором. Улучшения на уровне предприятий и учреждений были бы напрасными, если бы не поддерживались благоприятной государственной политикой и программами поддержки. Следует поощрять МСП к более активному участию в разработке политики, с тем чтобы политические инициативы действительно приносили им пользу.

Маркетинговые ограничения для МСП.

Малые и средние предприятия вряд ли смогут воспользоваться своими конкурентными преимуществами, если они не смогут достичь минимальных стандартов продукции, требуемых на международном рынке. Среди факторов, сдерживающих экспортные операции, важны соображения качества.

Несмотря на огромный объем имеющейся информации, связанной с торговлей, и возможность доступа к национальным или международным базам данных, многие МСП по-прежнему в значительной степени полагаются на частные контакты для получения информации, связанной с рынком. Это связано с их неспособностью интерпретировать статистические данные с точки зрения их ограниченных возможностей. Это область, в которой агентства поддержки имеют большие возможности для оказания очень полезных услуг МСП. Они могут определить торговые возможности после сопоставления рыночных возможностей с ассортиментом продукции, производительностью и сравнительными преимуществами отдельных МСП.

Маркетинговые ограничения могут быть вызваны также внутренними или внешними факторами для компаний. Эти факторы могут быть как структурными, так и операционными. Учитывая размер предприятий, маркетинговые ограничения занимают очень высокое место в списке недостатков, с которыми сталкиваются МСП. Основные проблемы связаны с отсутствием доверия и неспособностью выполнять крупные заказы. Отсутствие доверия на мировых рынках может быть напрямую связано с размером компании, если клиенты не хотят брать на себя обязательства перед крошечной и неизвестной компанией. Большинство небольших компаний страдают от имиджа ненадежности.

Хотя внутренняя структура МСП во многом зависит от их надежности, многое зависит также от того, в какой степени МСП способны преодолеть проблемы, возникающие в связи с процедурными и инфраструктурными ограничениями их страны. Другие размерные факторы сдерживают усилия МСП по развитию торговли [3]. Например, неспособность выполнить большие заказы в основном из-за внутренних ограничений или ограниченных производственных мощностей. Неспособность МСП самостоятельно выходить на зарубежные рынки обусловлена главным образом высокими операционными издержками, которые включают затраты на поездки за границу и расходы на сбор информации. Большинство компаний считают, что поиск информации на экспортных рынках является самым трудным занятием экспортного маркетинга. Это говорит о том, что вспомогательные агентства должны уделять приоритетное внимание улучшению возможностей управления информацией в МСП, а также политике, направленной на улучшение их экспортной ориентации.

И в заключении, считаем целесообразным дать несколько рекомендаций для повышения конкурентоспособности МСП и выхода на международные рынки для экспортных компаний. Хотя мы и упоминаем Узбекистан в качестве примера, данные рекомендации, на наш взгляд, могут быть применимы и другими странами.

1. С точки зрения мер по реализации, направленных на либерализацию торговли и валютных рынков, прежде всего, важно пересмотреть правила, которые ставят торговые компании в невыгодное положение, и правила, которые ограничивают способность МСП принимать собственные деловые решения.

Например, торговые барьеры серьезно препятствуют экономическому росту в регионе, увеличивая стоимость и сложность импорта оборудования, необходимого для расширения предприятий, и затрудняя его экспорт в соседние страны. Правительство должно рассматривать трансграничную торговлю и другие аспекты регионального сотрудничества как жизненно важные для улучшения экономики Центральной Азии. Узбекистан может раскрыть свой огромный потенциал, работая в сотрудничестве со своими соседями.

2. Данный перечень рекомендаций представляется целесообразным для введения со стороны правительства, которое должно быть очень осторожным с ограничениями. Необходимо:

- проанализировать совокупность действующего законодательства, регулирующего или влияющего на экспортно-импортные операции, а также таможенный режим;
- выявить ключевые противоречия или неопределенно определенные проблемы;
- упорядочить соответствующие законодательные акты и положения;
- избегать выдачи многочисленных дополнений к новым правилам.

3. И, наконец, с учетом недостатка информации целесообразно подготовить и распространить материалы для МСП, которые объясняют основы экспортно-импортных операций в свете новых правил. Материалы должны охватывать права и обязанности МСП и включать образцы заполненных форм и заявок. Поскольку торговые барьеры снижаются, рекомендуется разрабатывать и реализовывать инициативы по оказанию технической помощи для улучшения доступа МСП к информации о зарубежных рынках и общих проблемах международного бизнеса.

И последняя, но не менее важная рекомендация - обеспечить всестороннее обучение представителей малого и среднего бизнеса. Эта мера будет способствовать созданию и расширению бизнеса за пределами целевых секторов путем предоставления обучения и сопутствующих мероприятий для повышения конкурентоспособности, эффективности управления, повышения квалификации персонала, найма, внедрения новых технологий и создания адаптивности и потенциала для новых возможностей.

Литература

1. An analysis of Competition Constraints - SME's and the Global Market Place. International Trade Centre UNCTAD/WTO, Geneva, 1996, - 156 p.
2. Marketing Planning in Small Enterprises - A Model and some empirical Evidence. By D Carson and S Cromie Journal of Marketing Management Vol. 5, No. 2, 1989, - pp. 33-49.
3. Trade Support Services to the Business Community. International Trade Centre UNCTAD/GATT, Geneva, 1995, - 242 p.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ОСНОВАНИЕ АНТИ-ХРУПКОСТИ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Н.А. Шапиро, А.П. Хаустов

Российский Государственный Педагогический Университет им. А. И. Герцена,
Санкт-Петербург, Россия

nshapiro@ Herzen.spb.ru
artyom.tur@mail.ru

Аннотация

В статье высказывается предположение, что основанием восстановительного роста после пандемии covid-19 будут те сегменты предпринимательства, которым удалось сохраниться в период разрушения глобальной экономики пандемией коронавируса. Факторы, составляющие основу восстановительного роста, должны обладать свойством анти-хрупкости или способностью развиваться в условиях стресса (Н.Н. Талеб). Тест на анти-хрупкость успешно выдерживают те сегменты предпринимательства, которые основываются на цифровизации.

Ключевые слова

Предпринимательство, восстановительный рост, кризис, санкции, пандемия, анти-хрупкость, цифровизация.

В развитии темы оснований восстановительного роста экономики или выхода на траекторию восстановительного роста после завершения пандемии, вызванной новым вирусом Covid-19, предполагается обсудить в рамках трех основных тезисов, факторы анти-хрупкости современного предпринимательства, отчетливо проявившихся в условиях самоизоляции.

Первый тезис о том, что выхода на траекторию восстановительного роста является актуальной темой XXI века. Проблема восстановления экономики накатывается волнами в этом веке, не просуществовавшем еще и четверти, одна на другую: восстановиться после мирового финансового кризиса 2008-2009 гг., обустроиться после введение санкций и антисанкций в 2014 г.и, наконец, что и как пойдет после завершения пандемии коронавируса в 2020 г. (Для России проблема восстановительного роста стала актуальной еще раньше, ей надо было восстановить экономику после реформ начала 90-х гг. XX в.) Мировая экономика, не успев адаптироваться к одной «новой реальности», вынуждена идти в новую «новую реальность», а затем уже в очередную «новую реальность». Черда кризисов, так и следующих за ними «новых реальностей» не оставляет шансов на осмысления восточной мудрости о двойственной пользе кризиса и становится мудростью «прежних времен».

Безусловно, нельзя однозначно пренебрегать теоретическими изысканиями и практическими выводами, которые были сделаны учеными и экспертами в поисках путей восстановления экономики на предыдущих траекториях. Например, результатами анализа, показавшего причины и факторы устойчивости малого и среднего бизнеса в кризис 2008-2009 гг. [3], или отечественным опытом перехода на новые технологии в условиях санкций [1], или не учитывать общих тенденций влияния информационных технологий на экономический рост и производительность [2]. В политэкономическом смысле важно видеть их в адекватном контексте взаимосвязей с причинами кризиса, и тогда они не утратят своей пользы.

Современный мировой кризис и нарождающаяся «постпандемическая» реальность, обязаны своим появлением Covid-19, ударом нанесенным факторами природного измерения, и лишь отчасти ставшего следствием сложившегося глобального порядка и тех действий,

равно как и бездействий, национальной и мировой политической элиты, которые возможно могли бы предотвратить пандемию или ее кризисные последствия.

Но, преодолевая это природное бедствие и возвращаясь к обычной жизни, важно понять две вещи, что из разрушенного в прежней жизни было хрупким элементом, а что представляет собой ее анти-хрупкую составляющую. Правильная оценка хрупкости и анти-хрупкости предопределяет новую реальность.

Второй тезис связан с самой идеей «анти-хрупкости». Когда эта идея была высказана Н.Н.Талебом – американцем ливанского происхождения, писателем, эссеистом, статистиком, трейдером и риск-менеджером – в работах начала XXI века, то ее восприятие было неоднозначным [5]. Одни рассматривали её как виртуальную фантазию, говоря словами А. Вознесенского «...Антимиры! Фантасты - посреди муры», других привлекала философская составляющая «анти-хрупкости», и третьи все-таки видели в ней, как и Талер, определенные свойства действительной реальности.

Современное бытие все чаще сталкивает нас с явлениями, обозначаемыми словами, начинающимися с приставки «анти»: антикафе, анти-суши, антиплагиат, анти-спам, антивирус, антитела, антифашист и пр. В пространстве профессионального экономического дискурса также есть понятия, начинающиеся с приставки «анти» – анти-благо, антикризисное управление, антикризисная, антиинфляционная политика и т. д. В любом случае приставка «анти» указывает на то, что свойство, обозначаемое корнем слова, не проявляется, а термин в целом не несет в себе негативный смысл, как, например, антигосударственная деятельность или антикультура.

Согласно логике концепции анти-хрупкости как феномена противоположности хрупкости, приставка «анти» предполагает обозначение тех качеств социально-экономической жизни, которые позволяют ей сохраняться и восстанавливаться после разного рода потрясений, т. е. обладают анти-хрупкостью.

Концепция анти-хрупкости может быть приложима к политике, образованию, экономике, финансам, предпринимательству и проч.

Важной характеристикой «анти-хрупкости» как свойства, позволяющего выживать различным системам в разных условиях и обстоятельствах, по Талебу, является способность развиваться в условиях переменчивости, случайности и стресса. Длительное отсутствие таких факторов (переменчивости, случайности и стресса), может привести к тому, что системы ослабнут, умрут или разрушатся, т. е. качества анти-хрупкости деградируют. «Мы сделали хрупкими экономику, наше здоровье, политическую жизнь, образование, почти все на свете... подавляя случайность и переменчивость» [4, с. 22]. Современный кризис, вызванный пандемией Covid-19, таким образом, можно рассматривать как тест на анти-хрупкость тех систем, инструментов, механизмов, которые существовали в «докоронавирусном» мире.

Третий тезис будет об анти-хрупкой составляющей посткоронавирусной реальности. Говоря бытовым языком, в период самоизоляции выжил бизнес, который смог работать «на удаленке». Возможность «удалёнки» связана с развитием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в их продвинутом техническом стандарте – цифровизации. Если представить самоизоляцию 50 лет назад, где из ИКТ в бытовом доступе есть лишь обычный городской телефон, то в лучшем случае можно было бы заказать пиццу, при этом бесконечно долго звонить по телефону. Временные границы самоизоляции определялись размерами сделанных запасов, инстинктивные желания их пополнить, можно было наблюдать в начальный период самоизоляции. Сегодня можно сделать заказ на несколько дней вперед, можно купить практически весь спектр промышленных и продуктовых товаров через интернет.

Без современных ИКТ трудно вырабатывать совместные управленческие решения, передавать важную визуальную информацию, необходимую, например, для принятия оперативных решений врачами, инженерами, конструкторами. Практически везде, где для производства товара или услуги нет необходимости в контактной коммуникации, при осуществлении прямой и обратной связи, возможно применение цифровой экономики. ИКТ

в условиях цифровизации меняют традиционные представления о том, как фирмы могут функционировать и как ими можно управлять, каким образом они взаимодействуют между собой и как потребители получают доступ к товарам и услугам.

Всё, что без ущерба для блага и потребителя может быть переведено в формат цифровой экономики, обладает свойством анти-хрупкости, и это будет развиваться на волне восстановительного роста, в первую очередь. Однако отталкиваясь от императива утилитарности любого инструмента, следует иметь в виду, что тотальная и повсеместная цифровизация даст и другие результаты.

Литература

1. Василёнок В.Л., Алексашкина Е.И. Российский опыт перехода на новый технологический уровень в условиях санкций // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. № 3. 2016. – С. 1*- 11.
2. Вахитова Л.Р. Влияние информационных технологий на экономический рост и производительность // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. Т. 11. № 32. 2007. - С. 54-58.
3. Полторацкая Т.Б. Экономико-статистический анализ организационно-правовых форм бизнеса, устоявших в кризис // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. № 6 (88). 2016. – С. 39.
4. Талеб Н.Н. Антихрупкость. Как извлечь выгоду из хаоса. – М.: КоЛибри, 2014, - 768 с.
5. Шапиро Н. А. Онтологический смысл концепций «анти». Экономическая теория в XXI веке – 9(16): Российский антикризис и экономическая наука /Под ред. Ю. М. Осипова, В. М. Юрьева, Е. С. Зотовой. – М.; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина. 2015. – С. 325 - 331.

РАЗДЕЛ 4.
ИНФРАСТРУКТУРА БИЗНЕСА, УПРАВЛЕНИЕ
КАЧЕСТВОМ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

КОНТЕКСТ ОРГАНИЗАЦИИ КАК КЛЮЧ К РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Н.Ю. Алферов

Научный руководитель – д.э.н., профессор В.Л. Василенок

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

nalferov@gmail.com

Аннотация

В статье анализируется организация как основа разработки системы менеджмента качества, т.к. существует множество факторов, оказывающих объективно положительное влияние на конкурентоспособность продукции, а также производителей этой продукции. Одним из таких факторов является грамотное и эффективное управление самой организацией и ее бизнес-процессами. Понимание руководством организации особенностей своей деятельности и деятельности внешних организаций, позволяет организации с высокой точностью определить свою роль в экономике, выявить не только возможные риски и угрозы, но и также возможности для совершенствования и обращения в собственную выгоду определенных факторов.

Ключевые слова

Организация, бизнес-процессы, система менеджмента качества, факторы влияния, ISO 9001:2015.

Современная экономика является крайне конкурентной средой. В последние годы наблюдается дестабилизированное состояние как национальной, так и глобальной экономики, что, несмотря на все прогнозируемые негативные последствия, однако, не ведет к уменьшению уровня конкуренции на рынке. Очевиден тот факт, что конкурентоспособность отдельно взятой единицы продукции имеет положительную корреляцию с благосостоянием и конкурентоспособностью отдельно взятых экономических систем на различных уровнях. Невзирая на это, существует множество факторов, оказывающих объективно положительное влияние на конкурентоспособность продукции, а также производителей этой продукции. Одним из таких факторов является грамотное и эффективное управление самой организацией и ее бизнес-процессами. Осознание организацией своего места и своей роли в условиях текущей рыночной конъюнктуры, а также понимание роли своих конкурентов дает весомые преимущества при планировании деятельности. Популярным инструментом повышения эффективности управления организацией для повышения конкурентоспособности и завоевания новой потребительской аудитории является система менеджмента качества. Наличие такой системы у организации дает ряд преимуществ в виде роста качества выпускаемой продукции, снижения уровня брака, сокращения расходов путем оптимизации процессов и иных аспектов деятельности организации, повышения удовлетворенности потребителей и, как следствие, улучшение имиджа и других. Наличие сертифицированной системы менеджмента качества делает организацию более предпочтительной в глазах рядовых потребителей в сравнении с конкурентами, у которых данной системы нет, а также открывает доступ к партнерству с крупными организациями, для которых обязательным условием сотрудничества является наличие внедренной и эффективно функционирующей системы менеджмента. Корректное соотношение имеющихся у организации ресурсов и возможностей с текущей самоидентификацией и позиционированием собственной деятельности могут стать первыми шагами к внедрению на предприятии системы менеджмента качества. Такая

переоценка дает возможность понять, для кого, в первую очередь, осуществляется деятельность: кто в наибольшей заинтересован в ней, кто потенциально может стать источником проблем и угрозой для организации. Возможно, что организация изначально неверно истолковала свою роль и расставила приоритеты. Ответить на эти вопросы позволяет определение контекста организации [1].

Введение в действие в 2015 году обновленной версии стандарта ISO 9001:2015 явило общественности новый для пользователей стандарта, но не новый в принципе термин «контекст организации» (в национальном стандарте ГОСТ Р ИСО 9001-2015 упоминается как «среда организации»). Вокруг данного понятия построен раздел 4.1 вышеуказанного международного стандарта. Понимание организации и ее среды является новым требованием в сравнении с предыдущей версией стандарта.

Определение контекста организации применительно к системе менеджмента качества служит для лучшего понимания высшим руководством места организации в современной конъюнктуре рынка и для более тонкой и точной реализации остальных требований стандарта. В соответствии с определением стандарта контекст организации выражен в виде ряда внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на ее деятельность. Число таких факторов невероятно велико, и организация при определении таких факторов может прийти в замешательство, не в силах удержать их все в поле зрения. Однако в стандарте на этот счет дается пояснение. Учитывать и определять стоит только те внешние и внутренние факторы, которые оказывают наиболее существенное влияние на способность осуществлять достижение запланированного уровня качества, а также удовлетворять требования потребителей. Это влияние может носить как положительный, так и отрицательный характер. Именно поэтому следует с надлежащей ответственностью отнестись к процессу определения контекста организации.

Внешний контекст организации можно описать как номенклатуру факторов, неподвластных воздействию организации [2]. К ним принято относить политические, социальные, экономические, экономические и иные проявления внешней среды. При анализе внешней среды и выявлении наиболее воздействующих на организацию факторов эффективным инструментом является PEST анализ. Он позволяет выявить основные аспекты по четырем направлениям:

- Политические факторы. К ним, как правило, относятся законодательство страны, устойчивость позиций текущей власти и ее будущие перспективы, информационная свобода на территории государства, налоговая политика, законодательства в отношении возникновения монополий и прочие, политические взаимоотношения между отдельными государствами.

- Экономические факторы. Включают в себя оценку уровня инфляции, курсов валют, уровня и темпа развития экономики, уровня безработицы.

- Социально культурные факторы. Это возникновение и развитие каких-либо тенденций в обществе, например, рост числа вегетарианцев или проявление лояльности по отношению к отечественным производителям товаров, религиозные аспекты, этнический состав государства и учет культурных особенностей.

- Технологические факторы. Рассмотрению подлежат уровень развития науки в стране, уровень технологического развития данной отрасли промышленности, применение в ней новейших технологий, законодательное регулирование вопросов технологического оснащения.

Дальнейшими этапами после определения перечня внешних факторов становятся определение степени влияния каждого из этих факторов (как правило, предлагается дать оценку от 1 до 3, где 1 – это незначительное влияние показателя на объект, а 3 – высокая степень влияния), осуществляется оценка вероятности изменения значения того или иного фактора и оценка реальной значимости факторов, после чего все вышеперечисленные результаты заносятся в сводную таблицу для заключительного анализа принятия решения об исключении из номенклатуры наименее существенных показателей. Кроме PEST, будут также

эффективны аналогичные инструменты в лице SWOT-анализа с выявлением всех сильных и слабых сторон организации, а также идентификации имеющихся возможностей и угроз, методика Т.Е.М.Р.Л.Е.С. Эти инструменты позволяют составить максимально приближенную к реальной ситуации модель среды организации и проанализировать все существующие сильные и слабые стороны организации. Следует помнить, что внешние факторы могут динамично изменяться, в связи с этим необходимо осуществлять такой анализ с определенной регулярностью. Это позволит не допустить отставания от тенденций рынка.

Внутренний контекст организации, в отличие от внешнего, имеет свойство управляемости, так как связан он непосредственно с аспектами самой организации, а именно управленческой системой, кадровым составом, производственной мощностью, руководством и другими. Анализ внутренней среды организации в общем виде затрагивает такие показатели, как виды деятельности организации, численность персонала, стоимость предприятия, основные потребители и поставщики; совокупность всех процессов организации, включая производственные, управленческие, вспомогательные и иные; экономическая конъюнктура (включает доходность организации, ее рентабельность, наличие свободных финансовых ресурсов и т.д.); управленческая система (распределение функциональных обязанностей между структурными подразделениями организации, применяемые методы управления, стиль управления); кадровый состав организации (включает в себя оценку компетентности персонала, квалификации, а также управление микроклиматом внутри коллектива). При анализе внутренних аспектов деятельности также целесообразно применять метод ранжирования с целью отсеивания наименее влияющих из них.

Таким образом, введенное в новой версии международного стандарта ISO 9001:2015 обязательное требование к организации знать и понимать особенности своей деятельности и деятельности внешних организаций, а также факторы (положительные или отрицательные), которые влияют или могут повлиять на нее позволяет организации с высокой точностью определить свою роль в экономике, выявить не только возможные риски и угрозы, но и также возможности для совершенствования и обращения в собственную выгоду определенных факторов. Реализация данного требования путем понимания организацией ее среды создает устойчивую платформу для выстраивания и развития эффективной и результативной системы менеджмента качества.

Литература

1. Кузык К.И. Система менеджмента качества как фактор конкурентоспособности // Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО. Том 6 – СПб: Университет ИТМО, 2019. С. 141-143.
2. Vasilenok V., Korovin E., Aleksashkina E., Kochegarova T. Effective functioning of enterprises with regard to environmental risks // E3S Web of Conferences - 2019, Vol. 110, pp. 20 – 62.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Ф.А. Анварова

Сургутский государственный университет, Сургут, Россия

shirinkina86@yandex.ru

Аннотация

Актуальность исследования обусловлена тем, что процветание и успех организации в современном мире зависят от множества факторов, при этом одним из главных факторов является развитие организации, однако, развитие организации невозможно без развития её персонала. В работе отражены технологии развития организаций, исследуются цели и условия развития персонала. При этом вопросы, связанные со способами развития организации и персонала нуждаются в более глубоком изучении.

Ключевые слова

Организация, персонал, развитие, кадровая политика.

Организация представляет собой сложную систему, состоящую из объединения групп людей, отношений, норм. Она предназначена для достижения каких-либо целей. Как и любая система, организация не может существовать без развития. Развитие – это важнейший процесс перехода в совершенное состояние [3, 5]. Развитие организации может быть прогрессивным или приводящим к регрессу. Регрессивный метод развития организации может быть в том случае, если руководитель неправильно организуют рабочий процесс. Прогрессивный метод развития включает в себя выполнение целей и планов организации, увеличение прибыли, усовершенствование технологий и технического оснащения, налаживание связей с деловыми партнёрами. Также важным фактором является конкурентоспособность организации. Но главным компонентом успеха и процветания организации является развитие персонала.

Развитие персонала в организации необходимо для создания профессиональной и квалифицированной команды, а также для повышения производительности труда и получения большего дохода [1, 2]. Совершенствование знаний сотрудников помогает выявить скрытые профессиональные возможности, увеличить отдачу от труда, выработать деловые и личностные качества, поспособствовать продвижению по карьерной лестнице.

Для развития персонала руководитель определяет стратегию. Разработка стратегии развития персонала помогает улучшить работу организации, добиться целей и объединить коллектив. Выделяют два вида стратегий: ситуативную и системную. Ситуативная стратегия развития сотрудников связана с конкретной целью организации. Для реализации такой стратегии приглашают специалиста в этой области или оформляется сотрудничество со специализированной на данных вопросах компанией. При системном развитии руководитель создает полноценную систему обучения, которое происходит структурно и регулярно, а сотрудники могут отрабатывать свои умения на практике.

Развитие персонала может происходить как внутри компании, так и вне рабочего места. Эффективность развития зависит от количества способов обучения. Для обучения внутри организации могут быть применены такие способы, как проведение производственного инструктажа, назначение наставника, смена рабочего места для получения определенной квалификации или нового опыта. Преимущество данного вида обучения в том, что сотрудник находится в привычной для него обстановке и пользуются теми предметами, которые будет использовать в своей дальнейшей работе. Для обучения вне рабочего места практикуют такие

методы, как конференции, семинары, деловые игры, тренинги, лекции специалистов, моделирование. Такое обучение чаще всего проходит в специализированных центрах или в производственных помещениях с сотрудниками из других организаций. Также для своего развития сотрудник может заниматься самостоятельным обучением, тем самым изучая только те вопросы, которые ему важны.

Развитие персонала рассматривается как комплекс мероприятий организационно и экономического характера, направленного на изменение качественного и количественного состава персонала. Несмотря на то, что в данной трактовке центральным элементом является обучение, дополнительно к нему прикрепляются такие процессы как адаптация, оценка, проектирование кадрового состава, карьер, кадровый резерв и т.д. [4].

Во-вторых, развитие персонала рассматривается как процесс, состоящий из последовательно реализуемых мероприятий, целями которых является раскрытие потенциала сотрудников в рамках деятельности организации, повышение эффективности работы персонала.

В-третьих, развитие персонала рассматривается как система, т.е. как определенная система, т.е. как совокупность ряда элементов-подсистем, находящихся в постоянном взаимодействии между собой. В составе такой системы могут выделяться разные элементы, например, мотивация, профессиональная адаптация, карьера, обучение. Особенность системного подхода заключается в необходимости ровного функционирования каждой из подсистем, поскольку наличие проблем в одной из них повлечет за собой деформацию всей системы.

В-четвертых, развитие персонала рассматривается как средство организационного развития в целом, поскольку совершенствование компетентностей, персонала, своевременно обеспечение нужды его качества и количества позволяет достигать целей деятельности организации.

В-пятых, развитие персонала – необходимая часть развития организации для роста производительности труда, организационной эффективности, развития компетенций. Обучение персонала реализуется такими способами, как наставничество, ротация, деловые игры, конференции и семинары. Существуют также стратегии развития: ситуативная и системная.

Выбор способа развития сотрудников и стратегии определяет компания. Российские организации уделяют пристальное внимание развитию своего персонала, считая это вложением в будущее компании и необходимой мерой для профессионального роста сотрудников. Также, в России появляется тенденция обучать сотрудников самостоятельно, не отправляя их на тренинги и конференции, а создавая собственные корпоративные университеты.

Литература

1. Толмачева Л.И., Зацарная О.Г. Подходы к анализу и решению проблемы текучести кадров // Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XI Международной научно-практической конференции. В 2 ч. Ч. 1. Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2017. – С. 46-49.
2. Ширинкина Е.В. Оценка эффективности использования образовательного капитала как доминирующего элемента человеческого капитала в экономике знаний // Экономика и предпринимательство. № 4-2 (81-2), 2017. – С. 854-861.
3. Ширинкина Е.В. Тенденции и проблемы развития системы высшего образования в России // Современная научная мысль. - №3, 2016 – С. 148-155.
4. Ширинкина Е.В. Управление эффективностью работников интеллектуального труда в высших учебных заведениях // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. Т.7. №1, 2018. – С. 12-16.

5. Ширинкина Е.В., Кауфман Н.Ю. Роль человеческого капитала в инновационном развитии предприятий // Вестник Сургутского государственного университета. № 4 (14), 2016. – С. 69-72.

УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ И СРЕДНИМ БИЗНЕСОМ

М.А. Андреев, А.А. Мясникова, Л.А. Жукова
Научный руководитель – д.э.н, профессор В.Л. Василенок

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

myasnickova.a@yandex.ru

Аннотация

В данной работе рассматриваются проблемы управления малым и средним бизнесом как предпосылки для взаимодействия государства и бизнеса. Проанализированы методы взаимодействия государства и малого и среднего бизнеса. Приведены и проанализированы примеры. Установлено, что в ходе новейших социальных, экономических и институциональных трансформаций меняется роль государства, правила и формы его участия в экономике, а также способы регулирования экономических процессов.

Ключевые слова

Управление, малый бизнес, средний бизнес, экономика, регулирование.

Ученые экономисты и практики в течение многих лет пытаются найти пути решения проблем, связанных со снижением эффективности бизнеса, институциональными недостатками его функционирования, повышением социальной ответственности как государства, так и отдельных субъектов хозяйствования, слиянием властных институтов и бизнес-структур, порождает коррупцию и многие другие девиантных проявлений в бизнес-среде и сдерживает процесс реформирования общества в целом.

Существующая в России система взаимоотношений малого и среднего бизнеса и государства предопределяет необходимость формирования новых механизмов партнерства и взаимодействия между ними на основе сочетания как принципов государственного регулирования экономики с целью обеспечения целей, задач и приоритетов развития общества, так и мотивационных интересов малого и среднего бизнеса. Мировая практика использования различных моделей партнерства государства и малого и среднего бизнеса, обусловлена необходимостью реализации национальных, стратегических и крупных программ и проектов приоритетного социально-экономического значения; важности пребывания определенных сетевых и монопольных сегментов в собственности государства через стратегическую, экономическую и социально-политическую значимость объектов инфраструктуры; институциональной неготовностью собственника (государства и отдельных регионов) к передаче определенных прав на инфраструктуру бизнеса; недостаточностью государственных средств для обеспечения их расширенного воспроизводства; высокой рискованностью инвестирования в капиталоемкие объекты при отсутствии гарантий государства.

В современной литературе отсутствует единый научный подход к определению сущности понятия «управление бизнесом». По результатам проведенного нами исследования можем утверждать, что все существующие научные подходы к управлению бизнесом базируются, с одной стороны, на принципах и методах административного управления, а с другой – на концепции всестороннего развития личности и теории человеческих отношений. Учитывая это, во время разработки любых кадровых мероприятий на строительных предприятиях необходимо учитывать, что человек – это не только стратегический ресурс производственной системы, но и уникальная личность с собственными потребностями, мотивами и интересами.

Наиболее содержательным, на наш взгляд, является определение этого понятия, предложенное Т.Г. Логутовой и Г.В. Сафаровой [4, с. 199], согласно которому управление бизнесом представляет собой совокупность действий руководящего состава организации, а также руководителей и специалистов структурных подразделений, которые направлены на определение потребности и планирование работы с персоналом, его использования, оценку и развитие, мотивацию и стимулирование, а также создание благоприятных условий для эффективной деятельности.

Система управления бизнесом представляет собой совокупность взаимосвязанных процессов управления персоналом, руководство которыми осуществляют компетентные специалисты. Контролирует их работу высшее руководство организации. Определение целей и оценивания эффективности выполнения персоналом своих функций должны осуществляться всеми работниками строительного предприятия, что требует развития коммуникационных процессов. Основными входами в такой системе управления персоналом являются трудовые ресурсы и соответствующая информация, а выходами – соответствующие результаты функционирования системы, т. е. поведение персонала и общая эффективность функционирования предприятия. В целом, процесс управления персоналом строительного предприятия имеет циклический характер, поэтому выполнение цели постоянно оценивается и корректируется как руководителями предприятия, так и их подчиненными. Обратная связь завершает цикл, возвращая процесс управления персоналом к его начальному этапу, который предусматривает поступления ресурсов в систему.

По нашему мнению, партнерство государства и малого и среднего бизнеса (государственно-частное партнерство) направлено на «реформирование государственной собственности с целью ее более органичного включения в систему рыночных отношений», представляет собой «альтернативу приватизации жизненно важных и стратегически значимых объектов государственной собственности» [5].

Государственно-частное партнерство это своего рода «институциональный и организационный альянс государственной власти и частного бизнеса с целью реализации общественно значимых проектов в широком спектре сфер деятельности - от развития стратегически важных отраслей экономики к оказанию общественных услуг в масштабах всей страны или отдельных территорий» [1].

Именно масштабность проектов стратегического значения обуславливают необходимость концентрации и объединения финансовых, материальных, управленческих ресурсов и инвестиционных усилий государства и частного сектора.

Одна из наиболее жарких дискуссий развязалась вокруг определения и места социального предпринимательства в России, который напрямую связан с провалами рынка и провалами и бизнеса. Хотя законопроект Минэкономики, призванный определить и то, и другое, уже внесен на рассмотрение Госдумы, участники рынка, эксперты и правительство до сих пор не могут прийти к согласию даже в отношении того, что такое социальное предпринимательство и чем оно должно быть.

Главная цель любого бизнеса - получить прибыль. Ограничить его аппетиты может только стройная система социальных гарантий, закрепленная в законодательстве. От бизнеса ждать «социальной ответственности», конечно, можно. И даже требовать ее. Но лучше не слишком обольщаться на этот счет. Главная цель любого бизнеса - получить прибыль. Ограничить его аппетиты может только стройная система социальных гарантий, закрепленная в законодательстве, регламентируя «желание» предпринимателей дружить с государственной властью и обществом «в счет будущих благодеяний и во избежание ссор». Если всего этого оказывается недостаточно - спасает только жесткий режим «ручного управления» вплоть до процедуры банкротства и последующей национализации или передачи бизнеса в руки более опытных и эффективных хозяев [2].

В мировой практике есть несколько основных способов государственного вмешательства в дела частных компаний, чьи финансовые трудности могут нанести существенный ущерб публичным интересам. Самое радикальное - это экспроприация и

национализация. Возможно также частичное участие государства в капитале компании (приобретение пакетов акций), предоставление льготных займов или финансовых гарантий, посредничество при продаже предприятий новым собственникам. Времена глобальных кризисов дали подобный опыт практически всем развитым странам мира [3].

Вмешательство региональных администраций в случаях с многомесячной невыплатой зарплаты работникам - это уже рутинная практика. К ней успели привыкнуть. Очень часто, утверждает она, прежний неэффективный собственник предприятия даже не пытается покрыть свои долги, пока региональные власти ищут для завода или шахты новых «благотетелей». Когда же ситуация приобретает опасный для коммерсанта оборот, деньги «почему-то» находятся быстро. Видимо, решительные действия надо начинать заранее, не дожидаясь волнений и недовольства людей. При этом, нуждается в регулировании сама процедура поиска инвестора для гибнущего предприятия, как и четкое обозначение критериев, когда государство может и вправе вмешаться в хозяйственную деятельность предприятия.

Если от государства требуются жесткие меры, значит, изначально между ним и частными компаниями продуктивного диалога не было. Наладить его на четкой правовой основе - задача номер один. Пока же весь процесс опирается, к сожалению, в основном на твердую руку и политическую волю представителей власти, а также сложившуюся между ней и бизнесом неформальную систему «сдержек и противовесов». Предохранитель многократно опробованный, но далеко не самый надежный.

Итак, в России есть высокий потенциал для развития различных форм государственно-частного партнерства, реализация которого требует системного подхода в управлении процессами экономического взаимодействия бизнеса и государства. Системный подход к управлению малым и средним бизнесом предполагает комплексность принятия решений.

Литература

1. Варнавский В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски / В. Г. Варнавский. — М.: Наука, 2015. — С. 5–40.
2. Дерябина М. Государственно-частное партнерство: теория и практика / М. Дерябина // Вопросы экономики. — 2008. — № 8. — С. 61–77.
3. Public-Private Partnerships: Financing a Common Wealth. — Wash., 1985. — P. 67.
4. Клинова М. Глобализация и инфраструктура: новые тенденции во взаимоотношениях государства и бизнеса / М. Клинова // Вопросы экономики. — № 8, 2008. — С. 78–90.
5. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов / Л.И. Якобсон. М.: Аспект-пресс, 2006. – 230 с.

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИМИ РИСКАМИ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Ю.Е. Анкудинова

Научный руководитель - д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

anckudinowa2015@gmail.com

Аннотация

Объекты энергетики представляют источники потенциального риска для населения и окружающей среды. Электроэнергетика - одна из главных отраслей Российской экономики, так как страна занимает лидирующие позиции по добыче, эксплуатации и экспорту электроэнергии. С помощью административно-правовых, экономических и информационных мер возможно управлять экологическими рисками и качеством окружающей среды. Система управления рисками на предприятиях электроэнергетической отрасли способна обеспечить эффективное выполнение управленческих целей организации.

Ключевые слова

Электроэнергетика, экологические риски, управление рисками.

Электроэнергетика - является одной из базовых отраслей экономики, которая обеспечивает потребности населения в тепловой и электрической энергии, как в мире, так и в России. Промышленные предприятия являются источником потенциальной опасности для окружающей природной среды и населения.

Риски на предприятиях электроэнергетики достаточно велики и могут стать причиной опасных и масштабных последствий, при неумелом управлении или при отсутствии управления ими. Количество возможных рисков в данной отрасли достаточно велико, но в данном случае, более подробно хотелось бы остановиться на экологических рисках.

Вопросы экологической безопасности очень актуальны, в современном мире. И, конечно, для сферы электроэнергетики, имеет весомую значимость. Для того, чтобы прогнозировать наступление неблагоприятных последствий, предприятиям необходимо внедрить программу управления рисками.

Для оптимизации принимаемых решений в области экологических рисков, промышленному предприятию необходимо осуществлять управление в рамках системы экологического менеджмента на всех стадиях действий и мероприятий.

Управление экологическими рисками на предприятии основывается на балансировании между возможными потерями и потенциальной выгодой от реализации экологических действий в отношении минимизации рисков.

Экологические риски можно разделить на уровни: максимально допустимый и безусловно приемлемый. Риск признается приемлемым в случае, если его уровень настолько мал, что не может быть надежно выявлен на фоне имеющихся рисков. Значения допустимого риска используются как критерий в процессе управления экологическими рисками. Снижение уровня допустимого риска до приемлемого является основной целью.

Электроэнергетика является одной из ведущих отраслей экономики России. Страна является одним из лидеров по добыче, эксплуатации и экспорту электроэнергии. Российская энергетика включает около 1024 электростанций. Выработка электроэнергии на 2019 год составила 1080,6 млрд кВт/ч, а фактическое потребление 1059,4 млрд кВт/ч. Для дальнейшего

перспективного развития отрасли необходимо повысить эффективность использования топлива и, конечно, снизить негативное воздействие на окружающую среду [2].

Возникновение опасности возможно не только на, непосредственно, электроэнергетических объектах, но и в таких процессах, как добыча, транспортировка и использование энергии. Велико число аварийных, рискованных ситуаций, причиной которых является сложность организации всей системы энергообеспечения.

Большим количеством экологических рисков характеризуется окружающая природная среда (обильные осадки, сильные ветра, лесные пожары и др.). Природные явления могут стать причинами серьезных аварий с масштабными последствиями.

В соответствии с нормами российского экологического права выделяют следующие мероприятия, направленные на управление качеством окружающей среды: административно-правовые, экономические и информационные.

Административные методы управления экологическими рисками предполагает разработку и применение нормативно-правовых актов, которые устанавливают ответственность в случае нарушения. Правовые отношения в области обеспечения экологической безопасности определены в законах Российской Федерации:

- об охране окружающей среды, 2002 (ред. от 27.12.2019);
- об экологической экспертизе 1995 (ред. от 27.12.2019);
- о промышленной безопасности опасных производственных объектов, 1997 (ред. от 29.07.2018);
- о гидрометеорологической службе, 1998 (ред. от 03.08.2018);
- о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения, 1999 (ред. от 26.07.2019);
- о защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, 1994 (ред. от 03.07.19);
- о государственном регулировании в области генно-инженерной деятельности, 1996(ред. от 03.07.2016);
- о безопасности гидротехнических сооружений, 1997 (ред. от 29.07.18);
- об отходах производства и потребления, 1998 (ред. от 27.12.19) [1, 3, с. 112].

Закон РФ «О промышленной безопасности опасных производственных объектов» предусматривает, что предприятие, потенциально несущее угрозу для населения и окружающей среды обязано предпринять меры по защите от негативных воздействий. В законе рассматривается порядок лицензирования опасных производств, а также отзыв лицензии или ее приостановление, в случае невыполнения предоставленных требований нормативов. Еще один немаловажный пункт, рассматриваемый данным законом это – «экологическое страхование», которое предусматривает собой страхование ответственности за причиненный вред при эксплуатации опасного объекта и является частью системы управления рисками [1].

К административно-контрольным методам управления относится аудит. Экологический аудит может проводиться для оценки риска и выявления потенциальных экологических опасностей.

Экономический механизм управления экологическими рисками является системой организационно-экономических мер, касающихся охраны окружающей среды и рационального природопользования.

Механизм управления экологической безопасностью и охраной окружающей среды в РФ включает такие позиции, как:

- плата за загрязнение окружающей среды;
- плата за использование природных ресурсов;
- плата за размещение опасных веществ;
- система экологического страхования;
- система экологических фондов;
- система обеспечения экономического стимулирования и ответственности [1].

Для успешного функционирования системы экономического стимулирования, прежде всего, необходимо финансирование и грамотное распределение денежных средств. Помимо средств федерального бюджета, финансирование осуществляется за счет бюджета субъектов Федерации, органов местного управления, собственных средств предприятий, экологических фондов, фондов экологического страхования, кредитов, добровольных взносов и других составляющих.

Экономическая ответственность является ограничительным элементом экономического механизма управления экологической безопасностью, охраной окружающей среды.

Информационные методы управления предусматривают поиски вариантов снижения риска, посредством прогнозирования изменений ситуаций и моделированием действий рассматриваемого объекта. Экспертами в рассматриваемой области составляются научные прогнозы, которые прославляют собой вероятные варианты поведения определенной системы в будущем. Прогнозы составляются на основе опыта функционирования подобных систем в прошлом. «Научный прогноз» отождествляется с термином «экспертные оценки».

Существует множество вариантов методов экспертных оценок. Например, обсуждение и согласование по методу Дельфи. Метод экспертных оценок применяется для того, чтобы решить задачи, связанные с управлением рисками и в случаях, когда точный расчет невозможен из-за множества неопределенностей. Широко применяется метод деревьев. Данный метод эффективен в случаях, если большую проблему можно решить посредством решения других, более мелких проблем.

Получение сведений о состоянии окружающей среды так же возможно с помощью мониторинга, который предусматривает наблюдение за состоянием среды, ее прогноз и оценку. С помощью экологического мониторинга происходит обеспечение достоверной информацией системы управления экологической безопасностью [3].

Грамотно построенная система управления рисками на предприятиях электроэнергетической отрасли способна обеспечить выполнение ряда управленческих целей организации. Система управления рисками может служить в качестве основы всей управленческой деятельности. На ее базе может быть построена стратегия управления и контроля, так как система управления рисками предусматривает всесторонний анализ и идентификацию имеющихся рисков и, соответственно, способы их контроля.

Гармонизация подходов управления рисками и нормативно-правовых основ является важнейшей задачей для дальнейшего перспективного развития и может иметь значение для обоснования приоритетов экологической политики, следовательно, рационального и эффективного вложения средств на снижение загрязнения окружающей среды и максимальное уменьшение риска и для создания благоприятного инвестиционного климата.

Литература

1. «Консультант Плюс», [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> – (Дата обращения: 26.04.2020).
2. Министерство энергетики российской федерации., [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/> – (Дата обращения: 22.04.2020).
3. Матвеев А. В. Управление охраной окружающей среды : Учебное пособие // СПбГУАП., 2003. – 112 с.

ПРОБЛЕМЫ СТАНДАРТИЗАЦИИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО УЧЕТА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ

Е.А. Бабинская

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

bonyu93@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрена основная проблематика стандартизации интеллектуального учета в РФ. На основе международной практики отражены основные концепции и стратегии разработки стандартов интеллектуального учета в электроэнергетической отрасли. Изучены основные подходы в стандартизации Smart Grid, с учетом широкой степени участия международной электротехнической комиссии (МЭК).

Ключевые слова

Интеллектуальный учет, стандартизация, SmartGrid, электроэнергия.

Smart Grid — это термин, который охватывает расширение энергосистемы путем использования интеллектуального учета, а также насущные проблемы ближайшего будущего и дает представление о будущей энергосистеме в долгосрочной перспективе.

Одной из значимых и актуальных задач в России сегодня является внедрение интеллектуального учета в секторе электроэнергетики. Ввиду необходимости обеспечения высокого уровня совместимости продуктов и элементов в сложных системах стандартизация выходит на первый план, где стандарты служат инструментом координации и систематизации всех элементов [1].

В статье рассмотрен зарубежный опыт стандартизации интеллектуального учета, ее общая концепция. Изучены основные подходы в стандартизации SmartGrid, с учетом широкой степени участия международной электротехнической комиссии (МЭК) в процессах стандартизации и разработки единой основной модели стандартов. Также представлен обзор международных инициатив стандартизации, прежде всего в рамках МЭК.

Сегодня стандарты и деятельность по их разработке становятся инструментом решения многих проблем, особенно в секторе электроэнергетики. Стандартизация позволяет заинтересованным сторонам договариваться о технических спецификациях и возможностях их применения в своей деятельности. Также стандарты являются механизмом распространения инноваций, что обеспечивает гармонизацию технологических решений в сложных системах и подтверждение соответствия предъявляемым требованиям. Наряду с этим массовое проникновение информационных технологий требует совместимости систем, продуктов и услуг в масштабах глобального рынка, ключевым инструментом обеспечения которой являются стандарты. С другой стороны, стандарты также могут выступать в качестве индикаторов эффективности реализации проектов, в том числе поддержанных государством. Разработка стандартов позволяет стимулировать разработку новых технологических решений и совершенствование существующих [2].

Установка глобальных стандартов для интеллектуальных сетей

МЭК является самой надежной международной организацией по разработке электрических стандартов, предоставление большого каталога чрезвычайно хорошо сфокусированных стандартов. С созданием МЭК Smart Grid Strategic Group в 2008 году, становится отправным вектором для электрических индустрий с точки зрения Smart Grid. Эта

стратегическая группа Smart Grid в настоящее время предоставляет стандарты и разработки для большого количества проектов Smart Grid, которые запускаются по всему миру. Кроме того, имеющийся план действий который, направляет различные технические комитеты МЭК к комплексному набору согласованных глобальных стандартов, поддерживающих требования к интеллектуальным сетям полностью.

На встрече осенью 2008 г. в Сан-Паулу, Бразилия, Управление стандартизацией МЭК Правление (SMB) одобрило создание стратегической группы Smart Grid, которая также упоминается как IEC SG3. Эта группа экспертов из 14 стран разработала структуру для МЭК.

Стандартизация, которая включает протоколы и типовые стандарты для обеспечения совместимости устройства и системы Smart Grid. Стратегическая группа широко привлекла внутренние и внешние заинтересованные стороны, чтобы предложить первый выпуск такой структуры стандартов МЭК на основе существующих (или близких к завершению). Стандарты МЭК могут быть последовательно использованы в современных проектах. Кроме того, МЭК и стратегическая группа Smart Grid разработали интерактивное веб-окно, позволяющее руководителям проектов Smart Grid, использовать в работе готовые стандарты.

SG3 в настоящее время собирает информацию из фактических отраслевых «прецедентов», с целью разработки целевой архитектуры, которая может быть отображена и может помочь в разработке «базовой эталонной архитектуры» для Smart Grid. Smart Grid имеет широкий охват, поэтому потенциальные стандарты также очень важны в сложившейся инновационной деятельности стандартизации. На сегодняшний день заинтересованы в данном направлении не только МЭК и другие подобные организации, но и поставщики коммунальных услуг, а также государственный сектор в сфере энергетики [3].

Технология «базовой эталонной архитектуры» не является препятствием для ее принятия. Основная проблема заключается в организации и расстановке приоритетов, чтобы сосредоточиться на тех первых аспектах, которые обеспечивают наибольшее преимущество для клиента в достижении совместимой и безопасной работы Smart Grid.

«Зрелые стандарты» и лучшие практики уже доступны и могут быть легко использованы для облегчения развертывания Smart Grid в других странах.

Еще одна важная проблема заключается в том, что проекты Smart Grid должны использовать стандарты, разработанные отдельно различными группами или техническими комитетами. Все разработанные стандарты разных стран похожи, но на практике имеют разные концепции на многих уровнях, и которые в конечном итоге не соответствуют друг другу. Должны быть разработаны руководящие принципы, включая механизмы обеспечения совместимости.

Стандарт должен быть в состоянии универсального и беспрепятственного использования в качестве инструментария в отрасли. Данная структура должна включать в себя, как руководящие указания по наилучшим практикам в данном направлении, так и набор стандартов:

- Руководство проекта Smart Grid, описывающее основные шаги (требования, проектирование, интеграция, тестирование, проверка), определение границ и соответствующий уровень взаимодействия.

- Набор стандартов, которые будут использоваться на уровне требований пользователя, с общими вариантами использования. Эта область является самой новой, и поэтому разработка таких стандартов может вызвать затруднения.

- Набор стандартов, которые будут использоваться на уровне технического проектирования и спецификации, охватывающих электротехнические и информационные технологии. На сегодняшний день существует большое количество стандартов данного типа, и сквозная совместимость должна быть продемонстрирована очень подробно.

Кроме того, конкретные требования, такие как безопасность долгосрочных инвестиций и устаревшие системы должны быть рассмотрены при разработке системы стандартизации в первую очередь. Эта структура будет лежать в основе новых разработок и достигнутых выгод

через внедрение Smart Grid. МЭК, как единственная международная организация по стандартизации в области электротехнической стандартизации, идеально подходит для содействия в развитии Smart Grid и внедрения опыта в России [4].

На сегодняшний день России только предстоит сделать огромный шаг в сторону стандартизации Smart Grid. России следует опираться на имеющиеся наработки на международном и региональном уровнях, использовать опыт ИСО, МЭК, Евросоюза. На базе этого опыта Россия сможет сформировать и эффективно реализовать собственную программу по стандартизации, руководствуясь принципом: брать все лучшее, при этом учитывая свою специфику. Уже сейчас необходимо внедрять и применять наработки в данной области так, как государство уже сейчас создаёт правовое регулирование и толчок именно для этой отрасли. На основе положительного опыта и многолетнего труда МЭК, Россия может интегрировать основную концепцию стандартов и наработок технических институтов. Стандарты в этой отрасли направлены не только на инновацию электроснабжения, но и на энергоэффективность, возможность продвижения новых технологических разработок, а также осуществление сопоставительного анализа в энергетической сфере и области энергоаудита, что для России актуально.

Интеллектуальные учет являются видимым лицом новой инфраструктуры, продвигаемой государствами в многие регионы и страны мира для повышения энергоэффективности. Интеллектуальные учет позволит потребителям электроэнергии играть активную роль в функционировании электроэнергетического рынка.

Поводя итоги данной статьи хочется отметить небольшие, но важные шаги в области стандартизации интеллектуального учета в РФ. Федеральным агентством по техническому регулированию метрологии «Росстандарт» совместно с СРОА Ассоциацией ОППУ «Метрология энергосбережения» ведется работа по разработке и утверждению в 2019 г. стандартов (ГОСТ Р) по следующим направлениям: узлы учета тепловой энергии, теплоносителя. Общие требования к проектированию; узлы учета тепловой энергии, теплоносителя. Общие требования к техническому устройству; узлы учета тепловой энергии, теплоносителя. Общие требования к монтажу и пусконаладке; узлы учета тепловой энергии, теплоносителя. Общие требования к техническому обслуживанию. Также предполагается разработать и внедрить в 2020 году ГОСТ Р по автоматизации коммерческого учета, а также разработать стандарт по жизненному циклу приборов. Ассоциация «Метрология энергосбережения» выступила с инициативой взять на себя обязательства по разработке данного стандарта. После согласования с 393 ТК проект стандарта будет представлен в Минстрой России для дальнейшего утверждения Росстандартом.

Литература

1. Re-Finding Industry Report from the High-Level Strategy Group on Industrial Technologies / European Commission, 2018. [Электронный ресурс]: https://ec.europa.eu/research/industrial_technologies/pdf/re_finding_industry_022018.pdf (Дата обращения 25.04.2020).
2. Zoo H., De Vries H., Lee H. Interplay of innovation and standardization: Exploring the relevance in developing countries // Technological Forecasting & Social Change. 2017. No 118, - P. 334–348.
3. German Standardization Roadmap Industrie 4.0. Version 3. / DIN, 2018. [Электронный ресурс]: <https://www.din.de/blob/65354/57218767bd6da1927b181b9f2a0d5b39/roadmap-i4-0-e-data.pdf> (Дата обращения 28.04.2020).
4. Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации (МГС) Содружества Независимых Государств (СНГ). Сведения о Межгосударственном техническом комитете 22. [Электронный ресурс]: <http://www.mgs.gost.ru/TKSUGGEST/%D0%9C%D0%A2%D0%9A2014.nsf/84eb0d5919ea20bac325653100289c4a/f26ec86e4be3c5614325801e00504d7e?OpenDocument> (Дата обращения 20.04.2020).

АУДИТ ПОСТАВЩИКА КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

В.Л. Василенок¹, А.Ш. Маргарян², С.В. Мочалова¹, А.Д. Пастухова¹

1 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 – Армянский государственный экономический университет, АГЭ, Ереван, Армения

atom.margaryan@gmail.com

mochalova.sv12@gmail.com

alla.pastuhova2896@mail.ru

Аннотация

В данной статье рассматривается место аудита поставщика в системе управления качеством продукции. Изучаются виды аудита, особенности и возможность самостоятельного проведения аудита. Также в статье кратко приведены этапы проведения аудита поставщика. Как вывод анализируется польза аудита как для предприятия-покупателя, так и для предприятия-поставщика.

Ключевые слова

Аудит поставщика, оценка поставщика, управление поставщиками, управление качеством, выбор поставщика, процедура аудита.

Одним из факторов конкурентоспособности предприятия является эффективность его закупочной деятельности, которая в свою очередь напрямую зависит от менеджмента качества закупок. Управление качеством закупок осуществляется на различных уровнях, один из которых - управление поставщиками. Существует множество различных методов управления поставщиками, которые работают в совокупности. В данной статье рассматривается один из них: аудит поставщика.

Аудит поставщика – процедура проверки потенциальных и существующих поставщиков сырья и материалов, позволяющая оценить их надежность и деловую репутацию.

Для предприятия-поставщика такой аудит означает возможность заключения договора на поставку крупной партии или на долгосрочный период. Как правило, аудит поставщика проводят компании, заинтересованные в долгосрочном сотрудничестве.

Аудит проводится с обязательного согласия обеих сторон, что отражается в договоре, который также включает в себя условия аудита, возможность его регулярного проведения, программу аудита и другие условия [1].

Риски предприятия при выборе и оценке поставщика:

- недобросовестное ведение бизнеса;
- финансовая неустойчивость поставщика, которая в свою очередь приводит к необходимости выплаты авансовых платежей;
- несоблюдение сроков поставки;
- поставка сырья ненадлежащего качества и др.

Соответствующая и корректная процедура аудита позволит минимизировать указанные и другие риски.

Цель аудита поставщика – проверка его способности производить и /или поставлять продукцию, соответствующую требованиям заказчика (потребителя), а также его готовность и способность к повышению качества продукции и сервиса.

Аудит поставщика – мероприятие, требующее больших финансовых и временных вложений, особенно если география не ограничивается одним регионом или одной страной.

Поэтому отделу закупок следует расставить приоритеты в проведении аудита. Для этого необходимо ответить на следующие вопросы:

- По каким товарным группам проводить аудит?
- Какие поставщики подлежат аудиту?
- Какова периодичность проведения аудита?
- Какова полнота и глубина аудита?
- Кто проводит аудит?

Если говорить о товарных группах, то очевидно, что аудиту подлежат поставщики тех материалов, сырья и оборудования, которые имеют высокую критичность для производства, то есть несут наиболее высокие материальные затраты при закупке и существенно влияют на производство. Учитывая, что как правило, такие товары составляют около 20% процентов от всей номенклатуры, возникает вопрос об оценке поставщиков не критических материалов. Ответ на этот вопрос дает понятие глубины и полноты аудита:

- самооценка по опросному листу;
- оценка поставщика непосредственно на предприятии 1-2 специалистами с помощью интервью и наблюдения;
- тщательная проверка группой аудиторов.

Полнота аудита напрямую зависит от вида аудита [2]. Виды аудита поставщика:

1. Аудит потенциального поставщика. Применяется на стадии выбора поставщика, с которым ранее не велось сотрудничество.

В большинстве случаев при таком виде аудита достаточно самооценки поставщика и ознакомления с образцами его продукции, различными сертификатами и отзывами других заказчиков.

В данном случае необходимо грамотно составить опросный лист. В него должны быть включены такие разделы как:

- производство (разработка, планирование выпуска продукции, планирование потребности, производство, обслуживание, мониторинг, управление несоответствиями и т. д.);
- система поставок (закупка, склад входящей и готовой продукции, транспортная логистика, работа с рекламациями);
- ресурсы (оборудование, инфраструктура, человеческие ресурсы и т. д.);
- система контроля качества и ответственность руководства.

Вопросы должны быть составлены так, чтобы ответом на них были слова «да», «нет», «частично».

Пример опросного листа (табл.):

Таблица

Фрагмент опросного листа для самооценки поставщика

№	Вопрос	Рейтинг	Комментарий
21.1	Проводится ли оценка ваших поставщиков на регулярной основе с точки зрения показателей качества?	0	Осуществляется входной контроль, факт регистрируется
21.2	Существуют ли установленные критерии оценки поставщиков?	3	Только на стадии выбора. Учитываются прошлые показатели
21.3	Имеется ли единый список одобренных поставщиков?	0	У каждого менеджера собственный список

Фрагмент опросного листа для самооценки поставщика

№	Вопрос	Рейтинг	Комментарий
21.4	Производится ли проверка закупаемой продукции при приемке на отсутствие дефектов?	6	
21.5	Поддерживается ли контроль и организация на складах	3	Чисто, но нет адресного хранения и визуализации

Предприятие само устанавливает систему оценки нет/частично/да :0/1/2, 0/3/6 или любую другую.

2. Ситуативный аудит. Применяется для выявления причин проблем с качеством или поставками после анализа эффективности работы с действующим партнёром.

Такой аудит может проводиться при выявлении внезапного снижения качества поставки ввиду какой-либо ошибки, а также на основании регулярной оценки поставщика при наличии негативной динамики. Подразделение, отвечающее за управление качеством закупок, устанавливает критерии оценки эффективности работы с поставщиком, а также определяет минимум при котором ситуация становится критичной и появляется необходимость предпринимать корректирующие действия.

Следует заметить, что при регулярном проведении оценки эффективности деятельности поставщика и мониторинге результатов становится возможным предупредить критические ситуации на стадии начала снижения показателей. В таком случае можно воспользоваться методом самооценки поставщика и предотвратить затраты на проведение аудита.

В случае, если этого сделать не удалось и возникла необходимость провести ситуативный аудит формируется команда специалистов, имеющих квалификацию и опыт в снижении показателей.

3. Мониторинговый аудит. Проводится регулярно для подтверждения квалификации поставщика с целью усовершенствования всех процессов.

Такой аудит позволяет повысить уровень КРІ для поставщика и приблизиться к значению «0 дефектов» про продукции и процессами. Как правило, проводится ежегодно. Можно проводить с применением процедуры самооценки дополняя оценкой собственного аудитора [3].

Все виды аудита и подготовку к ним предприятие может проводить самостоятельно либо может обратиться к внешним аудиторам, независимой организации, осуществляющей аудит. Здесь важно рассчитать затраты на оба варианта и выбрать наиболее выгодный.

Процесс и этапы проведения аудита не имеют специфики и не отличаются от этапов аудита, проводимого официальными органами по сертификации:

1. Извещение о проведении аудита в письменном виде, в котором сообщается об объеме аудита, сроках проведения и лицах, проводящих аудит.
2. Подготовка к аудиту. Поставщик получает опросный лист, в соответствии с которым готовит все необходимые документы.
3. Проведение аудита на месте.
4. Анализ результатов и составление отчета.
5. Составление перечня корректирующих действий поставщиком и сроков их реализации.
6. Контроль проведения корректирующих действий (может проводиться в рамках мониторингового аудита).

В заключении необходимо вернуться к пользе аудита для обеих сторон.

При аудите поставщика предприятие-покупатель:

- формирует четкие требования к поставщику исследует способность поставщика их выполнить;
- получает представление о ситуации, в которой находится поставщик;
- целенаправленно изучает слабые стороны поставщика и имеет возможность обсудить и скорректировать проблемы.

Также аудит вынуждает системно подходить к оценке поставщиков.

Предприятие-поставщик:

- получает перечень мероприятий для повышения уровня качества и снижения затрат;
- получает объективные данные о своих «узких местах»;
- получает возможность подготовиться к аудиту органом по сертификации (например, по нормам ИСО).

Литература

1. Бочкарева Е. К. Аудит как механизм оценки совершенствования работы поставщиков // Стандарты и качество. №4. 2015, - С. 60-63.
2. Котельников А.В. Оценка качества поставщика, как элемент управления качеством продукции // Современные научные исследования и инновации. № 1. Ч. 2. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2015/01/43489> (дата обращения: 05.04.2020).
3. Как проводить аудит. Вопросы и решения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://urazova.com/blog/kak-provodit-audit-postavshchikov-voprosy-i-resheniya/> - (Дата обращения 07.05.2020).

РАЗВИТИЕ БРЕНДА ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА НА ОСНОВЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

А.В. Гнилозуб¹

Научный руководитель – к.э.н., доцент О.В. Кучина²

1 - Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 - Северо-Западный институт управления РАНХиГС, Санкт-Петербург, Россия

aarinaa5@gmail.com

Аннотация

В статье рассмотрены вопросы влияния стратегии управления персоналом предприятия рынка гостеприимства на уровень развития бренда. Выделены общие особенности управления персоналом в сфере гостеприимства и внутреннего внедрения бренда. Предложены параметры оценки внутренней вовлеченности команды в развитие бренда заведения.

Ключевые слова

Бренд, индустрия гостеприимства, управление персоналом, кадровая политика, внедрение бренда, ценности бренда, мотивация.

В Российской индустрии гостеприимства очень остро стоит проблема развития собственных брендов. Имея огромный запас туристических ресурсов, сфера гостиничного бизнеса в России не достигла уровня развития, соответствующего возможному.

Особенностью данной сферы бизнеса является сильное влияние работы сотрудников на успех бренда предприятия. Персонал заведения данной сферы можно назвать основным ресурсом и главным носителем бренда в индустрии гостеприимства. От правильности подбора, распределения и мотивации кадров напрямую зависит качество предоставляемой услуги, а, следовательно, такие показатели как сила бренда, эффективность и результативность деятельности отеля [3]. Таким образом, разработка кадровой политики имеет первостепенное значение для развития бренда услуги предприятия сферы гостеприимства.

В одном из своих интервью генеральный директор известной консалтинговой компании в сфере гостиничного бизнеса «Hospitality Income Consulting» Елена Лысенкова привела следующее суждение: «Наиболее часто встречающаяся ошибка в отелях – это мотивация изначально не желающих работать в этой индустрии людей. Гостеприимству научить невозможно. Можно отправить нового сотрудника на тренинги, рассказать ему все детали процедур, но истинное желание превосходить ожидания гостя привить процедурами не получится» [2].

Правильный подбор сотрудников является основой кадровой политики отеля. Каждый сотрудник должен разделять общие ценности гостеприимства, обладать определёнными личностными качествами и компетенциями, также понимать и разделять концепцию и ценности бренда заведения. К общим компетенциям гостеприимства в первую очередь можно отнести способность понять гостя, предугадать его потребности и добиться расположения. Также в связи со спецификой гостиничного бизнеса немаловажными становятся такие качества как стрессоустойчивость, дипломатичность и умение быстро принимать решение в нестандартной ситуации. Но самое главное качество потенциального сотрудника успешного отеля – это искреннее желание «угодить» гостю.

Работник гостиницы должен отвечать профессиональным требованиям к сервисному служащему. На наш взгляд основными составляющими сервиса высокого уровня выступают следующие факторы:

- 1) сильная мотивированность и лояльность персонала;
- 2) чёткая централизация на госте, его желаниях и потребностях;
- 3) внедрение экспрессивных методов в построение диалога между гостем и представителем отеля;
- 4) высокий сервис невозможен без развития навыков презентации и предоставления качественной услуги.

Особенностью индустрии гостеприимства является сильно выраженная зависимость возвратности гостей от лояльности сотрудников. Нелояльный работник может нанести вред будущему гостиницы намного больший возможной пользы от него в настоящий момент.

Процесс формирования лояльности у сотрудников отеля представляет собой разработку общепринятых ценностей и комфортных мотивационных условий труда. Обеспечение лояльности сотрудников в гостиничной сфере должно быть отдельным важным направлением работы компании [4].

Сервисные работники зачастую подвергаются сильным стрессовым воздействиям. Для повышения их лояльности очень важна поддержка со стороны руководства отеля. Сотрудники должны ощущать заботу об их психологическом состоянии и физическом здоровье. Лишь в атмосфере взаимного уважения может быть обеспечен высокий уровень сервиса [1].

В качестве примера здесь можно привести немецкий отель «Шиндлерхов», где система организации графика сотрудников основана на естественных биоритмах. Менеджеры тщательно изучают каждого работника и подбирают наиболее комфортное для него время рабочего дня.

Помимо, общепринятых факторов развития сервисной команды, очень важно правильно внедрить ценности и смыслы, заложенные в бренд предприятия. Процесс внутреннего внедрения бренда в сфере гостеприимства является ключевым этапом формирования устойчивого бренда. Основная его цель – создание внутренней команды, приверженной ценностям бренда и руководствующейся ими в своих действиях.

Для проведения качественного процесса внутреннего внедрения необходимо сформировать стратегию внутреннего позиционирования бренда, где целевой аудиторией становятся, непосредственно сотрудники компании. Такая стратегия включает в себя описание комплекса мероприятий, нацеленных на доведение ценностей бренда компании до каждого сотрудника.

Главным результатом реализации стратегии внутреннего позиционирования должно стать достижение состояния внутренней вовлеченности команды.

Нами были выделены параметры внутренней вовлеченности команды сферы гостеприимства (таб.).

Таблица

Параметры внутренней вовлеченности команды

Параметр	Описание
Осведомленность	Каждый сотрудник ознакомлен с идеей и концепцией бренда, способен правильно интерпретировать заложенные смыслы бренда.
Понимание	Каждый сотрудник понимает миссию, цели, видение, идентичность бренда и осознаёт, каким образом позиция бренда может быть реализована в его действиях
Вдохновение	Все сотрудники компании разделяют видение бренда, привержены общим ценностям, чувствуют собственную важность в процессе развития бренда, смотрят на работу компании «глазами гостя»

Параметры внутренней вовлеченности команды

Параметр	Описание
Направленность	Все сотрудники обеспечены понятными стандартами и нормами поведения, транслирующими позицию бренда
Гибкость	Сотрудники готовы развиваться и совершенствоваться, соответствуя эволюции рыночной позиции бренда

Важным этапом поддержания вовлечения становится – постоянное обучение. Каждому сотруднику отеля необходимо привить принципы гостеприимства, ценности бренда и сервиса.

Одной из самых эффективных признана система обучения в отелях сети Marriott. В первую очередь новых сотрудников знакомят с историей компании, её ценностями и основами организационной культуры. Далее на регулярной основе проводятся тренинги на темы стресс-менеджмента, гостиничного этикета, делового общения, клиентоориентированности. Также в программу тренингов включены темы самореализации и личной эффективности.

Одним из основных интересных инструментов повышения лояльности сотрудников в сети Marriott выступает «книга девизов на каждый день». У каждого сотрудника есть небольшая книга, в которой определяется лозунг дня. Новый девиз объявляется каждое утро на специальном собрании. Примерами таких девизов могут быть фразы – «Я предугадываю желания гостя», «Я с гордостью представляю отель Marriott», «Я умею работать в команде». Этот несложный инструмент создаёт сильную корпоративную культуру и помогает каждому сотруднику почувствовать важность выполняемой им работы.

Таким образом, основным путём увеличения эффективности и улучшения позиции гостиницы на рынке является инвестирование в персонал, его обучение и развитие.

Для максимальной реализации трудового потенциала гостинице необходима специально разработанная кадровая стратегия. В такой стратегии должны быть чётко обозначены вектор развития персонала и необходимые мотивационные программы.

Особенностью сферы гостеприимства является поощрение создания дополнительной ценности гостиничных услуг путём проявления каждым сотрудником своего собственного особого отношения и подхода. Таким образом именно работники задают направление развития бренда и особенности его идентичности. Современные мотивационные программы могут быть эффективными только в случае их совпадения с актуальными мотивационными факторами для работников сферы гостеприимства [5].

При разработке такой стратегии необходимы следующие моменты:

- внедрение системы регулярных тренингов и постоянного обучения;
- разработка адекватной системы бонусов и поощрений;
- создание планов индивидуального роста и развития для ведущих сотрудников;
- разработка сильной мотивационной системы, основанной на актуальные мотивационные факторы;
- проведение ежегодного анализа внутреннего климата и применение необходимых инструментов по результатам.

На современном этапе бурного развития и сильной конкуренции на рынке гостиничных услуг – мотивационные стратегии выступают сильным конкурентным преимуществом.

В заключение следует отметить, что для индустрии гостеприимства в большей степени, чем для любой другой отрасли, актуален девиз – «кадры решают всё». Для обеспечения успешной деятельности гостиницы и развития собственного бренда необходима эффективная работа всей команды сотрудников. Если лояльность сотрудников на низком уровне и мотивационная стратегия разработана не качественно – гостинице не помогут ни многомиллионные инвестиции, ни удобное расположение, ни громкое имя.

Литература

1. Кобьёлл К. Управление персоналом в отельном бизнесе» // международный портал вебинаров webinary.com. 23.10.2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://webinary.com.ua/publ/stati_sfery_hrm/upravlenie_personalom_v_otelnom_biznese_s_ovety_biznes_guru_klausa_kobjolla/3-1-0-1098) / – (Дата обращения:15.03.2020).
2. Лысенкова Е. Правила нематериальной мотивации персонала // интернет-журнал Hotelier.PRO. 8 июля 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://hotelier.pro/personal/item/2731-hic/2731-hic>) / – (Дата обращения: 12.03.2020).
3. Музыкант, В.Л. Брендинг: управление брендом: Учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: Риор, 2018. – 256 с.
4. Гончарова Л.П. Гостиничный сервис: Учебное пособие / Л. П. Гончарова. - Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2018. – 174 с.
5. Степанова С.А. Формирование и развитие трудового потенциала гостиничного предприятия через мотивационные программы персонала // Эффективное управление в гостиничном и ресторанном бизнесе, 2017.

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНО-РАСПРЕДЕЛЁННОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

А.С. Дубгорн, С.Г. Светуныков

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

alissa.dubgorn@gmail.com
sergeysvetunkov@gmail.com

Аннотация

Управление сетью территориально распределённых медицинских организаций требует комплексных подходов к реализации управленческих функций и к формированию архитектуры такой сложной корпорации. В настоящей работе предлагается ряд принципов такого управления, сформированных на базе концепции архитектуры предприятия и процессного подхода к управлению. Реализация этих принципов позволит обеспечить управляемость, прозрачность и эффективность системе управления сетью территориально распределённых медицинских организаций.

Ключевые слова

Территориально-распределённая организация, управление здравоохранением, медицинская организация.

Введение. Доступ к качественной и своевременной медицинской помощи в любой точке страны является важным приоритетом развития национальной системы здравоохранения для такой территориально крупной страны, как Россия. В этой связи неудивительно, что не только государственная система здравоохранения обладает большим количеством подотчётных ей территориально распределённых по всей стране медицинских организаций, но и частные компании открывают свои клиники (представительства и филиалы) в различных регионах России. Система территориально распределённых организаций подразумевает наличие нескольких удалённых друг от друга подразделений, часто находящихся в разных населённых пунктах, но объединённых единой системой управления. Управление подобной разветвлённой сетью требует комплексных подходов к реализации управленческих функций и к формированию архитектуры такой сложной корпорации [1]. Эффективное управление территориально распределёнными медицинскими организациями требует методической поддержки со стороны современных управленческих дисциплин. Существенный вклад в обеспечение подобного системного подхода могут внести современные информационно-коммуникационные (ИКТ) и цифровые технологии: для территориально распределённых организаций важно, что технологии позволяют преодолеть барьер расстояния, обеспечить требуемую оперативность дистанционного информационного обмена [2].

Целью данной работы является формирование принципов управления территориально распределёнными медицинскими организациями. Сформированные принципы призваны определить архитектуру управления подобной сложной корпоративной структуры.

Методология. Методологической основой настоящей работы является концепция архитектуры предприятия и процессный подход к организации деятельности предприятия.

Архитектура предприятия представляет собой единство разнородных элементов, составляющих предприятие: стратегические цели и задачи, функциональная и организационная структура, система бизнес-процессов, система документооборота, информационные системы и приложения, базы данных и СУБД, ИТ-оборудование и другие

элементы [3]. Архитектура предприятия позволяет сформировать сбалансированную систему управления бизнесом, учитывающую все составляющие и их взаимосвязи. Элементы архитектуры предприятия традиционно объединяют в группы – т.н. слои: бизнес-слой (бизнес-архитектура), слой приложений (ИТ-архитектура), технологический слой (технологическая архитектура) [4, 5].

Основой бизнес-архитектуры любого предприятия является система бизнес-процессов, которая формируется на основе функциональной структуры бизнеса. Бизнес-процессы определяются как «устойчивая (периодически повторяемая), целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности». Система бизнес-процессов определяет организационную структуру, систему документооборота предприятия, систему денежных потоков (рис.). Бизнес-процессы призваны обеспечить эффективную операционную деятельность и её стабильность.

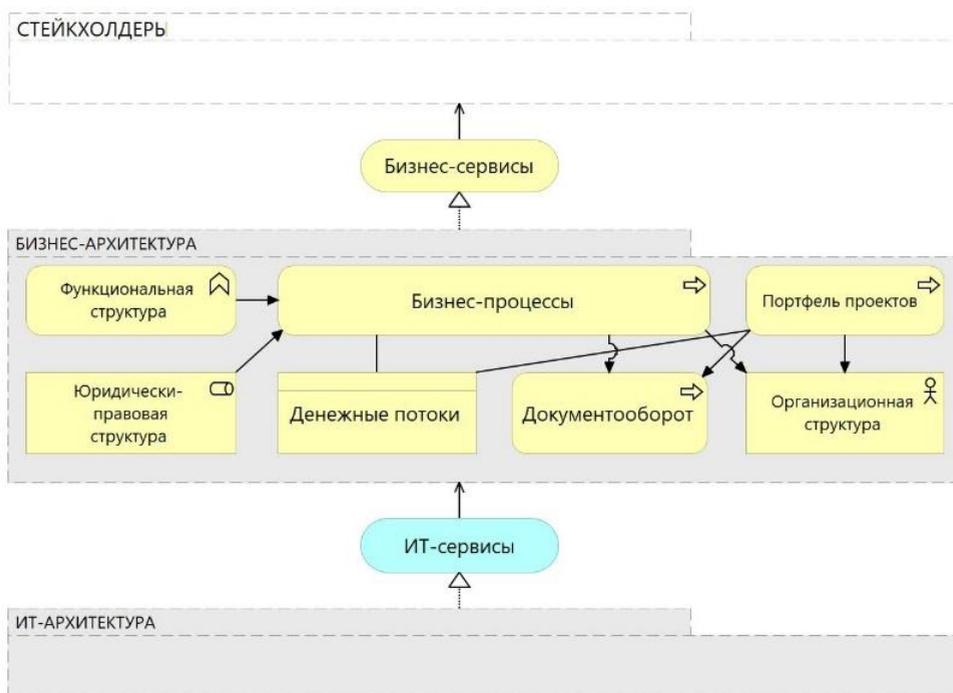


Рисунок. Место бизнес-процессов в архитектуре медицинской организации

Процессный подход позволяет описать последовательность действий по достижению результата, разложив его на отдельные шаги до требуемого уровня детализации. Процессный подход также лежит в основе многих подходов к автоматизации деятельности предприятий: сначала определяются потребности процессов в ИТ-поддержке, затем, в ответ на эти потребности, реализуются ИТ-сервисы [4]. При изменении блоков процесса соответственно меняются и требования к ИТ-сервисам и по сервис-ориентированному принципу подстраивается и информационная система.

Результаты. При разработке принципов управления территориально распределёнными медицинскими организациями предлагается взять за основу процессный подход к управлению деятельностью. В соответствии с процессным подходом организация и управление деятельностью сети территориально распределённых медицинских организаций основано на ключевых принципах: реализация цикла непрерывного совершенствования «Планируй – Делай – Проверь – Действуй» (PDCA) и риск-ориентированное мышление.

Процессный подход позволяет компании планировать процессы и их взаимодействие. Реализация цикла PDCA позволяет компании обеспечить процессы необходимыми ресурсами, осуществлять их менеджмент, определять и реализовывать возможности для улучшения. Риск-ориентированное мышление позволяет компании определять факторы, которые могут привести к отклонению от запланированных результатов процессов и системы менеджмента качества организации, а также использовать предупреждающие средства управления для минимизации негативных последствий и максимального использования возникающих возможностей.

Управление и реализация процессного управления опирается на следующие принципы управления:

- *Централизованная система управления:* с целью повышения управляемости и снижения административной нагрузки на исполнительные территориальные подразделения (филиалы) в системе территориально распределённых медицинских организаций предлагается реализовать принцип управления из единого центра (управляющая компания), где формируются и доводятся до сведения исполнительных подразделений стратегия, тактика, методология, процедуры и единые стандарты управления и организации хозяйственной деятельности.

- *Функциональное подчинение:* сотрудники функциональных структурных подразделений филиалов подчиняются соответствующему функциональному руководителю управляющей компании и подотчётны соответствующему функциональному подразделению управляющей компании в части ряда функций в соответствии с внутренними регламентами, при необходимости в обход непосредственного руководителя филиала, в котором трудоустроен сотрудник.

- *Прозрачность:* руководство филиалов и их структурных подразделений в установленном порядке обеспечивают своевременное предоставление достоверной информации в соответствующие функциональные подразделения управляющей компании обо всех существенных фактах, касающихся функциональных аспектов деятельности филиала, а также способов повлечь негативные последствия для филиала и всей системы распределённых медицинских организаций.

- *Управление по исключениям:* исполнители бизнес-процесса принимают решения строго в рамках установленных полномочий и передают принятие решение вышестоящему в организационной структуре исполнителю в случаях, если ситуация вышла или планирует выйти за пределы его полномочий.

- *Единое информационное пространство:* эффективное процессное управление обеспечивается единым информационным пространством системы распределённых медицинских организаций, которое делает возможным доступ к единообразной, непротиворечивой, корректной, актуальной информации всех филиалов системы распределённых медицинских организаций, их структурных подразделений и сотрудников в соответствии с установленными правами доступа к информации и правами работы с этой информацией.

- *Процессное управление:* система процессного управления сетью распределённых медицинских организаций представляет собой совокупность задокументированных, утверждённых и доведённых до сведения исполнителей регламентов выполнения отдельных функций (бизнес-процессов). Все бизнес-процессы системы распределённых медицинских организаций состоят из подпроцессов, между которыми установлена последовательность и взаимодействие. Особенности организации, управления и реализации каждого бизнес-процесса описываются регламентах. Регламент бизнес-процесса устанавливает в том числе и порядок взаимодействия в ходе реализации бизнес-процесса всех филиалов, входящих в состав системы распределённых медицинских организаций. Каждый бизнес-процесс включает блоки процессов управления и основных процессов, реализующих цикл PDCA:

- блок процессов управления – разработка планов и методологии реализации бизнес-процесса (P, A);

- блок основных процессов – реализация бизнес-процесса (D);
- блок процессов управления – мониторинг и контроль реализации бизнес-процесса (C).

Ответственность за результаты процесса несёт владелец бизнес-процесса, а именно: за организацию и обеспечение реализации бизнес-процесса; за своевременное предоставление информации о реализации бизнес-процесса в процессе взаимодействия с другими структурными подразделениями, филиалами, а также внешними контрагентами; за своевременное предоставление установленной отчётности в установленные сроки вышестоящим структурным подразделениям и сотрудникам.

• *Единые стандарты реализации деятельности:* для обеспечения единообразия оказываемых медицинских услуг и реализуемых внутренних процедур в системе распределённых медицинских организаций разработаны и применяются единые стандарты осуществления деятельности для всех функциональных подразделений, обязательные к исполнению во всех филиалах.

• *Учёт локальных особенностей:* при реализации деятельности филиалов учитываются экономические и другие особенности региона, в котором функционирует филиал, в части ценообразования, формирования бюджетов, прогнозов, статей расходов.

Выводы. Управление системой территориально распределённых медицинских организаций требует применения соответствующих технологий управления бизнесом, которые способны обеспечить эффективность подобной сложной корпоративной структуре. В настоящей работе предлагается ряд принципов такого управления. Предполагается, что реализация этих принципов позволит обеспечить управляемость, прозрачность и эффективность системе управления сетью территориально распределённых медицинских организаций.

Направлением дальнейших исследований по разработке решений по управлению территориально распределёнными медицинскими организациями может стать анализ функциональной модели таких компаний и формирование подхода к распределению функций между территориально распределёнными подразделениями, а также формирование требований к ИТ-поддержке такой функциональной структуры. Также представляет интерес направление исследований, связанное с выделением сквозных цифровых технологий, которые могут стать основой обеспечения эффективного информационного обмена в территориально распределённых медицинских организациях.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00955.

Литература

1. Борреманс А.Д., Лепехин А.А., Левина А.И., Дубгорн А.С. Разработка требований к системе управления медицинской организации в условиях цифровой трансформации // Наука и бизнес: пути развития, № 8 (98), 2019. – С. 92-96.
2. Ilin I.V., Iliashenko O.Y., Levina A.I. Application of service-oriented approach to business process reengineering. В сборнике: Proceedings of the 28th International Business Information Management Association Conference, 2016. – С. 768-781.
3. Lankhorst, M. ed: Enterprise architecture at work: modelling, communication and analysis. Springer, Berlin, 2013, – 338 p.
4. Ilin I.V., Lyovina A.I., Shirokova S.V., Hellmann N., Dubgorn A.S. ITIL AND PRINCE2 IN PRACTICE. Санкт-Петербург, 2014, – 129 p.
5. Ильяшенко О.Ю., Ильин И.В., Лепехин А.А. Инновационное развитие ИТ-архитектуры предприятия посредством внедрения системы бизнес-аналитики // Наука и бизнес: пути развития, № 8 (74), 2017. – С. 59-66.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ОБЯЗАТЕЛЬСТВ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

А.К. Ибрагимов¹, Х.Х. Рузиев¹, Ф.Ш. Ачилов²

1 - Банковско-финансовая академия Республики Узбекистана, Ташкент, Узбекистан

2 - Ташкентский финансовый институт, Ташкент, Узбекистан

gafuribragimov@mail.ru

Аннотация

В статье изучены вопросы организации бухгалтерского учета обязательств, аналитический учет пассивных операций. Изучены способы организации учет просроченных обязательств, а также выводы и рекомендации по его совершенствованию.

Ключевые слова

Учет обязательств, просроченных обязательств, дебиторские и кредиторские задолженности, картотека, анализ обязательств, ресурсы.

В условиях либерализации экономики Узбекистана важное значение имеет привлечение хозяйственных средств. Одним из них является временно используемые источников. К таким источникам является обязательств хозяйствующих субъектов. Что такая обязательства? На наш взгляд обязательства — это совокупность конкретных видов задолженностей хозяйствующих субъектов (перед поставщиками, подрядчиками, банками, работниками, налоговыми органами, внебюджетными фондами и т.п.). В условиях рыночной экономики организации бухгалтерского учета обязательств в акционерных обществах имеет свои особенности. Согласно положениям концептуальной основы финансовой отчетности, в системе Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) финансовая отчетность отражает финансовое состояние и финансовые результаты на определённые период, движения капитала и денежных средств, которые влияет операций и прочих событий за счет их объединения в разделы в соответствии с их экономическими характеристиками. Элементами финансовой отчетности, непосредственно связанными с оценкой финансового положения в бухгалтерском балансе, являются активы, обязательства и собственный капитал. «Элементами, непосредственно связанными с оценкой результатов деятельности в отчете о прибылях и убытках, являются доходы и расходы. состоит из следующих элементов: обязательств, актив, капитал, доходы и расходы, которые является базовых элементов, характеризующих в бухгалтерском балансе финансовое положение хозяйствующих субъектов» [1, с. 73]. Исходя из этого нам необходимо определить понятия одних из элементов, которые называется обязательства. В этом вопросе по мнению проф. Ибрагимова А.К. «Обязательство является существующей обязанностью хозяйствующего субъекта, возникающей в результате прошлых событий, погашение которой, как ожидается, приведет к выбытию из организации ресурсов, содержащих экономические выгоды» [2, с. 45]. Из этого можно сказать, что обязательство признается, если его оценка может быть достоверно определена и существует вероятность уменьшения экономических выгод в будущем вследствие его погашения. Исходя из этого можно сказать это источники, которые используется временно бесплатной основе, до истечения срока погашения. В этом вопросе проф. М.Р. Мэтьюс и М.Х.Б. Перера отмечают, что теоретические принципы, лежащие в основе признания, оценки и раскрытия кредиторской задолженности, еще недостаточно проработаны, и кредиторская задолженность долгое время рассматривалась как «оборотная сторона» активов [3, с. 94]. Исходя из этого можно сказать, что одним из вопросов

обязательства является организации бухгалтерского учета, в том числе финансового учета дебиторской и кредиторской задолженности. В этом вопросе важное значение имеет риски, которые появляются в связи с просроченных дебиторская и кредиторская задолженности, которые влияет на финансовые положения хозяйствующего субъекта. По нашего мнения, данное утверждения является того, что последние изобретения и нововведения в финансовой области были вызваны острой потребностью в покрытии валютных рисков и рисков процентных ставок, а также призваны создать возможности для выработки более совершенных финансовых стратегий.

Согласно международному стандарту финансовой отчетности обязательства отражается в следующих стандартах (табл. 1).

Таблица 1

Анализ международных стандартов по обязательствам

Номер стандарта	Название стандарта	Вопросы по содержание	Дата вступления в силу
IAS 0	Концептуальные основы финансовой отчетности	Процедуры учета признания обязательств и порядок их оценки, признания обязательств	01.01.1977
IAS 12	Налоги на прибыль	Порядок учета налог на прибыль, он рассматривает текущих и будущих налоговых последствий, налогов на прибыль в финансовой отчетности	01.01.1981
IFRS 16	Арена	Учетную политику и процедуры раскрытия финансовой и операционной аренды	01.01.2019
IAS 19	Вознаграждения работникам	Учет и раскрытия информации о вознаграждения работников	01.01.1985
IAS 37	Резервы, условные обязательства и условные активы	Учет резервов условных активов и условных обязательств	01.01.1999

В этой таблице указаны используемые стандарты при учете обязательств. МСФО 12 «Налоги на прибыль» показывает порядок учета налога на прибыль, рассматривает текущие и будущие налоговые последствия, налоги на прибыль в финансовой отчетности. Таким образом, в этих стандартах указаны порядок отражения в бухгалтерском учете отдельные вопросы учета [4].

В течение долгого время в Республики Узбекистана кредиторская задолженность считается важным объектом бухгалтерского учета. Так это представлялось достаточно очевидным: если не оплачен приобретенный товар или получен заем, или начислена заработная плата – хозяйствующие субъекты имеет кредиторскую задолженность.

И так исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод о том, что **обязательства** — это задолженность хозяйствующего субъекта, возникшая вследствие прошлых событий и погашение, которой ожидается, приведет к уменьшению ресурсов субъекта, воплощающих в себе экономические выгоды.

В целях организации бухгалтерского учета обязательства подразделяются на следующее группы: долгосрочные; текущие; непредусмотренные обязательства (табл. 2).

Группировка долгосрочных и текущих обязательств в Узбекистане

Долгосрочные обязательств	№	Краткосрочные обязательств
Долгосрочные кредиты банков и финансовых институтов	1.	Краткосрочные кредиты банков и финансовых институтов
Другие долгосрочные финансовые обязательства	2.	Текущую задолженность по долгосрочным обязательствам
Отсроченные налоговые обязательства	3.	Краткосрочные векселя выданные
Другие отсроченные обязательства	4.	Кредиторскую задолженность за товары, работы, услуги
	5.	Текущую задолженность по всем видам расчетов
	6.	Другие текущие обязательства

Бухгалтерский учет в хозяйствующих субъектах Республики Узбекистан ведется на основе национального стандарта бухгалтерского учета (НСБУ) № 21 «План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов». Согласно план счетов бухгалтерского учета [5, с. 146] обязательства по срок погашения подразделяется на следующие группы: на текущие и долгосрочные.

Для учета обязательств в АО «Тошкентсуг» использует в бухгалтерском учете следующие синтетические счета:

6010- «Счета к оплате поставщикам и подрядчикам»;

6020- «Векселя выданные»;

6110- «Счета к оплате обособленным подразделениям»;

6120- «Счета к оплате дочерним и зависимым хозяйственными обществами».

Кроме этого, в АО «Тошкентсуг» обязательства ведется ещё на следующих разделах 6800 «Счета учета краткосрочных кредитов и займов», 6900 – «Счета учета задолженности разным кредиторам», где учитывается задолженности в этой группы. Бухгалтерский учет обязательства сроком более одного года ведется на счетах 7010 – «Счета к оплате поставщикам и подрядчикам»; 7020 – «Векселя выданные», которые ведется учет в тех же счетах как текущие обязательства. По нашему мнению, аналитический учет по этим счетам необходимо организовать по каждому виду обязательств и срокам взыскания.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать заключение о том, что сложность решения этой проблемы вызвана тем обстоятельством, что долгие годы в Республике Узбекистан обязательства и их бухгалтерский учет не исследовались с учетом рыночных отношений. Не решены основные теоретические подходы к обязательствам, их идентификационные признаки, не разработана бухгалтерская модель учета и иммунизации обязательств, их начисления и погашения.

Литература

1. Международные стандарты финансовой отчетности. М.: Аскери, 2019. – 1024 с.
2. Ибрагимов А.К., Хасанов Б.А., Ризаев Н.К. Молиявий ва бошқарув ҳисоби. Ташкент: Иқтисод-молия, 2018. – 342 с.
3. Мэтьюс М.Р., Перера М.Х. Теория бухгалтерского учета. Москва: Юнити-Дана, 1999. – 378 с.
4. Закон Республики Узбекистана «О бухгалтерском учете» новая редакция. Ташкент. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Lex.uz. (Дата обращения: 05.04.2020).
5. Национальный стандарт бухгалтерского учета Республики Узбекистана. НСБУ №21. Ташкент: Норма, 2010. – 240 с.

ЭВОЛЮЦИЯ ВЗГЛЯДОВ НА МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Е.В. Иевкова

Научный руководитель – д.э.н., профессор В.Л. Василенок

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

vulfi13@yandex.ru

Аннотация

В данной статье рассмотрены изменения термина качество с течением времени, также выделены ключевые определения термина и представлены различные уровни качества согласно японской концепции.

Ключевые слова

Система менеджмента качества, термин «качество», эволюция взглядов.

Термин «качество» применяется в различных сферах, с ним знакомы и употребляют огромное количество людей. Ассоциация с этим термином часто является положительной и применяется при продвижении товаров и услуг на рынке. Также не существует никаких ограничений для употребления этого термина и значения, которые ему придаются, бывают различными.

В повседневном использовании этого термина, первое, что мы думаем о такой продукции – это о том, что она выпущена в соответствии с очень высокими стандартами. В этом ключе можно привести пример о различных марках машин. Марки премиум-класса безусловно являются высококачественным продуктом, но если использовать этот термин профессионально, то марки эконом-класса также могут быть высококачественным продуктом, при соответствия техническим условиям, которые определены продавцом, а также ожиданиям потребителей.

Качество – в некоторой мере, является философской категорией. В III веке до нашей эры ее впервые проанализировал Аристотель. Он относил к качеству то, что существует само по себе. При этом качество для него на втором месте после сущности. Аристотель рассматривал качество как:

- первое видовое отличие сущности;
- характеристику состояний сущности;
- свойство вещи.

Так, согласно Аристотелю, категория качества проявляется в различных отношениях. Первый вид – показывает отличие от других предметов и устойчивость. Второй и третий больше имеют отношение с состояниями и свойствами, которые могут вытекать друг из друга (холодное – горячее; больной – здоровый и т.д.).

Понимание качества Аристотеля на протяжении многих веков легло в основу идеи развития качества. Основное внимание уделялось предметному характеру. Системное понимание качества как идея принадлежит Гегелю и Марксу. В философии Гегеля главными отправными точками бытия являются качество, количество и мера. «Качество, - подчеркивает Гегель, - есть, в первую очередь, тождественная с бытием, определенность. Третья ступень бытия, мера, есть единство первых двух, качественное количество» [3]. Именно Гегель определил связь между диалектикой качества и количества. Благодаря этому определению, появился функциональный подход к качеству, а также выражение его через количественные показатели. Это то, что стало значимым для XX века. Существуют также похожие

современные философские определения. Следует отметить, что категория качества выражает важную сторону объективной реальности объекта – определенность.

Общепринято, что качество объекта должно быть связано с объектом в целом, который полностью покрывает его, является неотделимой его частью, и не должно сводиться к каким-либо конкретным свойствам; вот почему понятие «качество» часто идет с бытием предмета. В таблице показано разнообразие формулировок понятий качества.

Таблица

Динамика понятий качества

Автор	Формулировка определения качества
Аристотель (III в. до н.э.)	Различие между предметами Различие по признаку «хороший – плохой»
Гегель (XIX в. до н.э.)	Качество отождествляется с бытием, так нечто, когда теряет свое качество, перестает быть тем, что оно есть
Шухарт (1931 г.)	Для качества существуют два аспекта: • Объективность характеристик; • Субъективность (насколько вещь «хороша»).
Исикава К. (1950 г.)	Качество как свойство, которое реально удовлетворяет потребителей;
Джуран Дж.М. (1979 г.)	Пригодно для использования (соответствует назначению) Субъективная сторона: качество равносильно степени удовлетворенности потребителя (чтобы реализовать качество, производитель должен выявить требования потребителя и сделать готовый продукт таким, чтобы он удовлетворял этим требованиям)
ГОСТ 15467-79	Качеством продукции является совокупность свойств продукции, которые обуславливают ее пригодность удовлетворять потребности в соответствии с назначением
Международный стандарт ИСО 8402-86	Качеством является совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают способность удовлетворять потребности
ГОСТ Р ИСО 9000-2001	Качеством является степень соответствия требований присущим характеристикам

Основываясь на многочисленные разнообразные явления и объекты окружающей действительности, понятия качества, которые стали обыденными, являются многообразными и в то же время недостаточно полными и точными. Японская концепция включает в себя четыре уровня качества:

1. Первый уровень – «соответствие стандарту» (с 1950 г.). Качество оценивается как соответствие или несоответствие требованиям стандарта. Необходимо выяснить каким требованиям стандарт предлагает соответствовать, одобрить их, а также инструкции и процедуры проверки качества продукции. Используемые инструменты: статистический контроль качества и организационная структура производства. Эта концепция имеет некоторые недостатки: необходимость проведения обязательного контроля качества и отсутствие учета требований потребителя (или рынка в целом).

2. Второй уровень – «соответствие использованию» (с 1960 г.). Теперь продукция должна не только соответствовать стандарту, но и эксплуатационным требованиям. В этом случае, она будет востребована на рынке. В связи с тем, что не все потребители были ознакомлены с возможностями использования продукции потребителями, одна из японских фирм получила множество жалоб на свою новую стиральную машину, которую жители сельской местности использовали для мытья картофеля. Они не смогли понять, что эта машина предназначена для стирки белья. О качестве продукции должны заботиться не только производственные филиалы организаций, но и все службы предприятия, начиная от маркетинга и исследований и, заканчивая сбытом и сервисным отделом. Иными словами, все отделы предприятия должны работать как единое целое.

Также не стоит забывать, что более высокое качество ведет к более высоким затратам, это означает, что цены на продукцию также будут увеличены. После настоящей потребительской революции в Японии были освоены методы анализа рынка и межфункциональное управление в конце 60-х – начале 70-х гг.

3. Третий уровень – «соответствие фактическим требованиям рынка» (с 1970 г.). В идеальном развитии событий – это означает, что уровень качества является высоким по низким ценам. Необходимо изменить всю систему работы, чтобы добиться таких результатов. Единственный способ добиться высокого качества при низких затратах – это бездефектное производство. Это, прежде всего, зависит от сознательности работников и их постоянной сознательной работы в области обеспечения качества.

Продукцию производит именно рабочий, а никак не инженер или управленец. Исходя из этого, работникам необходимо научиться самостоятельно выявлять дефекты или ошибки и исправлять их. Качество создается благодаря постоянному желанию улучшить качество со стороны работников, занятых в производственном процессе.

Если такой процесс налажен, ошибки быстро исправляются, и у сотрудников появляется желание улучшить качество работы на всех этапах производства. В таком случае, дефекты, отходы и изменения будут составлять незначительный процент, поскольку их по-прежнему невозможно избежать. В таком «контроле процесса» должен быть весь персонал организации.

4. Четвертый уровень – «соответствие скрытым (неочевидным) потребностям» (с 1980 г.).

Для развитых стран характерен разнообразный рынок, содержащий большое количество различной продукции, которая мало отличается по уровню качества и удовлетворяет все очевидные потребности потребителя. Так, преимущество при сбыте получают продукты, которые учитывают скрытые потребности покупателя. Потребитель не всегда знает, что он действительно хочет и только когда ему предлагают купить что-то необычное и оригинальное, он понимает, что ему это подходит [1].

Международной организацией по стандартизации (ISO) качество определено как: «Совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворить установленные и предполагаемые потребности» [2]. Следует выделить:

- связь качества со способностью удовлетворения потребителей прослеживается на основе определения ISO;
- удовлетворенность потребителя составляется из потребностей, которые уже были заявлены и потребностей, которые подразумеваются;
- объектом может быть деятельность, процесс, продукция, организация или любое их сочетание.

Это означает, что производитель должен понимать и следовать потребностям потребителя. Термин «качество» может быть, применим как к товарам, так и к услугам и теоретически между этими выражениями нет различий.

Литература

1. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».
2. ГОСТ Р ИСО 9000-2015 «Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь».
3. Минасян, А. М. Диалектика как логика. 1991. – С. 76.

ИНТЕГРАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ И СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Ф. Календаров, О.Б. Портнягин

Научный руководитель – д.э.н., профессор Б.Б. Коваленко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

faruhkalendarov@mail.ru

portn.oleg@gmail.com

Аннотация

Уровень развития и эффективное функционирование компании во многом определяется применяемыми технологиями, в том числе и технологиями управления. В последние десятилетия для улучшения деятельности и внедрения лучших практик организации активно используют системы менеджмента, процессный менеджмент и многие другие концепции. В статье исследован подход, позволяющий сочетать процессное управление с системой менеджмента качества, учитывая при этом совершенствование работы компании посредством процесса сертификации по стандартам ISO.

Ключевые слова

Система управления бизнес-процессами, система менеджмента качества, BPM, СМК (QMS), ISO.

Структура стандартной системы менеджмента за последние 30 лет претерпела незначительные преобразования, однако изменения стандартов ISO в области качества и экологии вынудили пересмотреть структуру базы документации, что привело к смене парадигмы в отношении системы управления бизнесом на основе процессов. Устаревший подход, который использует стандартную систему управления документами для поддержки контента, не позволяет обеспечить эффективное функционирование организации в современных условиях, поскольку является громоздким практически негибким [2]. В то же время стремление к конкурентоспособности организации как на национальном, так и на мировом рынках лишь усиливается, и соответствие нормативным требованиям и отраслевым стандартам является обязательным условием на сегодняшний день.

Система менеджмента качества (СМК) (англ. *Quality Management System – QMS*) представляет собой метод управления организацией, который повышает производительность и качество продукции или услуг. Он содержит процедуры и процессы, которые необходимы организации для достижения и поддержания стандартов качества. Эти стандарты обеспечивают постоянное достижение уровня качества и стандартную работу определенной процедуры или процесса. Структурированные и предварительно определенные процедуры, и процессы предоставляют набор спецификаций для продуктов, услуг или систем, которые обеспечивают качество конечного продукта, услуги или системы, безопасность и эффективность с конечной целью повышения удовлетворенности клиентов. Большинство систем менеджмента качества ориентированы на получение и поддержание различных сертификатов ISO, особенно ISO 9001 [3].

Актуальная на сегодняшний день версия стандарта ISO 9001 вступила в силу в 2015 году. Основной упор в указанной редакции стандарта сделан на эффективное управление процессами, что подразумевает реализацию системы менеджмента качества (СМК), основанной на процессах. Преимущества такого подхода очень реальны, поскольку

основанный на процессах подход позволяет улучшить организационное управление, а также уменьшить риски.

Система управления бизнес-процессами (англ. *Business Process Management System – BPMS*) рассматривается как организационный подход, который фокусируется на регистрации и улучшении бизнес-процессов, чтобы помочь людям в организации работать более эффективно. Это достигается путем картирования, записи и документирования текущих сквозных процессов организации. Документирование процессов в карте процессов позволяет менеджерам определить, в чем заключаются недостатки и где могут возникнуть узкие места. Это помогает руководству организации основывать свои решения на фактических данных и событиях, одновременно внося необходимые изменения в каждый процесс, чтобы исключить потери, снизить затраты и, в конечном итоге, повысить эффективность.

В соответствии с Международной организацией по стандартизации для повышения эффективности деятельности организации в качестве основы используются 7 принципов управления качеством (таблица).

Таблица

Основные принципы управления качеством [3]

Принцип	Описание
Ориентация на клиента	Удовлетворение и превышение потребностей и требований клиентов
Лидерство	Четко обозначенные миссия и стратегия
Вовлечение персонала	Компетентные и мотивированные сотрудники
Процессный подход	Все действия представляют собой процессы, которые должны быть картированы, задокументированы, и автоматизированы, чтобы исключить простои и снизить затраты
Улучшение	Постоянная оптимизация бизнес-процессов
Принятие решений на основе фактических данных	Все решения должны приниматься после анализа и оценки данных
Управление взаимоотношениями	Идентификация и управление всеми заинтересованными сторонами (партнеры, поставщики, клиенты и т.д.)

Итак, пересмотренный стандарт ISO 9001:2015 является менее бюрократическим и продвигает BPM как метод, который повышает ценность самой СМК и качество конечного продукта или услуги. В связи с тем, что процессы составляют такую важную часть стандарта качества ISO 9001:2015, в настоящее время признается, что обеспечение максимальной производительности имеет первостепенный приоритет. Процессный подход обеспечивает понимание и последовательное выполнение требований, рассмотрение процессов с точки зрения добавленной стоимости, достижение эффективного выполнения процесса, а также улучшение процессов на основе оценки данных и информации [5].

Включение этих дополнительных методов значительно повышает ценность системы управления бизнесом, поскольку управление бизнес-процессами обеспечивает сочетание соответствия требованиям и улучшения процессов. Поддержание соответствия может быть дорогостоящим и ресурсоемким, но эти затраты могут быть компенсированы улучшением операционных процессов.

Управление бизнес-процессами (BPM) относится к методам отслеживания, изучения и улучшения бизнес-процессов. Понимание того, что происходит (*как есть*), важно для осуществления изменений, которые ведут к повышению эффективности и прибыльности (*как будет*). Бизнес-процессы обычно рассматриваются с точки зрения рабочего процесса, хотя в любом процессе есть много факторов, таких как инструменты, документация и кадровое обеспечение. Любой или все эти факторы могут потребовать корректировки для постоянного улучшения. Некорректноопределенные и спроектированные процессы приводят к плохому

обмену информацией и, соответственно, неэффективному функционированию всей организации.

Целью управления процессом является снижение потерь и ошибок. Как непрерывный метод, он обеспечивает возрастающую ценность как для заинтересованных сторон, так и для их клиентов. Управление процессами почти всегда включает в себя шесть основных этапов, представленных на рисунке.



Рисунок. Этапы управления бизнес-процессами [4]

Основное правило управления процессами – использование структурированных подходов и проверенных методов. На сегодняшний день для поддержки этих методов существуют программные средства и технологии для управления бизнес-процессами. Управление процессами требует оптимизации рабочих и информационных потоков в соответствии с целями компании. Речь идет о разработке и внедрении лучших способов решения задач на предприятии. Процессный подход предполагает, что желаемый результат процесса или «результат», как он определен, достигается более эффективно, когда ресурсы и действия управляются как процесс.

Использование такого подхода к управлению процессами для улучшения результатов обычно придерживается следующих концепций [4]:

- организация процессов с точки зрения результата и стоимости, а не эффективности конкретной задачи;
- улучшение дизайна до автоматизации процесса;
- определение направлений для конкретных задач и результатов, чтобы не потерять фокус и импульс новой инициативы;
- создание стандартизированных процессов для обеспечения постоянного качества и упрощения процедуры изучения и измерения процессов;
- культура изменений, в рамках которой все процессы могут подвергаться постоянным улучшениям;
- постепенное улучшение, а не замена или переосмысление существующих процессов.

Для масштабных изменений требуется большой период времени на переподготовку и корректировку, что сводит к минимуму любой потенциальный выигрыш.

Управление процессами редко решает разовые проблемы. Эффективное управление процессом требует постоянной оценки как потенциальных улучшений, так и эффекта от внесенных изменений. Интеграция управления процессами в разных отделах – это непрерывный цикл анализа потенциальных выгод, затрат и рисков.

Самая основная форма улучшения процесса – это реорганизация рабочего процесса. Например, использование средства отображения процессов гибкой системы (англ. *Agility Systems*) осуществляется довольно просто и быстро, но тем не менее позволяет воссоздать набор выполняемых интегрированных действий, а также дает представление о том, как на самом деле работает процесс. Этот точный обзор затем может быть использован для перераспределения рабочей силы, переоценки финансов в отношении перемещения операторов или пересмотра материалов.

Большинство процессов также зависят от потока информации, который может представлять собой традиционные печатные копии, мобильные устройства или программные платформы клиент-сервер. Например, в производственной среде одна стадия в процессе запускает следующую, поэтому работа должна быть завершена в точке А, прежде чем работа может начаться в точке Б. Причем без эффективных процессов это скорее будет специальная система последовательных, а не интегрированных задач. Малейшая задержка или

перепроизводство на любой стадии может привести к негативным последствиям. Рабочий процесс – это больше, чем просто отлаженный процесс. Рабочий процесс должен рассматриваться как система, а не как последовательность задач. Способность управлять несколькими процессами, происходящими одновременно, также должна допускать исключения и сбои с помощью бизнес-правил.

Правильное управление бизнес-процессами направлено не на совершенствование движения товаров из *A* в *B*, а затем из *B* в *B*, а на разработку задач, которые можно выполнять параллельно, для экономии времени и повышения производительности. Это улучшает общую производительность без потери контроля и качества. Безупречный процесс минимизирует трату времени и ресурсов, обеспечивая сбалансированный и скоординированный поток, что позволяет избежать таких проблем, как нехватка персонала, механические сбои или некачественные материалы.

В современной цифровой среде управление процессами часто принимает форму установления связей между ИТ-ресурсами и развитием. Для эффективной коммуникации может потребоваться принятие процессов выполнения и управление языками обозначения, что создает стандарт документации, который наиболее оптимально обеспечивает как совместную работу, так и развитие ИТ. Частью хорошо управляемого процесса является обеспечение того, что нужная информация попадает в нужное место в нужное время. Коммуникационный процесс так же важен, как и реальные задачи. Каждая рабочая стадия в потоке должна иметь все данные, необходимые для выполнения каждого шага. В противном случае возникают дальнейшие задержки в постановке вопросов или в ожидании согласования и разъяснения.

Поскольку управление процессами предназначено для решения сложных задач, также необходимо наличие систем сбора данных, чтобы весь процесс документировался для дальнейшего изучения. Это позволяет получить представление об управляемых данными, а также организационных факторах, каждый из которых может стать инструментом изменений.

Традиционно управление процессами осуществляется собственными силами как для крупных предприятий, так и для субъектов МСП, но эра облачных вычислений позволила использовать программное обеспечение как услугу (англ. *Software as a Service–SaaS*), которой можно централизованно управлять и совместно использовать. Существуют комплекты приложений с полным набором услуг, которые включают в себя следующие возможности [4]:

- обнаружение и картирование процессов;
- программное обеспечение для моделирования и дизайна;
- реализация бизнес-правил;
- анализ рабочего процесса;
- использование данных для создания и тестирования симуляций.

Напомним, что системы управления представляют собой систематические структуры, предназначенные для управления процедурами, процессами и направлениями развития компании, а также для обеспечения постоянного совершенствования. Чтобы справиться с многочисленными требованиями ISO и отраслевых стандартов, а также для соответствия технологическому подходу ISO 9001, включение дополнительных методов повышает ценность системы управления, способствует совершенствованию процессов с помощью рабочего процесса и его возможностей автоматизации. Интеграция системы управления бизнес-процессами и системы менеджмента качества позволяет [1]:

- интерпретировать бизнес-модели организации;
- собирать актуальную информацию в одном месте, которая легко доступна сотрудникам;
- обеспечивать индивидуальный доступ каждого сотрудника к наглядной и доступной информации;
- визуализировать все процессы во всех бизнес-функциях;

- реализовать матрицу распределения ответственности (англ. *RACI*: *R – Responsible* (исполняет); *A – Accountable* (несет ответственность); *C – Consultbeforedoing* (консультирует до исполнения); *I – Informafterdoing* (информирует после исполнения));
- систематизировать данные и проводить аналитику всех процессов на всех уровнях;
- предоставлять доступ через мобильные устройства для всех, кто работает вне офиса;
- применять все разнообразие инструментов для постоянного улучшения.

Признавая эффективность технологии BPM и визуальную простоту методологии отображения процессов, объединение этих методов делает их включение в систему управления чрезвычайно привлекательным. Благодаря ассимиляции инструмента управления бизнес-процессами в программном обеспечении системы управления, процессы могут быть организованы для связи с порталами и извлечения данных из приложений.

Таким образом, можно отметить, что комбинированный процессный подход обеспечивает эффективные средства для соответствия требованиям ISO, поскольку новые стандарты и практики меняют способ структурирования системы управления бизнес-процессами и системы менеджмента качества.

Литература

1. Левина Т.А. Формирование системы менеджмента качества в интегрированной корпоративной структуре: дисс. к-та экон. наук. – Саранск.: 2017. – 220 с.
2. Нацыпаева Е.А., Родионова А.С. Документирование процессов как инструмент практической реализации процессного подхода к управлению в рамках новой версии стандарта ISO 9001:2015 [Электронный ресурс] // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, 2016. – №3 (62). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dokumentirovanie-protsessov-kak-instrument-prakticheskoy-realizatsii-protsessnogo-podhoda-k-upravleniyu-v-ramkah-novoy-versii> – (Дата обращения: 03.05.2020).
3. How BPM & QMS add value to an organization? [Электронный ресурс] // BusinessProcessManagement, 2018. - Режим доступа: <https://www.comidor.com/blog/business-process-management/bpm-qms-deliver-value/> – (Дата обращения: 07.05.2020).
4. Shields P. Integrating Business Process Management (BPM) with Business Management Systems (BMS) [Электронныйресурс] // Agility system. Integrated Process Management, 2017. – Режим доступа: <https://www.businessport.net/business-process-management-business-integration/>– (Дата обращения: 30.04.2020).
5. Stimson M. NEW ISO 9001 STANDARD MAY REQUIRE EFFECTIVE PROCESS MANAGEMENT [Электронный ресурс] // CONNSTEP, 2020. – Режим доступа: <https://www.connstep.org/blog/new-iso-9001-standard-may-require-effective-process-management/> – (Дата обращения: 05.05.2020).

АНАЛИЗ НЕСООТВЕТСТВИЙ ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ АЭРОЗОЛЬНОГО БАЛЛОНА

А.И. Мельчакова, М.О. Мажанов

Научный руководитель – к.э.н., доцент Л.Г. Мишура

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

nelchakova1997@gmail.com

Аннотация

В статье приводится описание применения статистических методов контроля качества в процессе управления несоответствиями для производства аэрозольной продукции. Идентифицированы и классифицированы возможные несоответствия в процессе изготовления жестяного баллона, построена диаграмма Парето, а также определена первопричина возникновения несоответствия с помощью метода «5 почему».

Ключевые слова

Несоответствия, диаграмма Парето, аэрозольная продукция, требования, качество, жестяной баллон.

Для улучшения деятельности любого предприятия важно проводить контроль качества выпускаемой продукции. Информация о результатах выполненного контроля является ценными данными о протекании процесса производства. Они позволяют осуществлять постоянное улучшение этих процессов [1].

В свою очередь, важно не просто выявлять несоответствия, но и проводить анализ причин и выполнять постоянный мониторинг и контроль. Инструментами для выявления и анализа причин являются статистические методы. Использование статистических методов контроля позволяет определить факторы, влияющие на качество результатов процессов организации, а также определить приоритеты для улучшения.

Контроль качества в ходе технологического процесса включает в себя три основных этапа. Основные этапы контроля качества представлены на рис. 1.

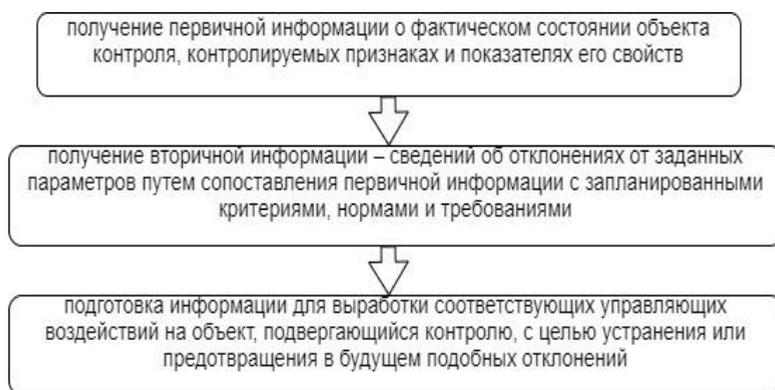


Рисунок 1. Этапы контроля качества

Объектом исследования является предприятия, которое специализируется на выпуске аэрозольной продукции, в частности был выбран процесс изготовления жестяного баллона (представлен на рис. 2).

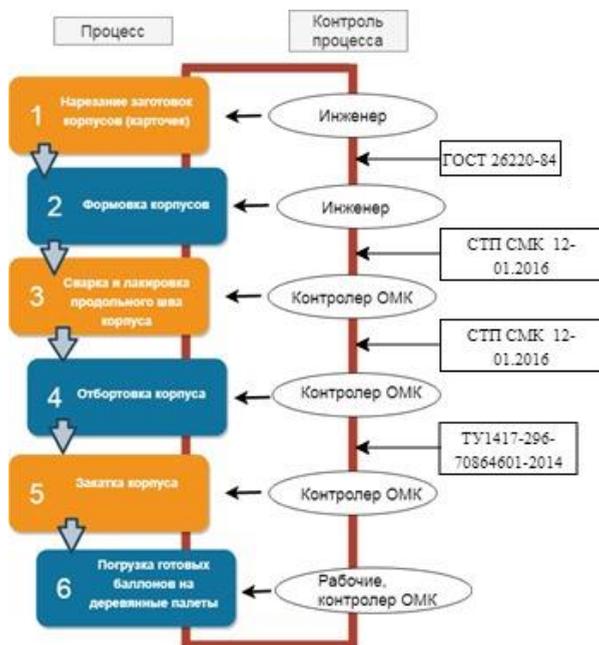


Рисунок 2. Процесс изготовления жестяного баллона

В процессе контроля в ходе протекания технологического процесса изготовления жестяного баллона выполняется проверка следующих показателей: наружный диаметр баллона, высота баллона, прочность к внутреннему давлению без остаточной деформации баллона, сплошность внутреннего антикоррозийного покрытия, внешний вид баллона.

За четвертый квартал 2019 года были проанализированы статистические данные по всем проверяемым показателям и выявлены виды несоответствий, а также частота появления несоответствий при протекании процесса изготовления жестяного баллона. Контрольный листок с выявленными несоответствиями представлен в таблице.

Таблица

Контрольный листок по дефектам за 4 квартала 2019 года для процесса изготовления жестяного баллона

Несоответствие	Частота появления	Норма ТУ1417-296-70864601-2014
Микропотери	39	Отсутствие микропотерь
Нарушение прочности к внутреннему давлению без остаточной деформации баллона	148	Минимально 12,0 кгс/см ²
Нарушен наружный диаметр горловины	6	31,2±0,15(мм)
Нарушена толщина завитка горловины	7	4,5±0,015(мм)
Нарушение внешнего вида: мелкие царапины, мелкие вмятины	22	Согласно внешнему виду образца эталона

По выявленным дефектам была построена диаграмма Парето по частоте возникновения несоответствий для процесса изготовления жестяного баллона (рис. 3) [2].

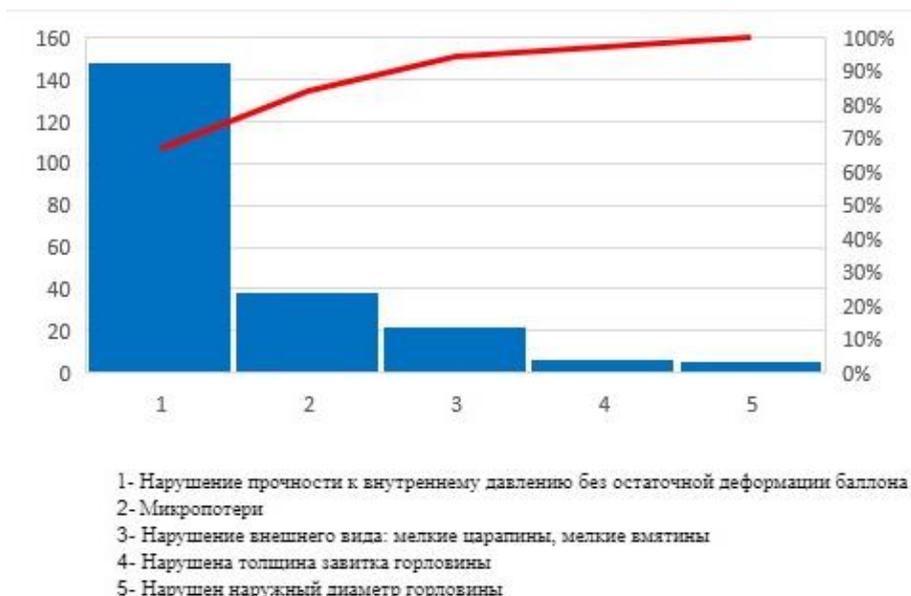


Рисунок 3. Диаграмма Парето по частоте возникновения несоответствий для процесса изготовления жестяного баллона

Из диаграммы можно видеть, что, в соответствии с правилом Парето, основная часть бракованной продукции приходится на такое несоответствие как нарушение прочности к внутреннему давлению без остаточной деформации баллона. Основное внимание стоит сосредоточить на данном несоответствии.

Завершающим этапом статистического анализа является выявление и анализ причины возникновения несоответствия. Выявление и анализ причины можно осуществлять с помощью таких инструментов как: диаграмма Исикавы, древовидная диаграмма, 5 почему.

В ходе статистического анализа был изучен технологический процесс изготовления жестяного баллона, а также проведен мониторинг каждой операции контроля специалистом ОМК. Так как на протяжении трех месяцев основным несоответствием являлось нарушение прочности к внутреннему давлению без остаточной деформации баллона, в ходе исследования были проведены беседы с контролерами, мастером цеха, наладчиком, по итогу беседы для определения причины возникновения несоответствия. С помощью метода 5 почему была определена основная причина возникновения — несоответствия- это недостаточная квалификация у наладчика оборудования (рис. 4).



Рисунок 4. Определение первопричины для несоответствия

Таким образом, следует выполнить корректирующие действия для причины и осуществлять постоянный мониторинг за процессом закатки корпуса [3].

Несмотря на то, что некоторые статистические методы просты в использовании они являются действенным способом определить причину возникновения брака. С их помощью можно осуществить механизм управления несоответствующими процессами и продукцией на всех стадиях жизненного цикла продукции: от получения ресурсов до реализации готовой продукции.

Литература

1. Панина М.С., Редько Л.А. Оценка результативности системы менеджмента качества согласно ISO 9001:2015 / В сборнике: Управление качеством в образовании и промышленности. Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. Ответственный редактор М.Н. Беляя. Севастополь, 2018. – С. 176-179.
2. Мойзес, Б.Б. Статистические методы контроля качества и обработка экспериментальных данных: учебное пособие для вузов / Б.Б. Мойзес, И.В. Плотникова, Л.А. Редько; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — 2-е изд. — Москва; Томск: Юрайт Изд-во ТПУ, 2019. — 118 с.: ил. — Библиогр.: с. 116-118.. — ISBN 978-5-534-11906-0. — ISBN 978-5-4387-0700-4.
3. Чуриков Ю.В. Отдел технического контроля: переход от традиционного к современному // Методы менеджмента качества, № 3, 2016. – С. 28-35.

МАРКЕТИНГ ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z, КАК КЛЮЧЕВАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПОСТРОЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ БРЕНДА

О.С. Почуева

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Соловьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

pochueva@gmail.com

Аннотация

Условия экономики – это не единственный мощный фактор, влияющий на маркетинг. Самое важное то, что, фактически, каждое новое поколение – новый сегмент потребителей, обладающих своими потребительскими паттернами и требующие новые подходы к выстраиванию коммуникаций. Поколение Z – это первое поколение, которое растет в эпоху digital и активного роста высоких технологий. Через 7-10 лет это будет самый массовый пласт потребителей планеты и поэтому уже в сегодняшних реалиях необходимо учиться строить коммуникации с цифровыми аборигенами.

Ключевые слова

Маркетинг влияния, поколение Z, коммуникационная стратегия, digital-коммуникации, интернет-маркетинг, агент влияния.

Последние годы стабильно растер проникновение [1]. Интернета во все сферы жизни потребителей и это, безусловно, накладывает отпечаток на потребительское поведение и, соответственно, инструменты коммуникаций, которые используют бренды для взаимодействия с аудиторией.

Но с поколением Z сложнее – это поколение, которое уже родилось в мире, где digital-пространство заполняет абсолютно все сферы жизни, постоянно совершенствуя или предлагая новые цифровые технологии.

Несмотря на то, что поколение Z – цифровые аборигены, это доставляет ряд сложностей для организации маркетинга, направленного на взаимодействие с ними:

- сформированная «баннерная слепота» в потребительском паттерне;
- обладают низкой концентрацией внимания [2];
- следят в социальных сетях не только за друзьями, но и за лидерами мнений, ценностям и позиции которых импонируют – доверяют мнению тех, которых считают авторитетными;
- для эффективной коммуникационной стратегии обязателен мультиканальный подход.

Брендам уже недостаточно быть просто узнаваемыми и иметь хорошие отзывы на свои товары или услуги. Пришло время, когда потребители ценят не только качество приобретаемого товара, но и идентифицируют себя с брендом и его ценностями, поддерживают те компании, которые социально ответственны и обращают внимание на глобальные или локальные проблемы, волнующие конкретного представителя целевой аудитории.

И главное – агенты влияния, это самые эффективные источники знания о бренде. Репутация агента влияния автоматически становится подкрепляющим фактором для того, чтобы потенциальный покупатель поверил в обещания бренда и осознал потребность в конкретном товаре или услуге.

Но это не означает, что маркетинг влияния – это исключительно агенты влияния и работа бренда с целевой аудиторией в социальных сетях. Данная концепция шире и, зачастую,

может автономно использоваться на каждом из шести этапов пути потребителя, в контексте разных категорий контента (рис.).



Рисунок. Путь потребителя в рамках концепции маркетинга влияния

Этапы пути потребителя:

1. Знание

Данный этап характеризуется «посевом» информации – актуален познавательный и информационный контент, в котором задействованы агенты влияния, рассказывающие о том, какое УТП у товара и какие проблемы он может решить.

2. Интерес

Обобщая, контент, транслируемой аудитории на данном этапе, можно охарактеризовать как образовательный. Внимание целевой аудитории акцентируется на «боли» и необходимо вызвать интерес к тому, как эту боль» можно закрыть, используя товар.

3. Желание

Самый эмоциональный этап, на котором транслируемый контент должен воздействовать на потребителя, учитывая его психоэмоциональные потребности и ожидания от коммуникации. Контент на данном этапе транслирует конкретные этапы использования.

4. Покупка

Процесс заключения сделки. На данном этапе контент не просто показывает преимущества товара, а должен укрепить уверенность потребителя в покупке. Это может быть реклама персонализированных предложений или варианты апсейла.

5. Вовлечение

Контент на данном этапе мотивирующий. Цель – донести до целевой аудитории и потребителей, в каком масштабе или даже каким конкретным лидерам мнений товар (услуга) помогли. Мотивация к покупке – это позитивный опыт тех, кто уже совершил покупку.

6. Распространение

Так как для современного потребителя, а в особенности представителя поколения Z, важно иметь единые ценности с брендом, который он выбирает, на этапе «Распространение» может рассматриваться в аспекте, что, выбирая бренд – покупатель становится частью определенного комьюнити. Обмен опытом, рекомендация своему окружению – это выражение лояльности и на данном этапе потребители становятся адвокатами бренда, будучи лидерами мнений на микро-уровне своего круга контактов.

Исходя из рассмотренных этапов пути потребителя очевидно, что концепция маркетинга влияния – это, в первую очередь, работа над психологическими и эмоциональными особенностями паттерна потребителя. Влияние – это вовлечение потребителя, коммуникации, которые представляют для него ценность.

В рамках глобальной работы над изучением потребителей поколения Z и специфики концепции маркетинга влияния, проводилось количественное исследование, в котором приняли участие 342 респондента в возрасте от 15 до 20 лет. Им были заданы вопросы относительно того, как они потребляют информацию и взаимодействуют с digital-средой, каким брендам отдают предпочтение и какой рекламе в целом доверяют.

Резюмировать количественное исследование можно следующими тезисами:

- выбирают бренды, с которыми они хотят или хотели бы себя соотносить;

- обращают внимание на бренд, с рекламой которых сталкивались неоднократно на разных платформах;
- как правило, увидев рекомендацию у инфлюенсера, не ищут подтверждающую информацию в других источниках – безоговорочно верят и уже заведомо позитивно настроены.

В ходе исследования было подтверждено, что концепция маркетинга влияния – это многослойный и сложный процесс коммуникации, но при этом гибкий и дающий возможность брендам более точно обрабатывать сегменты аудитории и четко доносить коммуникационные сообщения с помощью социальных платформ или лидеров мнений, который органичны или же авторитетны для представителей целевой аудитории.

Литература

1. Прирост интернет-аудитории в 2019 году обеспечили пенсионеры // РБК [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rbc.ru/technology_and_media/13/01/2020/5e1876549a7947210b5ef636/ – (Дата обращения: 12.05.2020).
2. Influencer marketing как обязательный инструмент маркетолога в 2019 году // Медиа аналитическое агентство Ex libris [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exlibris.ru/news/influencer-marketing-kak-obyzatelnyj-instrument-marketologa-v-2019-godu/> – (Дата обращения: 12.05.2020).

МЕТОДЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА В ЛОГИСТИКЕ

И.Г. Сергеева¹, А.Ш. Маргарян², Е.А. Ушакова¹

1 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 – Армянский государственный экономический университет, АГЭ, Ереван, Армения

atom.margaryan@gmail.com

catrin.00@mail.ru

Аннотация

В современной системе производства невозможно обходиться без логистической деятельности, развитие которой требует как материальных, так и интеллектуальных затрат. В работе рассмотрены методы управления логистической деятельностью с целью повышения качества предоставляемых услуг и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке в целом.

Ключевые слова

Логистика, управление качеством, менеджмент, методы управления.

Сегодня логистика играет важную роль как в жизни самого предприятия, так и экономики в целом. Логистика охватывает весь спектр хозяйственной деятельности, начиная от планирования операций и заканчивая доведением готовой продукции до потребителя. Основная задача логистики заключается в совершенствовании управления товародвижением с наименьшими затратами и создании эффективной системы регулирования и контроля материальных и информационных потоков. В связи с развитием рыночной экономики и, как следствие, конкуренции на рынках, вопрос качества предоставляемых работ, товаров и услуг становится все более актуальным и, соответственно, требует постоянного совершенствования логистической системы. В данной работе будут рассмотрены некоторые методы анализа логистической деятельности.

Методология исследования логистики характеризуется универсальностью и широким набором предметов исследования. Основные методы логистики представляют собой способы, позволяющие воздействовать на объект управления так, чтобы логистические задачи предприятия были решены результативно и с достижением максимального эффекта. Управление логистической деятельностью возможно с помощью экономических методов (для анализа прибыли и затрат) и с помощью методов управления качеством (для анализа «узких» и проблемных мест системы).

Рассмотрим наиболее популярные методы детально. Среди экономических методов часто организации применяют методы ABC и XYZ анализа. Метод ABC используется не только в экономике, но и в управлении качеством, он основан на эмпирическом законе Парето (принципе 80/20). Данный принцип в логистике можно использовать по-разному: с точки зрения управления качеством, для управления возникающими проблемами, построив диаграмму Парето и делать вывод о том, что большая часть последствий (80%) вызвана малым количеством причин (20%) или с экономической точки зрения (анализа прибыли), согласно которой наибольший вклад (80%) в суммарный результат какой-либо деятельности приносят усилия небольшого числа ее участников (20%). При втором варианте метод ABC используется для анализа ассортимента, клиентов, товарных запасов путем деления их на три категории (класса), которые отличаются по своей значимости и вкладу в оборот или прибыль предприятия [1, с. 23].

Для более точного определения категорий объектов в экономическом анализе логистической деятельности, вместе с ABC анализом предприятия могут использовать XYZ анализ, который позволяет произвести классификацию в зависимости от характера потребления и точности прогнозирования изменений в потребности в течение определенного временного цикла. В группу X – относят позиции с наименьшим уровнем колебаний, в группу Y – со средним спросом и со средними возможностями прогнозирования, например, сезонные колебания; в группу Z – позиции с высоким уровнем колебаний.

Еще одним экономическим (статистическим) методом управления логистической деятельности с точки зрения прибыли является метод определения точки безубыточности. Управление затратами и их минимизация является одной из важных задач логистической деятельности, поэтому при процессе планирования производственной деятельности следует знать, какой объем продукции необходимо производить, чтобы покрыть все затраты и получить прибыль, а также на каком уровне необходимо поддерживать затраты, чтобы оставаться конкурентоспособным на рынке [3, с. 123].

При определении оптимального направления действий в логистике одним из наиболее эффективных методов является метод дерева решений (древовидная диаграмма), который в простом и наглядном виде представляет задачу выбора наилучшего решения, а также соединяет в одной схеме все факторы, которые необходимо учесть при принятии решения. Дрeвовидная диаграмма относится к «семи новым инструментам» менеджмента качества.

Внедрение принципов управления качеством в логистическую систему позволит обеспечить высокий уровень реализуемых товаров и услуг, выявляя проблемы и оптимизируя процессы. Качество – это способность удовлетворять ожидания потребителей. Необходимость внедрения системы менеджмента качества (СМК) в логистическую деятельность обусловлено желанием удовлетворять ожидания потребителей наилучшим образом.

Использование управления качеством в логистике возможно при ориентировании логистической системы на фундаментальные принципы концепции всеобщего управления качеством (TQM), описанные в международных стандартах серии ISO 9000. Из семи имеющихся принципов управления качеством одним из основных принципов является ориентация на потребителя – стремление удовлетворить и превзойти ожидания потребителей, что помогает при управлении логистикой постоянно анализировать текущие процессы с целью их оптимизации.

Второй принцип – лидерство на всех уровнях логистического процесса – обеспечение единства цели и направления, создание условий, при которых сотрудники эффективно взаимодействуют, стремясь к общему результату. Третий принцип, вытекающий из второго, – это вовлечение всех работников в деятельность по улучшению организации логистического процесса, что повысит организационную культуру предприятия. Принятие решений на основе фактических данных является еще одним важным принципом управления качеством. Для его работы требуется система своевременного информационного обеспечения, что ведет к объективности и эффективности решений, принимаемых в области управления логистикой.

В логистике уже активно используется такая система менеджмента качества, как концепция бережливого производства (lean production (LP)), которая основана на сокращении процессов, не добавляющих ценности продукции для конечного потребителя. LP выделяет около 10 видов потерь, каждую из которых нужно проработать и минимизировать, не выделяя на это дополнительных финансовых ресурсов – только так можно повысить качество и снизить цену товара. Одним из инструментов LP (Lean Production – «стройное/плоское производство») служит система CANBAN (Канбан – «вовремя произвести»), которая, в свою очередь, является разновидностью системы «точно в срок» – JIT (Just-in-time), которая подразумевает отсутствие запасов, а, следовательно, снижение затрат на их содержание. Концепция JIT является часто используемым инструментом в логистике [2, с. 45].

Таким образом, система менеджмента качества и методы управления логистической деятельностью тесно связаны между собой и дополняют друг друга. Применение инструментов менеджмента качества в логистике позволяет выявить наиболее «узкие» места

деятельности и показать наглядно их распределение по приоритетности. При совместном использовании методов управления логистической деятельностью и методов, и инструментов менеджмента качества можно добиться «без дефектного» производства, постоянно ориентированного на совершенствование.

Литература

1. Божанов П.В. Методы исследования логистической деятельности / Логистические системы и процессы в условиях экономической нестабильности: материалы IV Международной заочной научно-практической конференции. – Минск, 2016. – С. 19-26.
2. Бушняк М.С., Филиппова Я.Я. Логистическая технология Lean Production // Сибирский экономический вестник, №3, 2016. – С. 38–48.
3. Ширяева Н.В., Ефимова Д.В. Определение точки безубыточности организации // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. Т2, № 8, 2014. – С. 123–124.

ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

А.Г. Смирнова, А.Г. Изотова

Научный руководитель – к.э.н., доцент Е.С. Гаврилюк

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

nasta120397@yandex.ru
izotovaanna411@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматривается система менеджмента качества (СМК) в условиях цифровой экономики. Приведен пример цифрового инструмента в СМК. Описан портал схемы FSSC 22000, его содержание и основные функции.

Ключевые слова

Система менеджмента качества, цифровые инструменты, портал схемы FSSC 22000, платформенные решения.

На основе актуальной программы цифровизации экономики России в современном мире формируются ключевые тенденции и темы деятельности, направленной на цифровую трансформацию многих организаций, как в производственном смысле, так и в управленческом. Используемые для этого технологии должны отвечать на вопрос о том, как гарантировать качество и конкурентоспособность товара/услуги, и как достичь эффективного и постоянного развития организаций, создающих данную продукцию, в условиях новой цифровой экономики. В этой связи для эффективного решения задач актуальна трансформация системы менеджмента качества (СМК) организации, которая определяет все выявленные проблемы [1, с. 31].

Желание различных организаций укрепить свои конкурентные позиции и увеличить свою продуктивность тесно связано с тем, что необходимо системно совершенствовать свою деятельность в контексте повышения качества продукции/услуги [2, с. 4]. Именно поэтому внедрение цифровых инструментов, которые будут направлены на повышение качества продукции и ориентированы на саму СМК, позволят организации добиться позитивных экономических эффектов, таких как: рост прибыли организации, повышение полезности объекта, уменьшение уровня предотвращенного убытка и т.д. Ярким практическим примером цифровизации в управлении качеством выступают платформенные решения в данной сфере.

Одной из ключевых платформ в сфере менеджмента качества выступает «Портал Схемы FSSC 2200». Данный электронный ресурс используется организациями, которые направлены на сертификацию систем менеджмента безопасности пищевой продукции.

Система сертификации Схемы FSSC 22000 в своей основе несет не только принцип системы менеджмента безопасности продукции, но и концепцию непрерывного развития. В этой ситуации развитие представлено организацией и внедрением в пользование среди сертифицирующих органов онлайн-платформы сбора, обработкой, систематизацией, хранением и оценкой данных сертификации систем, основанных на принципах «анализа рисков и критических контрольных точек» (Hazard Analysis and Critical Control Points – ХАССП).

Онлайн-площадка схемы была сформирована три года назад силами IT-специалистов. Заказчиком выступил Фонд по сертификации пищевой безопасности, который, в свою очередь, также является основателем самого стандарта. Создатели платформы

придерживаются политики постоянного совершенствования ресурса, поэтому платформа постоянно обновляется и частично модернизируется.

Сама платформа имеет вид сайта, на котором можно совершать действия, связанные с занесением информации об организациях, различных аудитах и степени соответствия системы компании требованиям стандарта. Эти данные могут вноситься в онлайн или офлайн режиме с помощью Microsoft Excel. Схемы и сопутствующая дополняющая информация оформляются в виде различных вкладок. Платформа также имеет встроенный переводчик и систему выбора сценариев, в данном случае – положительные или отрицательные результаты аудитов.

Рассмотрим более подробно работу с самим порталом. Стоит начать с принципа конфиденциальности, который использует руководство и разработчики портала. Доступ к работе с порталом имеют только лица, работающие в организации, которая аккредитована по этому стандарту. Также данные, которые вносятся на портал, имеют сугубо конфиденциальный характер, т.к. непосредственно отражают работу как аккредитуемого, так и сертифицирующегося органов.

Главная страница электронного ресурса представлена семью вкладками, в которые нужно заносить определенную информацию. Название вкладок и основные категории представленных в них данных описаны в таблице:

Таблица

Содержание вкладок портала

Название вкладки	Тип данных
IP (Integrity Program)	Статистические данные о работе сертифицирующего органа: <ul style="list-style-type: none"> • количество проведенных аудитов; • количество сертифицированных организаций; • данные по проверкам портала
My CB (Certification Body)	<ul style="list-style-type: none"> • название сертифицирующего органа; • адрес сертифицирующего органа; • контактное лицо
Organizations	<ul style="list-style-type: none"> • название организаций; • вид предстоящего аудита; • наличие сертификата; • поисковая строка; • номер дела; • адрес организаций; • опций (удаление организаций, добавление организаций, выгрузка данных и т.д.)
Auditors	<ul style="list-style-type: none"> • ФИО аудитора; • уникальный номер; • категории пищевой цепи; • статус аудитора; • иная информация (наблюдательные аудиты, текущие аудиты, данные об обучении, образование)
Certificates	<ul style="list-style-type: none"> • наименование организации; • наличие сертификата; • статус сертификата; • дата выдачи сертификата; • срок действия сертификатов

Содержание вкладок портала

Название вкладки	Тип данных
Dashboards	Статистические данные по: <ul style="list-style-type: none"> • аудиторам; • утвержденным отчетам; • сертификатам
Audits	<ul style="list-style-type: none"> • название организации; • версия стандарта; • дата предстоящего аудита; • тип аудита; • председатель аудиторской комиссии; • статус аудита; • вид аудита; • акт аудита

Информация, представленная в табл., является постоянной, т.к. она будет существовать на портале все время, независимо от обновлений функциональных возможностей самого ресурса.

Поскольку разработчики схемы FSSC 22000 придерживаются концепции непрерывного развития и совершенствования, портал регулярно претерпевает функциональные обновления. В связи с выходом версии 5 Схемы, на портале произошли существенные изменения, которые связаны с работой с информацией. Например, возможность загрузки отчета в формате Word, а не только в Excel, возможность доступа к редактированию акта аудита без обращения в техническую поддержку и т.д.

Также, стоит отметить, что в настоящее время вышло пять версии Схемы FSSC 22000.

Помимо этого, разработчиками самого портала на постоянной основе осуществляется подготовка пользователей, направленная на изучение новых функций портала Схемы FSSC 22000. Сам процесс обучения может проходить различными методами:

- онлайн и офлайн вебинары;
- видео и текстовые документы, содержащие в себе разработанные инструкции по пользованию порталом;
- приложение, с помощью которого можно отслеживать обновления системы и обучаться работе с ними;
- круглосуточная техническая поддержка в виде мессенджера;
- международные семинары, рассказывающие о различных обновлениях системы.

Таким образом, на сегодняшний день, система сертификации Схема FSSC 22000, признанная на международном уровне и основанная на принципах ХАССП и международном стандарте GMP, является одной из самых востребованных и быстроразвивающихся среди систем сертификации, отражающей применению цифровых технологий в системе менеджмента качества.

Литература

1. Воронин Э.Е., Махметова А.Е., Попова Л.Ф. Актуализация профессиональных стандартов специалистов по управлению качеством в условиях цифровизации экономики // Вестник СГСЭУ, № 5 (74), 2018. – С. 31-34.
2. Левченко Е.В. Совершенствование инструментария оценки и развития системы менеджмента качества в условиях цифровизации экономики: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Левченко Екатерина Вячеславовна. – М., 2018. – 162 с.

МОНИТОРИНГ ФИНСКОГО ЗАЛИВА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННОГО ЗОНДИРОВАНИЯ В РАМКАХ ВОДНОЙ ДИРЕКТИВЫ ЕС

А.С. Соколова, О.И. Сергиенко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

12.27@mail.ru
oisergienko@itmo.ru

Аннотация

В статье обсуждается значение мониторинга качества морской среды с использованием дистанционного зондирования для реализации водной политики в рамках Водной Директивы ЕС. Приводятся данные мониторинга качества воды в Финском заливе с использованием дистанционного зондирования. Показано, что дистанционное зондирование с применением современных оптических дистанционных датчиков обеспечивает достаточную точность измерений. Однако высокая стоимость метода ограничивает его применение и приводит к необходимости искать другие методы непрерывного мониторинга.

Ключевые слова

Мониторинг качества воды, дистанционное зондирование, водная политика, водная рамочная директива.

Современная водная политика Европейского Союза, нашедшая отражение в ряде рамочных директив, признает следующие основополагающие принципы: высокий уровень охраны окружающей среды с учетом разнообразия ситуаций в различных регионах; принцип предосторожности; предупредительные мероприятия; очистка от загрязнений у источника; принцип «Загрязнитель Платит»; интеграция политики в области охраны окружающей среды с другими политиками, например, сельскохозяйственной, транспортной, энергетической; содействие устойчивому развитию.

Реализация этих принципов имеет важные последствия для дальнейшего развития и внедрения системы экологического мониторинга, поскольку, как известно, нельзя управлять тем, что нельзя измерить.

Согласно Водной Рамочной Директиве ЕС, принятой в 2000 г., мониторинг должен включать биологические, гидроморфологические и физико-химические факторы, включая приоритетные химические вещества. Директива ЕС обращается как к химическим аспектам охраны вод, так и к экологическим аспектам, таким как состав и обилие водных организмов.

В отношении антропогенного воздействия на окружающую среду, и в особенности на водные экосистемы, возможные изменения трудно оценить в течение ограниченного периода времени. Для целей предосторожности и принятия превентивных мер в центре водной политики должны рассматриваться показатели раннего предупреждения, учет которых будет способствовать разработке мер защиты окружающей среды, эффективных с учетом как экологических, так и экономических аспектов.

Экологические показатели, полученные с помощью технологий дистанционного зондирования, должны обеспечивать возможность картирования, мониторинга и определения состояния природных и управляемых экосистем в целях своевременного предоставления информации для выявления окружающей среды, подверженной риску.

Применение мониторинга с использованием технологий дистанционного зондирования позволяет предотвратить деградацию природных экосистем, восстановление которых

экономически невыгодно по сравнению с разработкой и использованием дистанционных датчиков.

Технологии дистанционного зондирования находят применение для мониторинга акватории Финского залива (рис. 1) [1].

Финский залив относительно мелководный, со средней глубиной 38 м и максимальной глубиной 123 м. Общий объем воды составляет около 1, 130 км³. Площадь поверхности 29 600 км² - невелика по сравнению с площадью водосбора 421 000 км². Входящий речной сток составляет около 110 км³/ год. В восточной части залива соленость очень низкая из-за пресной воды реки Нева. Средняя соленость на поверхности близка к 0,6‰ в декабре и 0,3-0,6‰ в июне.

Большая часть акватории Финского залива насыщена азотом (N). В восточной части Финского залива наибольшая нагрузка вызвана фосфором (P) [2]. На рис. 2 и рис. 3 представлены нагрузки по общему азоту и фосфору, поступающие с речным стоком в акваторию Финского залива по базе данных ХЕЛКОМ [3].

На рис. 4 представлены данные спутникового сканера MODIS, на основании которых были получены концентрации хлорофилла в Финском заливе. Частота спутниковых наблюдений составляла один раз в неделю в течение всего незамерзающего периода. Сезон роста водорослей обычно длится с начала мая до конца августа. Поэтому факторы, вызывающие повышенное ослабление света, например, содержание органических и неорганических веществ, мутность изменяются в исследуемой области как пространственно, так и во времени [4].



Рисунок 1. Снимок акватории Финского залива со спутника AVHRR



Рисунок 2. Нагрузка по общему фосфору с речным стоком за период 1995 - 2017 гг.



Рисунок 3. Нагрузка по общему азоту с речным стоком за период 1995- 2017 гг.

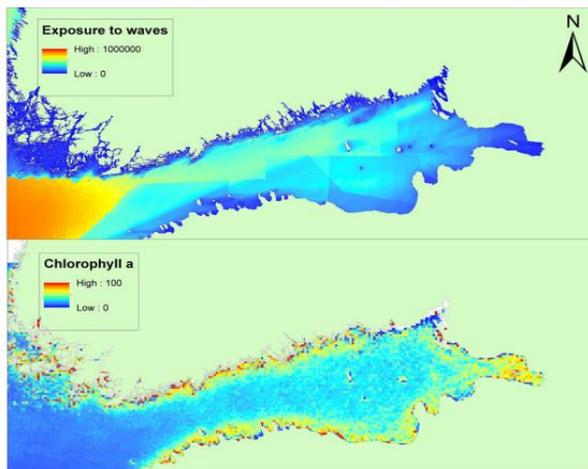


Рисунок 4. Воздействие волн ($m^2 \cdot c^{-1}$), концентрация хлорофилл- а (mg / dm^3)

Мониторинг качества воды в Финском заливе проводился с помощью различных оптических дистанционных датчиков, в частности с применением сканирующего радиометра AVHRR (Advanced Very High Resolution Radiometer) [5]. Данные AVHRR использовались для определения хлорофилла-а, мутности и температуры поверхности воды. Периодичность наблюдения отдельной территории при съемке одним спутником для северных районов составляет 4–6 раз в дневное и ночное время. Снимки доступны бесплатно в сети Интернет.

Результаты мониторинга морской воды с использованием дистанционного зондирования показали, что такие показатели качества воды, как хлорофилл-а, взвешенные вещества, желтое вещество, мутность, глубина диска Секки, цвет и температура поверхности воды, могут быть получены с достаточной точностью.

Однако дистанционное зондирование является достаточно затратным видом мониторинга. Производство немецкой спутниковой системы SAR-Lupe обошлось в 18 млн долларов, а последний контракт Роскосмоса, заключенный с предприятием «Ракетно-космический центр «Прогресс» на разработку и создание спутника нового поколения для исследования природных ресурсов Земли «Ресурс-ПМ», оценивается в 16,1 млрд. руб. [6].

Дистанционное зондирование является экономически эффективным, если относительная эффективность выше, чем величина: $(1+R/np)$, где R - стоимость проекта дистанционного зондирования, включая получение и обработку изображения; n - размер выборки; p - затраты на оцифровку и контроль качества изображения;

Спутниковые датчики способны регулярно предоставлять пространственную информацию о качестве воды для прибрежных вод Финского залива. Однако применение данной информации должно быть согласовано с целями водной политики в Финляндии и России и осуществляться в несколько этапов.

Этап 1: Определение мер по улучшению качества воды и установление целей по показателям качества воды, включая эвтрофикацию, в зависимости от фактических проблем и характеристик конкретного региона на основе ГИС и с учетом местных заинтересованных сторон. Меры управления должны включать: сокращение и, по возможности, предотвращение негативного воздействия человека на качество морской среды; картографирование охраняемых территорий; сети мониторинга; экономический анализ водопользования; меры по информированию и консультированию общественности.

Этап 2: Мониторинг качества воды с использованием данных дистанционного зондирования. Спутниковые наблюдения используются для предоставления пространственного распределения информации о качестве воды, например, хлорофилл-а, общее взвешенное вещество, желтое вещество, мутность, глубина диска Секки и температура поверхности воды.

Этап 3: Пространственное распределение информации о качестве воды относительно водных экосистем и изменений окружающей среды.

Пространственное распределение информации о качестве воды напрямую связано с ее водными экосистемами, водно-болотными угодьями и изменениями окружающей среды, например, изменением земного покрова, вырубкой лесов, демографическими изменениями, промышленным развитием и водопользованием.

Этап 4: Установление связи между мониторингом качества воды и водной политикой; получение пространственного распределения информации о качестве воды по данным дистанционного зондирования; гармонизация со стандартами качества воды в водной политике.

Дистанционное зондирование Финского залива позволяет получить пространственное распределение информации о качестве воды. Однако, учитывая высокую стоимость метода дистанционного зондирования, в прибрежной зоне акватории Финского залива целесообразно развивать применение автоматизированных систем непрерывного мониторинга водной среды в реальном масштабе времени на основе IT-технологий.

Литература

1. EarthExplorer-Home [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://earthexplorer.usgs.gov/> – (Дата обращения: 14.05.2020).
2. Savchuk O.P. Large-Scale Nutrient Dynamics in the Baltic Sea, 1970– 2016. - Baltic Nest Institute, Stockholm, Sweden, - 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fmars.2018.00095/full> – (Дата обращения: 14.05.2020).
3. HELCOMPLC-Water [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://nest.su.se/helcom_plc/ – (Дата обращения: 14.05.2020).
4. Zhang, Y., Koponen, S., Pulliainen, J., & Hallikainen, M. (2003b). Application of empirical neural networks to chlorophyll-a estimation in coastal waters using optosensors. *IEEE Sensors Journal*, 3(4), pp. 376–382.
5. Zhang, Y., Pulliainen, J., Koponen, S., & Hallikainen, M. (2002d). Detection of sea surface temperature (SST) using infrared band data of advanced very high-resolution radiometer (AVHRR) in the Gulf of Finland. *International Journal of Infrared and Millimeter Waves*, 23(10), p. 1407– 1412.
6. Карабашев Г.С., Евдошенко М.А., Шеберстов С.В. Анализ проявлений мезомасштабного водообмена на спутниковых снимках морской поверхности // *Океанология*, том 45, №2, 2005. – С. 195-205.

УЛУЧШЕНИЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА ИСПЫТАТЕЛЬНОЙ ЛАБОРАТОРИИ НА ОСНОВЕ ИТ ТЕХНОЛОГИЙ

Ю.И. Толкунова, О.И. Сергиенко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

purparr@gmail.com
oisergienko@itmo.ru

Аннотация

Обеспечение точности измерений, надежности полученных данных и удовлетворенности заказчиков зависит от организации рабочего процесса в испытательной лаборатории, практики взаимодействия процессов, осуществляемых во всех подразделениях. В статье рассматривается работа лабораторной информационной менеджмент-системы (ЛИМС), целью применения которой является повышение эффективности лабораторных работ за счет сокращения ручных задач. В свою очередь, применение ИТ технологий приводит к снижению затрат на качество и повышению доходов лаборатории. В статье приведены результаты улучшения системы менеджмента качества в испытательной лаборатории на базе ЛИМС – сокращение времени измерений и увеличение числа экспертиз, что позволяет окупить инвестиции в течение менее одного года.

Ключевые слова

Система менеджмента качества, контроль качества, испытательная лаборатория, информационная система, экономическая эффективность.

Многие российские компании уже пришли к пониманию того, что качество — один из главных факторов, определяющих успех в конкурентной борьбе. Однако в современных условиях невозможно добиться качества без информатизации процесса управления и контроля качества. Это положение в значительной степени относится к испытательным лабораториям (ИЛ), где ежедневно выполняется большое количество рутинных задач по проведению измерений, обработке данных и составлению отчетности. Испытательные лаборатории предоставляют объективные аналитические данные о качестве процессов, сырья, промежуточных продуктов и готовой продукции. В их функции входят метрологическая аттестация средств измерений, экологический контроль, рутинная инспекция измерительных инструментов, внешний и внутренний лабораторный аудит и многие другие функции.

Когда все лабораторные процедуры и процессы организованы в виде понятной и работоспособной структуры, качество работы ИЛ возрастает. Обеспечение точности и надежности на протяжении всего рабочего процесса зависит от хорошей практики управления всеми основными структурами в рамках системы менеджмента качества (СМК) [1].

Международная организация по стандартизации (ISO) разработала стандарт ISO/IEC 17025-2005 «Общие требования к компетентности испытательных и калибровочных лабораторий», пригодный для аккредитации испытательных лабораторий в широком спектре испытательных сред. Соблюдение этого стандарта качества требует, чтобы лаборатория создавала и поддерживала систематический способ обеспечения и улучшения своих показателей. Соответствие ISO 17025 создает основу для внедрения СМК и обеспечения технической компетентности лаборатории.

Структурированный подход к созданию, контролю, пересмотру и улучшению СМК представлен на рис. 1.



Рисунок 1. Процесс создания и улучшения СМК

В современных испытательных лабораториях СМК должна создаваться на основе комплекса аппаратных и программных средств или лабораторной информационной менеджмент системы (ЛИМС), предназначенных для сбора и метрологической обработки данных на всех этапах работы лаборатории.

ЛИМС является прикладным программным продуктом, который используется для управления исследованиями, стандартными образцами, результатами испытаний, а также сотрудниками лабораторий, аналитическим оборудованием, с целью генерирования коммерческих отчетов и выполнения др. функций управления лабораторной информацией и рабочими потоками. ЛИМС подключена к приборам и другим компьютерным системам.

Для рассматриваемой ИЛ было предложено реализовать с помощью ЛИМС несколько целей и задач. Во-первых, ЛИМС внедрялась для удовлетворения потребности в управлении базами данных. Во-вторых, было необходимо, чтобы ЛИМС имела возможность интегрироваться с другими приложениями в лаборатории, такими как, например, Microsoft®Office. Она должна была обеспечить устранение ошибок, повышение автоматизации, сохранение точности данных, увеличение пропускной способности и совершенствование СМК.

Сотрудники лаборатории были заинтересованы в том, чтобы внедрение ЛИМС привело к упрощению работы с лабораторными журналами, сократило ведение информации вручную и уменьшило количество ошибок, вызванных «человеком фактором», исключая путаницу с образцами и результатами.

За счет реализации ЛИМС в лаборатории можно легко проследить движение образцов через различные отделы лаборатории. ЛИМС обеспечивает сохранение информации о каждом образце. На рис. 2 представлена схема управления информацией в ЛИМС.

Одна из важнейших функций ЛИМС — генерация отчетных форм всех типов, включая сертификаты качества, протоколы испытаний и сертификаты анализа. В ЛИМС реализована функция адаптации отчетов под конкретного пользователя. В системе есть возможность реализовать интеграцию графических файлов, печатать отчеты для уполномоченных специалистов, а также передавать их по электронной почте. При этом в ЛИМС генерируются внешние (для заказчика) и внутренние отчеты, которые включают в себя резюме аналитического исследования.

Полученные данные могут быть использованы при построении графиков для аналитических исследований, например, для оценки нормы расхода реагентов и расходных материалов на исследования; данные, содержащие информацию о калибровке аналитических приборов и их обслуживанию, а также контроль за работой персонала.

Если функция обеспечения контроля качества встроена в ЛИМС, то нормативная документация в необходимом объеме будет находиться внутри системы. При этом происходит отображение контрольных карт, проводится диагностика в виде диаграмм, отслеживается степень соблюдения требований качества испытаний и происходит подтверждение уровня квалификации сотрудников лаборатории, отвечающих за проведение испытаний.

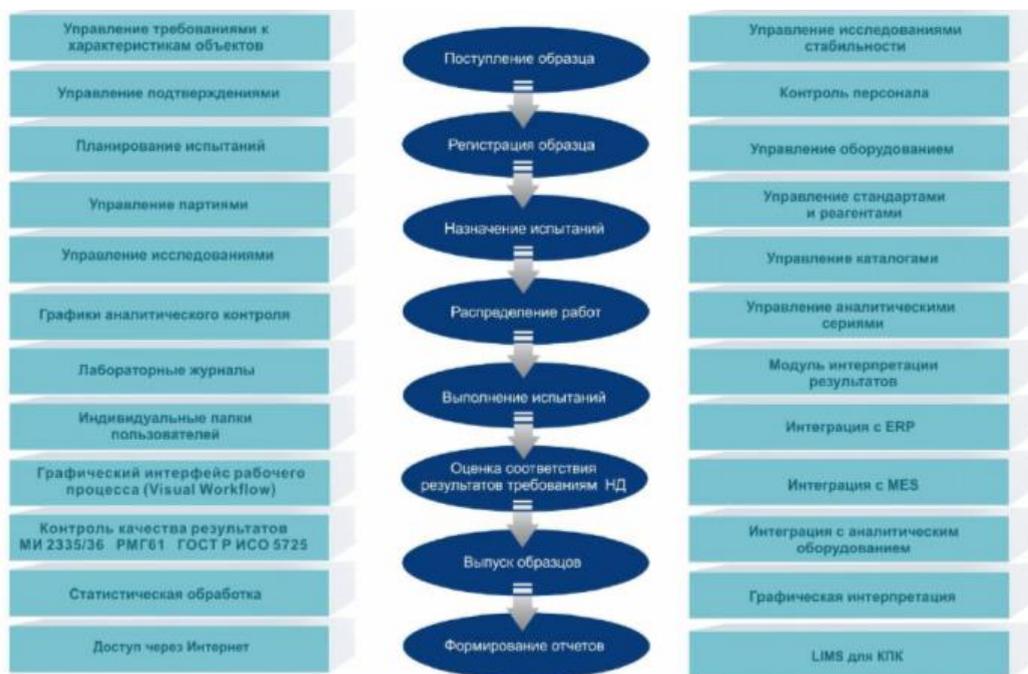


Рисунок 2. Управление информацией в ЛИМС

Стандарты серии ISO 9000 уделяют особое внимание аудиторской деятельности, связанной с оценкой степени соответствия выпускаемой продукции нормативным документам, а также оценке технической составляющей ИЛ в соответствии с международными правилами. Управление аудиторской деятельностью, встроенной в модуль ЛИМС, поддерживает управление всеми действиями при аудите.

Аудиторские записи должны быть закодированы и не могут быть изменены. ЛИМС должна соответствовать требованиям пользователя в отношении данных идентификации, индексирования доступа, систематизации, хранения и поддержания конфиденциальности всех зарегистрированных данных. Для защиты от несанкционированного доступа система

обеспечивается защищенным паролем, при этом должны быть предусмотрены функции входа в систему и совместного использования полномочий [2].

Сотрудники экономят около пяти часов в неделю рабочего времени эксперта. Ошибки, связанные с человеческим фактором минимизированы. Наблюдения показали, что время обработки отчетов значительно сократилось с 10 час. в неделю до примерно 4-5 час. в неделю (табл. 1). Сэкономленное после внедрения ЛИМС время может быть распределено на другие задачи, такие как разработка новых методов измерений и увеличение объема услуг (табл. 2). До внедрения ЛИМС отчеты формировались на еженедельной или полумесячной основе. С ЛИМС происходит автоматическая генерация отчетов, после чего они поступают на утверждение руководителя лаборатории и на печать.

Таблица 1

Состав и стоимость ЛИМС

Наименование модулей	Стоимость, тыс. руб.
Заведующий лабораторией (универсальный модуль)	300
Управление качеством (универсальный модуль)	300
Лаборатория (универсальный модуль)	300
Обработка результатов (универсальный модуль)	100
Специфические методики	200
Работа с заказчиками/заказами» (универсальный модуль)	200
Наладочные работы	70
Моноблок hp 22-c0095ur - 10 штук	215, 9
Итого:	1685,9

Таблица 2

Расчет экономии за счет увеличения производительности труда пользователя

Вид работ	До автоматизации, мин.	Экономия времени, мин.	После автоматизации, мин.
Ввод информации	120	60	60
Проведение расчетов	60	45	15
Подготовка и печать отчетов	90	65	25
Анализ и выборка данных	30	10	20
Проведение лабораторных исследований	180	30	150

Раньше у одного эксперта на выполнение одного исследования уходило в среднем 8 час. В течение 8-часового рабочего за год работы один эксперт выпускал 247 экспертиз. После внедрения ЛИМС выход составил 439 эксп./год.

При средней стоимости одной экспертизы 10 тыс. руб. доход ИЛ увеличится на 1 920, 0 тыс. руб./год. При стоимости инвестиционных затрат 1685,9 тыс. руб. период окупаемости составит менее одного года [3].

Внедрение системы ЛИМС привело к совершенствованию управления данными и автоматизации лаборатории. В настоящее время прослеживается полная цепочка поставок, ведется контрольный журнал и улучшенная система контроля качества, которые помогают сотрудникам лаборатории решать повседневные задачи. Ограничение списка пользователей тестами и выпадающими списками, подключение приборов обеспечивают высокую степень

целостности данных. Интеграция с приборами значительно сократила время на ввод данных, процесс сводится к просмотру данных и их импорту в ЛИМС.

Литература

1. Формирование, внедрение и практическое применение процессов системы менеджмента в испытательной лаборатории, ориентированной на производственную, коммерческую и образовательную сферы деятельности: монография / С.С.С. Аль-Бусаиди, Г. А. Соседов, С. В. Пономарев. – Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2012. – 120 с.
2. Опыт создания системы управления качеством в лабораториях на примере практики внедрения лабораторной информационной системы / Меркулов В. А., Сакаева И. В., Кошечкин К. А., Сбоев Г. А. 2012. – С. 14-18.
3. Поддубный А. Расчет экономического эффекта от внедрения системы автоматизации 2009 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://antegra.ru/news/experts/_det-experts/4 – (Дата обращения: 11.05.2020).

УСЛОВИЯ КРЕДИТОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ИХ ОСОБЕННОСТИ

Е.В. Ширинкина

Сургутский государственный университет, Сургут, Россия

shirinkina86@yandex.ru

Аннотация

Актуальность исследования обусловлена тем, что успешно развивающееся малое и среднее предпринимательство в немалой степени является гарантом и социально-политического благополучия государства, поскольку большая часть населения стран задействована в реализации своих интересов в данной области. Целью проводимого исследования является выявление особенностей кредитования субъектов малого предпринимательства и обобщение существующих предложений по дальнейшему развитию банковского кредитования субъектов малого бизнеса.

Ключевые слова

Кредитование, субъекты малого предпринимательства, показатели, совершенствование кредитования.

В настоящее время можно выделить следующие проблемы в сегменте кредитования малого и среднего предпринимательства. Во-первых, кредитование малого бизнеса сопряжено с высокими рисками, связанными с отсутствием стартового капитала и ликвидационного обеспечения кредита. Во-вторых, короткая кредитная история или полное ее отсутствие препятствует получению кредитов [1, 4].

Так, например, реализуются программы для приобретения оборотных средств, инвестиционные программы для покупки офиса, торговых помещений и прочие целевые кредиты. Основными причинами повышения интереса коммерческих банков к кредитованию малого бизнеса выступают низкий уровень конкурентоспособности и высокая доходность по инвестициям в данном секторе.

В связи с высокими рисками, коммерческие банки используют определенные меры при кредитовании малого бизнеса, такие как, установление максимального размера предоплаты, ограничение срока кредитования, ужесточение графика погашения или установление требований к величине денежного потока [3].

Показатели, характеризующие развитие банковского кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства в 2014-2018 гг. в России, приведены в табл. 1.

Таблица 1

Общие объемы банковских кредитов, предоставленных субъектам МСП в 2014-2018 гг. в России [2]

Показатель	2014		2015		2016		2017		2018	
Объем кредитов, предоставленных субъектам малого предпринимательства	3014,6	-	4704,7	56,1	6055,7	28,7	6942,5	14,6	761,6	18,1

Из данных табл. 1 видно, что за период 2014-2018 гг. наблюдался непрерывный рост объемов банковских кредитов, предоставленных субъектам МСП. Несмотря на некоторое замедление темпов роста объемов кредитования в исследуемом периоде, в абсолютном выражении объемы банковского кредитования субъектов МСП увеличились более, чем в два раза (темпы роста за 2009-2013 гг. составили 257,5%). Этому способствовало постепенное восстановление финансовой устойчивости сектора малого и среднего предпринимательства и экономики страны в целом, увеличение предпринимательской активности.

Данные по кредитному портфелю ПАО «Сбербанк России» за 2018-2019 гг. представлены в табл. 2.

Таблица 2

Динамика и структура кредитного портфеля ПАО «Сбербанк России» за 2018-2019гг. [2]

Виды продуктов	2018 год		2019 год		Абсолютная разница	
	Тыс.	%	Тыс.	%	Разница тыс.	Сравнение 2019/2018 %
Кредиты, Корпоративным клиентам	63 206 519	29,4	80 843813	30,6	-17637294	-21,8
Кредиты, предоставленные юридическим лицам – резидентам, всего:	215 137 673	100	264 862 957	100	-49725284	-18,8
Ипотечные кредиты	651 703 695	46,1	555 495 050	39,0	96208645	17,3
автокредиты	75 854 586	5,4	96 080 104	6,7	-20225518	-21,0
Кредиты наличными	688 230 552	48,5	773 457 358	54,3	-85226806	-11,0
Кредиты, предоставленные физическим лицам, всего:	1415788833	100	1425032512	100	-9243679	- 0,7

По данным таблицы видно, что кредиты субъектам малого и среднего предпринимательства занимают наибольший удельный вес – 45,6% в составе кредитования юридических лиц, однако их доля за анализируемый период снизилась на 2,7%.

Для совершенствования кредитования субъектов малого предпринимательства нами предлагается новый кредитный продукт под названием Кредитная линия «1 Визит».

Суть его заключается в том, что персональный менеджер по телефонному звонку предлагает оформить и подключить пакет «Привилегия new» в рамках Договора комплексного обслуживания без предварительного письменного заявления клиента-субъекта малого предпринимательства.

По предоставленным в таблице данным можно видеть основные условия предоставляемого кредитования:

1. В условиях кредитного договора прописано: в случае досрочного расторжения вклада, процентная ставка по кредиту возрастает до 27% годовых, в этом случае производится перерасчет по кредитному договору по ставке 27% годовых.
2. Кредит можно погашать минимальными платежами, так и полностью.
3. Банк рассчитывает кредитный лимит, который для Клиента будет доступен в интерфейсе интернет-банка или через персонального менеджера.
4. Клиент получает мгновенный доступ к деньгам и может использовать лимит неоднократно количество раз без дополнительных документов.
5. Как только клиент погашает кредит (даже частично), уже на следующий день он доступен ему снова!

Перевод субъектов малого предпринимательства на привилегированную модель обслуживания за счет выделенного персонального менеджера и специальной линейки продуктов позволит увеличить чистый доход по клиентам.

Литература

1. Орловский К.А. Кредитование малого и среднего бизнеса как драйвер экономического роста России в современных условиях // Таврический научный обозреватель. № 11. 2016. – С. 158–162.
2. Официальный сайт Ассоциация Российских Банков – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://arb.ru/> – (Дата обращения: 15.04.2019).
3. Савинова Е.А. Формирование условий для снижения рисков в банковском секторе // Экономика. Социология. Право. № 3, 2019. – С. 31-35.
4. Смешко, О.Г. Влияние кредитования на развитие малого и среднего бизнеса в России / О.Г. Смешко // Экономика и управление. № 2, 2017. – С. 85–91.

РАЗВИТИЕ ПРИНЦИПОВ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Д.К. Шпакович, А.В. Кожина, А.И. Круглова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

shpakovichd@gmail.com

9-125K@mail.ru

kru9lova.ali@yandex.com

Аннотация

Данная статья рассматривает развитие понятия управления качеством. Были проанализированы основные направления концепции управления качеством и эволюция данных концепций с течением времени. Так же были приведены в пример концепции управления качеством, наиболее актуальные в наше время.

Ключевые слова

Управление качеством, концепции, менеджмент, качество, принципы.

Управление качеством, как и любая управленческая деятельность возникла в результате потребностей человека в высококачественном продукте, технологиях и услугах, в высококвалифицированном персонале, а затем и в достойном качестве жизни.

Данное понятие базируется на нескольких основных принципах, который составляют основу международных стандартов ISO 9000 [1]:

1. Ориентация на потребителя. Стратегическая ориентация на потребителя, соответствующим образом обеспечиваемая организационно, методически и технически, жизненно необходима каждой организации и каждому предприятию, функционирующему в условиях конкурентного рынка.
2. Роль руководства. В соответствии с ним руководитель должен создать условия, необходимые для успешной реализации всех принципов системного управления качеством.
3. Вовлечение работников. Всеобщее Управление Качеством – Total Quality Management (TQM) предполагает, что в создании качественного продукта участвуют все сотрудники фирмы, весь персонал, а не только инженеры, менеджеры по качеству или специалисты по надёжности.
4. Процессный подход, и органично связанный с ним, пятый принцип:
5. Системный подход к управлению. В соответствии с этими принципами производство товаров, услуг и управления рассматриваются как совокупность взаимосвязанных процессов, а каждый процесс – как система, имеющая вход и выход, своих «поставщиков» и «потребителей».
6. Реализация этих принципов изменяет сложившиеся подходы к управлению, основу которого составляет иерархическая организационная структура. Практика показала, что трудности и проблемы, обусловленные тем, что единые процессы обслуживаются организационно обособленными подразделениями, можно и нужно устранять путем использования группового подхода.
7. Постоянное улучшение. Двадцать лет назад стратегия качества базировалась на концепции оптимального качества. Опыт японской, а затем американской и европейской промышленности показал, что устанавливать пределы улучшения

недопустимо, само улучшение должно быть системой и составной частью системы управления.

8. Принятие решений, основанных на фактах. Реализация принципа призвана исключить необоснованные решения, которые обычно называют волевыми. Необходимо собирать и анализировать фактические данные и принимать решения на их основе. Наиболее распространенными сейчас являются статистические методы контроля, анализа и регулирования.
9. Взаимовыгодные отношения с поставщиками. Этот принцип необходимо реализовывать по отношению как к внешним, так и внутренним поставщикам.

Само понятие «управление качеством» появилось только в 1870-х годах в оружейном производстве Самюэля Кольта. Основным достижением того времени стала концепция стандартного качества – то есть создается хороший образец продукции, или еще его можно назвать стандарт, который затем производится в серии с минимальными отклонениями.

Начиная с 1905 года, появилась система Фредерика У. Тейлора, которая и стала источником менеджмента качества и общего менеджмента. Эта система ввела в практику понятия верхнего и нижнего предела качества, поля допуска, измерительные инструменты в виде шаблонов и проходных/непроходных калибров. Система Ф.У. Тейлора позволила построить механизм управления качеством продукции и разделить продукцию на качественную и дефектную (брак).

В 1920–1940 гг. были заложены основы статистического управления качеством продукции. Точкой отсчета считаются работы, Вальтер Шухарт, который впервые применил метод построения диаграмм, известных теперь всему миру как контрольные карты Шухарта. Статистические методы позволили сосредоточить усилия не на том, как обнаружить и изъять негодные изделия до их отгрузки покупателю, а на том, как увеличить выход годных изделий в техническом процессе. Одним из важнейших достижений того времени явилось создание аудиторской службы по качеству, которая в отличие от отделов технического контроля занималась не разбраковкой продукции, а путем контроля небольших выборок из партий изделий проверяла работоспособность системы обеспечения качества на производстве.

Так же в начале 20 века начинает появляться концепция «общества потребления», то есть общества, целью существования которого является удовлетворение потребностей сограждан. Но окончательно данная концепция была сформулирована в 1950-х годах. Важнейший вклад в воплощение этой концепции в жизнь внес президент США Джон Фицджеральд Кеннеди, выдвинувший в начале 1960-х годов концепцию государственной защиты прав потребителя. Согласно этой концепции, государство обязано активно вмешиваться во взаимоотношения производителя товаров или услуг и потребителя на стороне последнего, ограждая его от недоброкачественной продукции и взяв на себя защиту его прав. Был принят закон о защите прав потребителей. Таким образом, главной фигурой такого общества является потребитель. Его требования (если они социально безопасны) обладают приоритетом над возможностями производителя, и защищаются законами государства и общества.

Одновременно с концепцией общества в конце 1960-х годов в Японии в рамках практических работ по реализации философии Э. Деминга зародилась концепция хосин-менеджмент (Hoshin Management), то есть «менеджмент политики» [2].

Научным обобщением и обоснованием опыта, накопленного в теории и практике управления качеством, стали работы американского ученого, инженера и менеджера Фредерика У. Тейлора, соратника Г. Форда. Им предложена концепция научного менеджмента, включившая системный подход, кадровый менеджмент, идею разделения ответственности между работниками и управленцами в обеспечении качественной и эффективной работы организации, идею научного нормирования труда. Он разработал основные идеи иерархической структуры управления организацией, которые в окончательном виде сформулировали Анри Файоль и Макс Вебер.

Можно сказать, что благодаря деятельности Ф.У. Тейлора и Г. Форда была создана концепция организации машинного производства, которая в основных чертах просуществовала до настоящего времени и является моделью организации производства большинства современных предприятий. Только в 1970-е годы ей на смену стала приходиться другая концепция (производственная система Тойота).

Активными деятелями в области менеджмента качества так же стали Э. Деминга, Дж. Джурана, К. Исикавы, многих других мировых авторитетов (Ф. Кросби, А. Фейгенбаума, Дж. Харрингтона, Г. Тагути, Т. Конти). Их идеи предопределили практику использования подходов менеджмента качества в общем менеджменте организации.

Следует заметить, что этап развития системного, комплексного управления качеством не прошел мимо Советского Союза – было рождено много отечественных систем. Среди них: Саратовская система бездефектного изготовления продукции (БИП); Ярославская научная организация работ по увеличению моторесурса (НОРМ), созданная в Ярославском объединении «Автодизель»; Рыбинская научная организация труда, производства и управления (НОТПУ), разработанная на Рыбинском моторостроительном заводе; Горьковская система «качество, надежность, ресурс с первых изделий» (КАНАРСПИ).

В основу системы БИП был положен самоконтроль труда непосредственно исполнителем. Исполнитель несет ответственность за качество изготовленной продукции.

Система НОРМ предусматривала планомерный, систематический контроль моторесурса двигателей и циклическое его увеличение на основе повышения надежности и долговечности всех узлов и деталей, определяющих планируемый моторесурс. В системе НОРМ планирование количественного показателя качества и его реализация осуществлялись на всех стадиях жизненного цикла продукции.

Для НОТПУ характерно комплексное использование методов научной организации труда, производства и управления с постоянным совершенствованием технологии и технологического оборудования для каждого рабочего места и для предприятия в целом. Предусматривалась количественная оценка уровня организации труда, производства и управления в рамках предприятия, цехов, участков.

Одна из лучших — система КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий), заведомо опередившая свое время. Система включала комплекс инженерно-технических и организационных мероприятий, обеспечивающих выпуск продукции высокого качества и надежности с первых промышленных образцов [3]. Характерными особенностями КАНАРСПИ были:

1. Комплексность задач обеспечения качества продукции.
2. Поисковый характер системы, предполагающий всемерное развитие исследований, направленных на повышение качества продукции и развитие конструкторских, технологических и испытательных служб предприятия.
3. Организация работ по получению объективной и своевременной информации о качестве выпускаемых изделий.
4. Интенсивное использование периода подготовки производства для выявления и устранения причин, снижающих качество изделий.
5. Проведение конструкторско-технологической отработки в процессе создания серийного образца.
6. Активное участие предприятия-изготовителя и эксплуатирующих организаций в совершенствовании конструкции изделия и повышении технологического уровня его эксплуатации.
7. Универсальность, т.е. возможность применения в различных отраслях промышленности.

Многие принципы КАНАРСПИ актуальны и сейчас. Автором системы был главный инженер Горьковского авиационного завода Т. Ф. Сейфи. Он одним из первых понял роль информации и знаний в управлении качеством, перенес акцент обеспечения качества с производства на проектирование, большое значение придавал испытаниям.

Примером практического использования идей менеджмента качества может служить формирование в конце 1980-х годов европейского подхода - системы менеджмента организации на основе политики в области качества - Management by Policy System (MPS). Этот подход предполагал совершенствование всех процессов производства и менеджмента на основе объединения программы качества со стратегическими целями фирмы.

Спустя более 10 лет в после разработки концепции MPS, международный стандарт ISO 9004:2000 рекомендует использовать политику в области качества как средство руководства всей организацией.

Один из наиболее продуктивных подходов совершенствования менеджмента и бизнеса организаций – применение международных стандартов (как официальных, так и фактически ставших таковыми) на системы менеджмента – Management System Standards (MSS). Объектами этих стандартов выступают: менеджмент качества (стандарты ИСО серии 9000), экологический менеджмент (стандарты ИСО серии 14000), менеджмент промышленной безопасности и охраны труда (стандарты OHSAS серии 18000), социальный и этический менеджмент (стандарты SA серии 8000). Устанавливая требования к тому, что следует делать для достижения целей организации в различных областях ее деятельности, но не определяя правила выполнения этих действий, MSS служат инструментами для оценки и подтверждения соответствия установленным требованиям.

В условиях современного бизнеса конкурентоспособность любого предприятия, вне зависимости от его размеров, зависит в первую очередь от качества его продукции и соизмеримости ее цены с предлагаемым качеством. Высокое качество продукции, удовлетворяющее ожиданиям потребителя, является важным фактором принятия решений в пользу покупки именно Ваших товаров или услуг. Если Вы способны внедрить современные технологии управления качеством быстрее, чем конкуренты, у Вас появится реальный шанс оставить их позади. Наиболее распространенными концепциями в наше время считаются:

Американские модели управления качеством:

1. AQI (Annual Quality Improvement) – концепция ежегодного улучшения качества.
2. Концепция комплексного (тотального) управления качеством (Total Quality Control TQC).

Японские модели управления качеством:

1. Концепция «инжиниринг качества».
2. Система КАНБАН.
3. Точно в срок (Just-in time JIT).
4. Полное производственное обслуживание (Total Productive Maintenance TPM).
5. Кружки качества (Quality Circle).
6. Программа «ПЯТИ НУЛЕЙ».
7. Всеобщее управление качеством (Total Quality Management TQM).

Европейские модели управления качеством:

1. Европейский фонд для качественного управления (European Foundation for Quality Management EFQM).
2. Нольдефектов (Zero of defects ZD).

Российские модели управления качеством:

1. Система БИП (Бездефектного Изготовления Продукции).
2. Система КАНАРСПИ (Качество, Надежность, Ресурс с Первых Изделий).
3. Система НОРМ.
4. Система КСУКП (Комплексная система управления качеством продукции).
5. Система НОТПУ (Научная организация труда, производства и управления).
6. Система СБТ (Система бездефектного труда).

В заключении, хочется отметить, что внедрение и развитие концепций менеджмента качества в практику позволило повысить эффективность производства при достаточно высоком качестве изделий и услуг, что создало условия для формирования и развития глобального рынка товаров и услуг.

Литература

1. Мазур, И.И. Управление качеством [Текст] / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. Под ред. И.И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2017. – 334 с.
2. Менеджмент качества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kpms.ru/> – (Дата обращения: 30.04.2020).
3. Пашкус В.Ю. Современная теория управления: Теории менеджмента на пороге XXI века [Текст] / В.Ю. Пашкус. – СПб.: Изд. Дом «Сентябрь», Изд. Дом «Бизнес-пресса», 2018. – 272 с.

ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Д.Д. Щеголкин, Т.А. Игнатьева

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет,
Санкт-Петербург, Россия

9514denis@gmail.com

Аннотация

Данная статья посвящена рассмотрению энергоэффективности как фактора развития экономики. В статье описываются трудности повышения энергоэффективности и предлагаются актуальные меры для решения существующих проблем.

Ключевые слова

Энергоэффективность, рациональное ресурсопользование, энергоэффективные технологии, энергосбережение.

Эволюция рыночных отношений, низкая устойчивость тенденций функционирования мировых и отечественных экономических систем акцентируют внимание на проблеме рационального управления ресурсами на различных предприятиях. В 2000–2007 гг. в период экономического роста на отечественных предприятиях наблюдалось малоэффективное управление экономическими ресурсами, приобретались непрофильные и низкопроизводительные активы, а энергосберегающие технологии внедрялись в производство медленно. Подобная ситуация скорее всего была обусловлена существовавшей идеологией – «иллюзией бесконечного роста» экономики, в рамках которой вопрос абсолютной необходимости ресурсосбережения, очевидно, не воспринимался в качестве остро стоящего.

Энергоэффективность является основой для внедрения инноваций с целью роста конкурентоспособности в отрасли, регионе и стране в целом. Уменьшение затрат за счет применения энергоэффективных технологий позволяет обеспечить большую добавленную стоимость, создаваемую организацией, а не передаваемой поставщику, часто иностранному [3].

Трудности в повышении энергоэффективности можно условно сформировать в четыре основные группы:

- 1) недостаточный уровень мотивации;
- 2) отсутствие информации;
- 3) недостаточность финансовых ресурсов;
- 4) низкий уровень организации и координации.

При этом сохранение высокой энергоемкости экономики и промышленности в РФ несет в себе очень высокие риски, к которым можно отнести:

- замедление экономического роста страны;
- снижение уровня энергетической безопасности России;
- усложнение геополитической роли России на внешних рынках как гаранта надежных поставок энергоносителей;
- трудности при реализации национальных проектов;
- сохранение недостаточной конкурентоспособности российской промышленности;
- ускорение роста инфляции;
- увеличение нагрузки коммунальных платежей на городские, региональные и федеральный бюджеты и, как следствие, снижение финансовой стабильности населения;

- затруднение борьбы с бедностью;
- снижение уровня экологической безопасности на территории России.

В области ЖКХ в Санкт-Петербурге продолжается работа по созданию инфраструктурного проекта с учетом технических заданий: «Инновационная энергетика», «Считай, экономь, плати», «Новый свет», «Энергоэффективный квартал», «Малая комплексная энергетика» и «Энергоэффективность социальной сферы», разработанных рабочей группой «Энергоэффективность» при Комиссии при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию экономики России [3].

Основными мотивами для применения энергоэффективных технологий являются:

- субсидирование процентных ставок по кредитам и займам коммерческих банков и международных финансовых организаций, предоставляемых для реализации проектов в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности, а также субсидирование лизинговых платежей;
- создание гарантийного фонда для организации обеспечения кредитов на реализацию проектов в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности;
- освобождение от налогообложения имущества в части оборудования, приобретаемого по договорам финансового лизинга для реализации проектов в области энергосбережения и повышения энергетической эффективности на время действия договоров лизинга.

Основным рычагом увеличения эффективности работы систем теплоснабжения должно стать требование включения во все программы комплексного развития систем коммунальной инфраструктуры параграфа «План повышения энергетической эффективности». В нем должны быть определены основные целевые показатели энергоэффективности [1]. Кроме того, должен быть реализован целый список мер:

- создание долгосрочных муниципальных энергетических планов и схем теплоснабжения;
- разработка базовых моделей рынка теплоснабжения и организация их деятельности с внедрением элементов конкуренции;
- изменение принципов планирования для систем управления теплоснабжением;
- поддержание тенденции перехода к расчетам с потребителем за потребленную тепловую энергию по приборам учета;
- изменение принципов менеджмента муниципальных систем теплоснабжения за счет их акционирования.

Путь к будущему благосостоянию нашей страны лежит только по траектории непрерывно уменьшающейся энергоемкости. Поэтому отношение федерального правительства к росту энергоэффективности стало кардинально меняться. Был принят новый ФЗ «Об энергосбережении и повышении энергетической эффективности» и система нормативно-правовых актов, которая предоставляет возможности для реализации его положений [2]. Необходимо интенсифицировать деятельность федерального правительства по разработке и реализации политики роста энергоэффективности. Федеральное правительство должно создать интегрированную систему управления процессом повышения энергоэффективности, которая позволит распределить полномочия и организовать эффективное взаимодействие между органами исполнительной власти Российской Федерации и регионами страны, а также органами местного самоуправления, хозяйствующими субъектами и населением.

Литература

1. Пилявский В.П., Крупеня А.П., Косинцев С.С. Анализ использования энергетических ресурсов: современное состояние и инновационное развитие // Регион: Политика. Экономика. Социология, № 2. 2008. – С. 90-96.
2. Макейкина С.М., Панкова Р.И. Финансовое обеспечение программных мероприятий энергоэффективного производства и энергосбережения в регионе // Регионология, № 4 (85), 2013. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovoe-obespechenie-programmnyh-meropriyatiy-energoeffektivnogo-proizvodstva-i-energoberezheniya-v-regione> – (Дата обращения: 03.05.2020).
3. Усик Н.И., Григорьев К.А. Обоснование инвестирования в энергоэффективные технологии // Экономика и экологический менеджмент, № 4, 2014. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obosnovanie-investirovaniya-v-energoeffektivnye-tehnologii> – (Дата обращения: 02.05.2020).

РАЗДЕЛ 5.
ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ВЕНЧУРНОЕ
ФИНАНСИРОВАНИЕ

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Т.А. Вerezубова, В.В. Романовская

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Республика Беларусь

verezubova@mail.ru
vera.romanovskaya.86@bk.ru

Аннотация

В статье рассматривается современное развитие банковских инновационных технологий работы с клиентами, в т.ч. посредством банковских платежных карточек, интернет – и мобильных банкингов и других видов дистанционного банковского обслуживания. На основе анализа имеющихся данных о дистанционном банковском обслуживании предлагается ускорить финансовые потоки в банковской системе посредством развития информационных технологий.

Ключевые слова

Банк, информационные технологии, банковские платежные карточки, интернет-банкинг, мобильный банкинг, дистанционное обслуживание.

В Республике Беларусь роль инновационных внедрений в банковскую систему постоянно возрастает. Этому вопросу уделяется очень серьезное внимание на всех уровнях. Учитывая, что белорусская банковская система не так велика по размерам и не может сравниться со своими соседями по капиталу и клиентской базе, именно поэтому возникает необходимость развития определенных инновационных направлений.

По мнению экспертов, потенциал роста проверенных продуктов на традиционных банковских рынках страны исчерпан, так как темпы роста банковского бизнеса опередили динамику роста экономики страны в целом за последнее десятилетие.

Сохранение выгод банка от повышенных процентных или иных платежей не способствует развитию банковской системы в целом. По этой причине ее качество в настоящем и будущем зависит исключительно от активного внедрения инновационных технологий как движущей силы всех прогрессивных процессов.

В современных условиях управления в банковской системе существует значительное количество инновационных направлений. В Республике Беларусь основными направлениями инновационной деятельности являются:

- 1) сотрудничество банков с операторами мобильной связи;
- 2) увеличение оборота банковских карт и безналичных расчетов;
- 3) изменение маркетинговых стратегий банков;
- 4) выдача карт с обязательным наличием чипа;
- 5) использование систем дистанционного банковского обслуживания;
- 6) развитие системы электронных денег и внедрение других банковских инноваций с использованием компьютерных информационных технологий.

Сокращение наличного оборота и активное увеличение объема безналичных расчетов становится стратегической задачей, так как это позволит снизить затраты на функционирование денежной системы. Соответственно, при переходе на безналичные расчеты и активном использовании электронных денег достигается состояние ресурсосбережения при одновременном повышении роли бизнес-процессов. Доказано, что увеличение доли безналичных расчетов в денежном обороте приводит к сокращению

«теневой» экономики в Республике Беларусь, что позволяет увеличить ресурсную базу банков и повысить обеспеченность сбережений граждан. Кроме того, использование дистанционных банковских технологий стало насущной необходимостью для людей во время глобальной пандемии [1].

Рынок платежных карточек в стране характеризуется высокими темпами их эмиссии, увеличением объемов операций населения с их использованием (табл.).

Таблица

Сведения о выданных банковских платежных карточек гражданам Республики Беларусь, тыс. шт.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Visa	5219,5	5199,9	5066,6	4635,8	4 745,9	5 120,3
MasterCard	1 885,8	1814,6	2142,6	3544,5	4730,9	5241,5
Белкарт	5128,6	5119,8	5000,5	4801,6	4299,4	3464,1
БЕЛКАРТ-Maestro	109,2	210,7	472,3	868,5	1235,5	1699,6
Итого	12343,1	12345,0	12681,4	13854,9	15011,7	15528,0

Примечание – Собственная разработка авторов на основании [2]

Как свидетельствуют данные табл. 1, с 2015 по 2020 г. число платежных карточек, находящихся в Беларуси в обращении, увеличилось и на 1 января 2020 г. превысило 15,5 млн. Лидером является Visa и MasterCard (в обращении около 10,4 млн).

Несмотря на положительную динамику на рынке банковских платежных карт, в стране существует ряд проблем, связанных с их использованием в безналичной платежной системе. Среди этих проблем можно выделить следующие:

- 1) неполная унификация правил работы с картами в точках продаж и обслуживания;
- 2) недостаточность перечня услуг, оказываемых с использованием платежных карт;
- 3) темпы развития технической инфраструктуры обслуживания карт отстают от темпов их выпуска;
- 4) концентрация сети банкоматов в крупных городах и ее небольшое разветвление;
- 5) отсутствие производства соответствующего технологического оборудования на территории Республики Беларусь и др.

Хотелось бы отметить тот факт, что с расширением количества сделок с использованием современных электронных платежных инструментов уровень мошенничества в этой сфере повышается.

Одним из существенных факторов сдерживания роста мошеннических операций является отказ от выпуска карт с магнитной полосой и выдача карт с микропроцессором стандарта EMV (чиповые карты), разработанных международными платежными системами. Высокий уровень защищенности карт с микропроцессором достигается за счет использования криптографического модуля, расположенного на чипе карты. Использование микропроцессорных карт также позволяет использовать бесконтактные технологии, что делает перспективы внедрения платежей с использованием карт более широкими. Одним из первых эту инновацию внедрил БПС-Сбербанк, который начал выпускать чиповые карты VisaClassic и VisaGold, соответствующие международным спецификациям EMV. В настоящее время все белорусские банки используют эти технологии для бесконтактных платежей (платежи осуществляются с использованием беспроводной технологии NFC). Для реализации возможности использования этих технологий банки выпускают бесконтактные карты (карту на основе технологии радиочастотной идентификации, позволяющей осуществлять операции с ее использованием без контакта с платежным терминалом, то есть только путем прижатия карты к терминалу). Расстояние срабатывания большинства бесконтактных карт (0-4 см) позволяет использовать их, не вынимая из кошелька. Эти технологии в основном используются для покупок на небольшую сумму, так как пользователю сервиса не нужно

вводить ПИН-код или подписывать квитанцию. В условиях пандемии сумма, выплачиваемая бесконтактно, была увеличена до 80 рублей (примерно 40 долларов США).

На территории Республики Беларусь эти технологии продвигаются международными платежными системами VISA и MasterCard совместно с белорусскими банками, которые самостоятельно определяют размер лимитов по операциям.

Наиболее актуальной и уже достаточно популярной среди населения для безналичных операций является банковская услуга по подключению к дистанционным банковским услугам (ДБО). 22 белорусских банка предоставляют своим клиентам (физическим лицам) услуги ДБО: интернет-банкинг, М-банкинг, ТВ-банкинг, SMS-банкинг. Каждый год через систему ДБО выполняется значительное количество операций. Около 40% всех платежей оплачиваются через удаленные каналы. При этом рейтинг конкретного удаленного сервиса выглядит следующим образом: Интернет-банкинг - 70%; SMS-банкинг - 12%; мобильный банкинг - 16%; ТВ-банкинг - 0,1% [2].

Наиболее популярной услугой является интернет-банкинг, который предполагает предоставление доступа к банковским счетам отдельного клиента с любого настольного компьютера или ноутбука, имеющего доступ в интернет. В Республике Беларусь услуга Интернет-банкинга была разработана как функция удаленного доступа к карточным счетам клиентов, или виртуальным инфокиоскам.

На сегодняшний день эта услуга реализована всеми белорусскими банками, выпускающими платежные карты. Население Республики Беларусь пользуется этой услугой для оплаты коммунальных платежей, услуг сотовых операторов, штрафов, госпошлин, покупки железнодорожных билетов и так далее. По состоянию на 01.01.2020 года к системе Интернет-банкинга подключено 1,4 млн физических лиц [3].

В Республике Беларусь одним из активно развивающихся видов безналичных платежей являются электронные деньги. Число белорусов, которые используют электронные деньги, постоянно растет.

Банковская система заинтересована в ускорении развития денежного оборота с использованием электронных денег. Однако для ускорения темпов внедрения прогрессивных банковских технологий необходимо решить ряд проблем:

- 1) Отсутствие финансовой грамотности у пожилого населения, незнание многими физическими лицами преимуществ электронных расчетов.
- 2) Боязнь мошенничества.
- 3) Несформированная потребительская привычка.

Для решения данных социально-психологических проблем создан Единый Интернет-портал финансовой грамотности населения Республики Беларусь [4].

Национальные платежные карточки в Беларуси стали основным инструментом работы с клиентом. Почти все работающие в Республике Беларусь получают заработную плату по платежным карточкам. Более 90% операций с платежными карточками совершается внутри страны. Возможно, в рамках Евразийского экономического союза следует объединить усилия и создать Евразийскую карточную систему. Карточки должны быть универсальными и многофункциональными - центральным инструментом в самообслуживании клиента. Платежная карточка – это не только допуск клиента к его карт-счету в банковском процессинговом центре, а к его текущему счету в банке, с которого он самостоятельно (через банкоматы, инфокиоски, Интернет) может открывать и закрывать линейки депозитов (как субсчетов), делать денежные поручения на переводы, получать на карточку кредиты и денежные переводы. Единое поле счетов клиентов (физических лиц) банка позволит внедрить современные банковские услуги, включая прямое дебетование, интернет-банкинг, мобильный банкинг и т.п. Национальная платежная карточка поможет интегрировать продукты и в духе мировой тенденции перейти от «продукто ориентированных бизнес-процессов к клиентоориентированным».

Лидером на рынке бесконтактных банковских услуг в Республике Беларусь является АСБ «Беларусбанк». В 2019 г. им были реализованы значимые для государства и клиентов

проекты. Количество отделений в малых населённых пунктах планомерно сокращается вследствие снижения востребованности банковских услуг.

Для доступности услуг и сохранения присутствия в малых населённых пунктах, АСБ «Беларусбанк» и РУП «Белпочта» в 2019 г. завершили масштабный партнерский проект. Жителям населённых пунктов, где отсутствуют отделения банка, предоставляется возможность оформить пакет документов и получить потребительские кредиты с использованием платежной карты кредитного банка, а также осуществлять операции по срочным депозитам и карточным счетам. 979 почтовых отделениями были делегированы полномочия по предоставлению этих услуг. С начала года было открыто 1300 депозитов и внесено более 3,5 миллионов рублей операции. В рамках проекта по межсистемной интеграции платежных систем «Белкарт» и «Мир» (Российская Федерация) были выпущены карты «Белкарт» с микропроцессором EMV. На данный момент возможность снятия наличных денег предусмотрена во всех банкоматах и отделениях банка, оплата покупок – в более чем 33,2 тыс. терминалах, установленных в торгово-сервисных организациях на территории Республики. В рамках сотрудничества с Министерством обороны Республики Беларусь с марта 2019 года начат выпуск кобрендовых карт «БЕЛКАРТ» со специальным дизайном, содержащим эмблему Вооруженных Сил. С момента внедрения проекта участниками стали около 20 тысяч военнослужащих. В 2019 году продолжилось продвижение проекта «Студенческий билет», участниками которого стали Банк, комитет по образованию и центр идентификационных систем. В течение года было задействовано 28 новых учебных заведений, охвачено более 100 тысяч студентов. С начала реализации проекта в нем приняли участие более 130 школ. В целях реализации инициатив, направленных на цифровую трансформацию, для студентов высших учебных заведений в рамках проекта «цифровой университет» разработана программа «студенческий билет». По состоянию на 01.01.2020 года выпущено более 14,5 тыс. карт, заключены договоры с 17 образовательными учреждениями. Важную роль в эффективности розничного бизнеса играет внедрение новых технологий, продуктов, услуг и сервисов. Был разработан мобильный платежный сервис ApplePay. За время его работы уже зарегистрировано более 33 тыс. пользователей. Вместе с финтех-стартапом Cashew был реализован инновационный метод оплаты покупок с помощью QR-кода. Технология позволяет продавцам принимать платежи с помощью карт Беларусбанка без установки терминального оборудования, а покупателям – с помощью мобильного приложения m-Banking, сканируя QR-код. Внедрена технология дистанционного заключения договора на депозитарное обслуживание с открытием полнорежимного счета «депо» через систему «интернет-банкинг» – без физического посещения клиентами банка. Через систему интернет-банкинга были заключены договоры на депозитарное обслуживание с 340 индивидуальными клиентами, что составляет 32% от общего числа клиентов, заключивших договоры в 2019 году. В рамках реализации мероприятий по развитию банковского страхования были внедрены 4 новых уникальных страховых продукта с возможностью регистрации услуг в интернет-банке и на корпоративном сайте банка, а также расширен список партнеров. Заключены новые договоры со страховыми компаниями «Купала» и «Белнефстрах». В течение года услугами страхования воспользовались более 300 тыс. клиентов банка. Завершен проект «международные переводы WesternUnion во всех системах ДБО» в формате 24/7. Переводы доступны в информационных киосках, мобильном и интернет-банкинге, что позволило увеличить долю переводов по каналам ДБО более чем в 2 раза. В целях дальнейшего развития каналов связи с клиентами была запущена версия сайта, адаптированная для слабовидящих людей.

Существует множество других инициатив Беларусбанка, которые позволяют привлекать клиентов с помощью банковских информационно-коммуникационных технологий, соответственно, увеличивая входные финансовые потоки банка и укрепляя его платежеспособность и стабильность на рынке банковских услуг.

Литература

1. Багрина А.В. Инновации и банки / А.В. Багрина // Банковс. вестн, № 5. 2014. – С. 61–63.
2. Интернет-портал финансовой грамотности населения Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/infographica/view/rynok-bankovskih-platezhnyh-kartochek-19706>. – (Дата обращения: 01.05.2020).
3. Везубова Т.А. Банковские гарантии как способ улучшения финансового состояния банка на примере ЗАО «МТБанк» / Т.А. Везубова, А.В. Малышко // Потенциал роста современной экономики : возможности, риски, стратегии : материалы Vмеждународ. науч.-практ. конф., М., 22 нояб. 2018 г. / Московс. ун-т им. С.Ю. Витте / под ред. А.В. Семенова М.Я. Парфеновой. – М.: Моск. ун-т им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 604–615.
4. Везубова Т.А. Банківські ризики при кредитуванні агропромислового комплексу / Т.А. Везубова, О.Л. Тращенко // Науково-економічні аспекти розвитку підприємств аграрної сфери: облік, оподаткування і контроль : зб. тез Всеукраїнс. наук.-практ. інтернет- конф. ; м. Херсон, 21-22 лист. 2019 р. – Херсон : ДВНЗ «ХДАУ», 2019. – С. 358–359.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ В РОССИЙСКОЙ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

О.А. Кагиян

Научный руководитель – к.э.н., доцент В.В. Негреева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

olga.kagian@yandex.ru

Аннотация

В статье представлен уровень развития информационных технологий на российских металлургических предприятиях. Определена перспектива развития цифровизации в отрасли. Описаны причины, препятствующие быстрому развитию цифровых технологий в промышленности России.

Ключевые слова

Цифровые технологии, инновации, индустрия 4.0, металлургическая отрасль.

В наши дни промышленность вступает в новую эпоху, где во все производственные и бизнес-процессы широко проникают цифровые технологии. Четвертая промышленная революция, которую называют «Индустрия 4.0», подразумевает активное внедрение ИТ-технологий в промышленность. Цифровые технологии 4.0 – это интеграция технологий: больших данных, предикативной аналитики, робототехники, искусственного интеллекта, Интернета вещей, технологий облачных хранилищ и многое другое (рис.1). В результате появляются умные производственные заводы, информационные системы которого будут в режиме реального времени связываться друг с другом, учиться новым моделям поведения. На таких производственных площадках оборудование и линии будут диагностировать свое состояние, предупреждать о возможной поломке. Система позволит отслеживать качество продукции на каждом этапе ее создания и планировать загрузку оборудования автоматически, исходя из количества заказов [4]. Все эти новые возможности появятся благодаря комплексному внедрению информационных технологий, которые уже сейчас разработаны и частично используются, в том числе и в металлургии.



Рисунок 1. Цифровые технологии 4.0 [3]

Уровень развития информационных технологий у крупных металлургических компаний достаточно высок, чего нельзя сказать о мелких производителях. Отчасти из-за стоимости ИТ-продуктов, небольшие компании демонстрируют низкие темпы внедрения и весьма ограниченные сферы использования. Однако, усиливающаяся год за годом конкуренция на экспортных рынках (в том числе и за счет информатизации), которые так важны компаниям, приводит к тому, что информационные технологии в отрасли имеют положительные перспективы.

По результатам исследований, металлургия находится на втором месте по степени сложности внедренных технологий (рис. 2) и на первом, по степени сложности технологий, планируемых к внедрению (рис. 3).

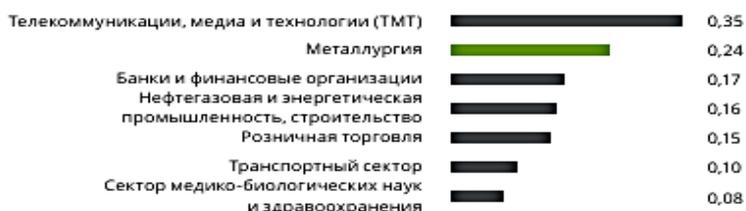


Рисунок 2. Уровень развития отраслей по степени сложности внедренных технологий [2]

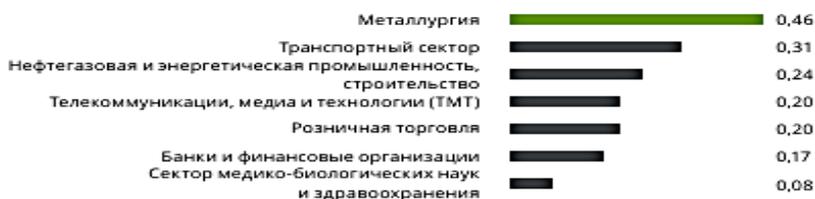


Рисунок 3. Уровень развития отраслей по степени сложности технологий, планируемых к внедрению [2]

Подчеркнем, что металлургическая отрасль занимает второе место по степени цифровизации в России, уступая только сфере высоких технологий, развлечений, телекоммуникаций и СМИ. Уровень инновационности металлургической отрасли составляет – 0,24, а уровень инновационности средний по России – 0,17 [2].

Среди рассматриваемых технологий, применяемых в металлургической отрасли, самой распространенной считается электронный документооборот (72%). Чаще всего в ближайшем будущем среди планируемых к внедрению технологий эксперты отмечают «умное» производство и автоматизацию цепочки бизнес-процессов (72% и 62% соответственно). Технологии дополненной и виртуальной реальности являются менее востребованными как в металлургической отрасли, так и во всем производственном секторе России в целом (рис. 4).

Промышленные компании считают информационные технологии критически важным элементом на пути к успеху в течение ближайших пяти лет. Развитие этих технологий на предприятиях требует создания соответствующей инфраструктуры, привлечения высококвалифицированных специалистов (дата-журналист, цифровой маркетолог, архитектор Интернета вещей) и значительных инвестиций, а том числе и в кибербезопасность.



Рисунок 4. Внедрение передовых инновационных технологий [2]

Половина (53%) опрошенных металлургических компаний в 2018 году направляла на инновационную деятельность от 5% до 20% выручки. Необходимо отметить, что в ближайшем будущем (в 2019-2020 годах) число компаний, планирующих потратить на инновационную деятельность такую долю выручки, станет значительно больше (на 14 п.п.) (рис. 5 и рис. 6).

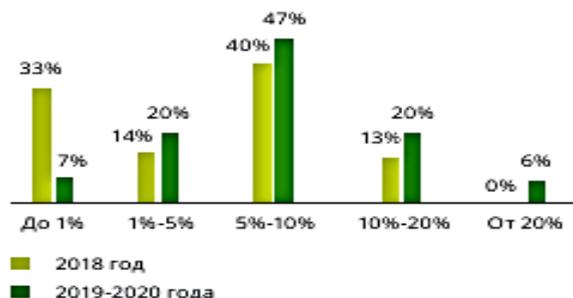


Рисунок 5. Расходы на внедрение инноваций (% от объема выручки) [2]

Таким образом, средний объем инвестиций металлургических компаний, выделяемых на проведение исследований и осуществление разработок (% от объема выручки) 5,5% в 2018 году и 8,6% в 2019-2020 годах.

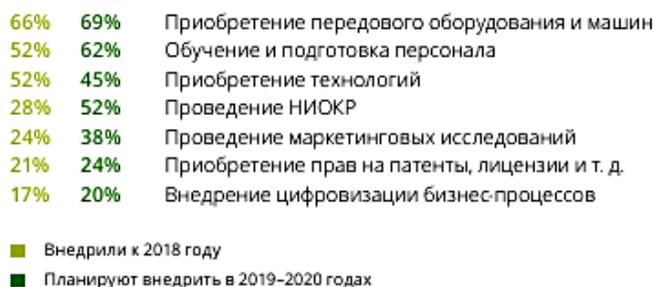


Рисунок 6. Инновационная деятельность [2]

По данным рисунка 6, приобретение передового оборудования и машин является наиболее популярной инновационной деятельностью среди компаний металлургического сектора (66%). Кроме того, в 62% компаний металлургической отрасли планируется в 2019-2020 годах чаще проводить обучение и подготовку персонала. Все это говорит о том, что компании создают основу для перехода на уровень цифровизации. Кроме того, уже заметен хоть и небольшой, но рост компаний, планирующих внедрение цифровизации бизнес-процессов.

Масштаб видов цифровых технологий и возможностей, которые они в себе несут, внушительен. Но переход к использованию технологий компьютерного инжиниринга, аддитивных технологий, виртуального моделирования, робототехники и мехатроники, а также промышленного Интернета вещей вследствие ряда причин невозможно осуществить одновременно, поэтому общий уровень цифровизации металлургических предприятий пока остается низким. Рассмотрим распространение и тенденцию новых технологий, опираясь на конкретную выборку крупных металлургических холдингов. В таблице представлены инновационные технологии, которые уже нашли отклик у отечественных производителей отрасли черной металлургии, а также те, что возможно будут реализованы в перспективе.

Таблица

Виды инновационных технологий, реализуемых компаниями отрасли черной металлургии

Наименование компании	Инновационные технологии						
	Big Data	IoT	VR	Облачный сервис	Предиктивная аналитика	ВМ-проектирование	AP ERP
«ЕВРАЗ Групп»	Р	Н	-	Р	Р	Р	Р
ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»	Н	Н	-	Р	Н	Р	Н
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	Н	Н	Н	Н	-	-	Р
ПАО «Северсталь»	Н	Н	Р	Р	Р	Р	Р

Источник: составлено автором.

В таблице представлены следующие условные обозначения, где:

Р – инновационные технологии, реализованные на предприятии;

Н – инновационные технологии, находящиеся на начальном этапе реализации;

«-» – инновационные технологии, реализация которых не планируется в ближайшее время на предприятии.

По данным таблицы видно, широкое применение в металлургической промышленности получили облачный сервис, предиктивная аналитика, ВМ-проектирование и SAP/ERP. Перспективными решениями, которыми в данный момент заняты меткомпании, являются технологии больших данных и Интернета вещей. Однако следует помнить, что цифровизация движется полным ходом и изменения в IT-технологиях идут стремительно, что вскоре может кардинально изменить сложившуюся картину цифровизации в промышленных компаниях.

Траекторию развития экономики и общества определяет распространение цифровых технологий, которые приводят к значительным изменениям в жизни людей. Становление цифровой экономики является длительным процессом, начинающимся с построения информационно-коммуникационной инфраструктуры и оканчивающимся формированием скоординированной политики в этой сфере и программами поддержки повсеместного внедрения цифровых технологий.

Российские промышленные компании постепенно освоили базовые и простые информационные технологии, однако только некоторые крупные холдинги смогли

реструктуризировать бизнес-процессы своих производств с помощью глубокой автоматизации и передовых цифровых технологий [1]. В России концепция перехода к Индустрии 4.0 еще пока только набирает обороты. Причинами, затрудняющими активное освоение сложных технологий – облачных сервисов, ERP-системы, RFID-технологии, являются нехватка государственной поддержки со стороны обеспечения правовой базы, потребность в больших финансовых инвестициях и при этом отсутствие четкого понимания экономических выгод от цифровых вложений, беспокойность компаний относительно безопасности и конфиденциальности данных. Кроме неготовности внешней среды к переходу на цифровые технологии, имеет место также неготовность внутренней среды промышленных систем. В настоящее время, невзирая на активное движение в сторону глобальной цифровизации, в целом по отрасли следует констатировать значительное устаревание производственных фондов. При этом для достижения конкурентоспособности и способности оперативного реагирования на рыночные изменения их необходимо обновлять, а точнее модернизировать до уровня Индустрии 4.0. Поэтому в ближайшей перспективе для российских метпредприятий эффективным направлением дальнейшего развития станет углубление автоматизации производственных и бизнес-процессов, степень которой у каждой из компаний разная.

В широком смысле Индустрия 4.0 синтезирует несколько технологических подходов: сокращение участия человека во взаимодействиях между вещами, поддержка принятия решений информационными системами, через сбор, анализ и визуализацию информации, придание всем устройствам функций искусственного интеллекта, появление «умных» вещей, децентрализация управленческих решений, делегирование некоторых из них киберфизическим системам. Это новая парадигма производства, обеспечивающая наступление радикальных изменений благодаря синергии новых технологий и новых подходов.

Первые, но заметные шаги в направлении 4.0. российскими металлургическими компаниями уже сделаны. Поскольку останавливаться на достигнутом и сокращать ИТ-бюджеты компании не планируют, есть шанс, что хотя бы крупнейшие представители металлургической отрасли смогут в полной мере реализовать на своих производственных площадках технологии «умных заводов» и идти в ногу с мировыми тенденциями. В таком случае отечественная промышленная продукция не будет уступать ведущим зарубежным конкурентам по цене, качеству и срокам вывода готовой продукции на рынок, а также появится возможность обеспечить кастомизацию производств. У остальных предприятий есть еще несколько лет для определения четкой программы развития цифровой деятельности и поддержки со стороны высшего руководства, иначе они рискуют оказаться вне зоны конкурентоспособности.

Литература

1. Абдрахманова Г.И., Вишневский К.О., Гохберг Л.М. и др. Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение [Текст]: докл. к XX Апрель. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9–12 апр. 2019 г. / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг и др.; науч. ред. Л. М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. — 82 с.
2. Компания Deloitte // Обзор рынка черной металлургии – 2019. – 38 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www2.deloitte.com> – (Дата обращения: 28.03.2020).
3. Металл – Курьер // Инновационные технологии. – январь 2017. – 54 с. [Электронный ресурс] URL: <https://metalexpert.com/> – (Дата обращения: 25.03.2020).
4. Тарасов И.В. Индустрия 4.0: понятие, концепции, тенденции развития // Стратегии бизнеса, № 6 (50), 2018.– С. 57-62.

НОВЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ В ОЦЕНКЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Л.А. Королева

РГПУ им А.И.Герцена, Санкт-Петербург, Россия

klada69@mail.ru

Аннотация

В статье проводится сравнение методик ООН и Росстата, используемых для оценки степени цифровой трансформации государства, и поднимается проблема отсутствия методики оценки в отношении цифровой трансформации в экономике, и в частности, – в отношении производственной и инновационной составляющих. Предлагается включать в анализ экономические показатели, которые отвечали бы целям оценки на уровне «выхода» процессов цифровой трансформации в экономике.

Ключевые слова

Цифровая трансформация, индекс развития электронного государства, производственная и инновационная составляющие оценки цифровой трансформации экономики.

На сегодняшний день используется много показателей, характеризующее состояние цифровой трансформации общества. Исходной информацией, во-первых, служат экономические и социальные данные государственных служб, а во-вторых, – это данные об использовании цифровых платформ, принадлежащих частному сектору. Оценка включает разнородные аспекты. Например, оценивается наличие условий и достаточности средств для развития цифрового взаимодействия, уровень инфраструктуры. Но есть еще и другой аспект, включающий такие характеристики как культура использования цифровых технологий, количество вовлеченных агентов в цифровое взаимодействие и т.п.

Так в методиках прослеживается логика двух уровней: уровень, где оценивается качество и доступность инфраструктуры, и уровень, где оценивается интенсивность использования инфраструктуры. Методика ООН используется для проведения рейтинговой оценки стран по показателю «электронное государство». «Электронное государство», обобщающее три направления, не тождественно понятию «электронное правительство». Общая оценка EGDI включает три блока оценочных показателей: уровень развития онлайн-государственных сервисов, технические показатели инфраструктуры, показатели человеческого капитала.

На сайте ФСГС показатели тематически объединяются под названием «Мониторинг развития информационного общества в Российской Федерации». В 2019 г. службой статистики была обновлена методология в соответствии рекомендациями, разработанными годом раньше в Руководстве Осло. Это повышает сопоставимость показателей с международной статистикой. Соответственно в российской статистике можно встретить показатели, идентичные с показателями, используемые для расчета индекса EGDI. Однако принципы группировки показателей российской статистики отличаются от методики ООН.

Индекс онлайн-услуг (Online Service Index) интегрирует показатели, оценивающие возможности получения тех или иных государственных услуг [1]. В статистике Росстата также проводится оценка использования обществом и бизнесом информационных технологий и информационно-телекоммуникационных сетей (ИКТ-2017).

Индекс телекоммуникационной инфраструктуры (Telecommunication Infrastructure Index) в методике ООН, рассчитывается на основе показателей количества пользователей

телефонов, сотовой связи, беспроводной связи, процента лиц, использующих Интернет. В методологии Росстата идентичные показатели используются в подразделе «ИКТ – инфраструктура и доступ». При этом в российской статистике в этой группе дополнительно оценивается «Ценовая доступность услуг ИКТ» и «Средние потребительские тарифы услуг связи».

В российской статистике нет смыслового объединения в термине «электронное государство»: есть разделение, в котором группа показателей «Электронное правительство» отвечает за взаимодействие государственных сервисов и общества, а группа «Электронный бизнес» содержит показатели использования компьютеров и применения ИКТ организациями в рыночном взаимодействии. Организации общественного сектора и домашние хозяйства имеют собственные группы показателей мониторинга. Прослеживается структуризация по субъектам цифрового общества в рамках раздела «Использование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) для развития». И наконец – «человеческий капитал». В российской статистике человеческий капитал рассматривается как подраздел раздела «Факторы развития информационного общества». В методике ООН, как показано выше, это самостоятельный индекс, входящий в расчет общего интегрированного индекса EGDI.

По данным UNDESA в 2016 г. Россия занимала 35 место (из 137) в рейтинге по Индексу развития электронного государства (EGDI). В частности, в рейтинге по индексам, на основе которых рассчитывался EGDI, она занимала 37 место по развитию онлайн-услуг государственных сервисов, и 37 место – по телекоммуникационной инфраструктуре ИКТ. В 2018 г. Россия занимала уже 26 место [3] по уровню использования онлайн-сервисов.

Если для осуществления оценки уровня цифровой трансформации государства сформировано достаточно показателей, которые можно структурировать для разных целей, то на пути решения задач оценки в отношении цифровой экономики с точки зрения учета экономических результатов исследователи встречаются много трудностей. Проблемы начинаются с отсутствия единого понимания, что представляет собой цифровая экономика (дилемма узкого и широкого понимания), и, следовательно, – выбора показателей, а завершается – недостаточностью сбора необходимых для мониторинга данных, которые охватывали бы все аспекты.

Развитие высокотехнологичного производства и его вклад в национальный продукт, безусловно, связан с применением цифровых технологий. Поэтому экономические результаты в области высокотехнологичного производства следует, по нашему мнению, рассматривать как элементы оценивания «цифровых дивидендов» в производственной сфере. К высокотехнологичной продукции относят инновационную продукцию, при производстве которой используются результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, существует законодательно утвержденный перечень высокотехнологичных товаров. В настоящее время доступны показатели, которые позволяют оценить участие в структуре добавленной стоимости средне-и высокотехнологичного производства. Кроме этого показателя рассчитывается вклад средне-и высокотехнологичного производства в добавленную стоимость в производстве, а также отдельно в рамках экспорта промышленной продукции. Они не включены в методики оценки цифровой трансформации в настоящее время, однако представляют несомненный интерес как еще один уровень расширения методологии оценки, когда в сферы функционирования государства включается экономика, и оценивается не только использование цифровой инфраструктуры, но и изменения с точки зрения конечных результатов в продукте страны. Чтобы проиллюстрировать подход, рассмотрим, какие есть возможности в отношении оценки изменений в производственном секторе. Предлагается рассмотреть возможность включения таких показателей как доля средних и высоких технологий в общем индексе добавленной стоимости производства (MVAsh_index), доля экспорта средней и высокотехнологичной продукции в общем объеме экспорта промышленной продукции (MHXsh).

Конечно, следует признать, что многие показатели носят косвенный характер, но это можно регулировать присвоением более малых значений весов, поскольку все показатели в комплексной оценке обычно являют собой многокритериальную взвешенную оценку. При таком подходе кроме названных выше показателей может быть полезен показатель доли средней и высокотехнологичной деятельности в индексе экспорта обрабатывающей промышленности (МНХsh_index). Данные показатели можно найти в статистике Юнидо (UNIDO) [2]. Например, MVAsh_index (доля технологий в добавленной стоимости производственной сферы) для России составляет 0,394201843 (2017 г.). Следует отметить, что сопоставимые показатели можно видеть у США (0,327856889), у Швеции (0,389502596), Саудовской Аравии (0,359695954), Испании (0,368174988), Дании (0,360815099), Голландии (0,307475354). Более высокие показатели можно наблюдать у Бельгии (0,402068229), Италии (0,42781142). Самые высокие показатели имеют такие страны как Свазиленд (1), Ирландия (0,945475859), Китай (0,918667083), Тайланд (0,809045954). Низкие показатели демонстрируют Норвегия (0,1837084), Люксембург (0,1398919), Австрия (0,170269467).

В российской статистике также рассчитывается показатель доли объема экспорта высокотехнологичных товаров в экспорте (отличается от МНХsh тем, что отношение берется к общему экспорту, а не только промышленной продукции). Для расчетов используются данные ФТС России. По данным ЕМИСС [4] доля экспорта средней и высокотехнологичной продукции в общем объеме экспорта промышленной продукции России с 8,3% в 2013 выросла до 11% в 2017 (максимальное значение за период составило 12,2%) [5].

Интерес для выбранного аспекта анализа представляют также и показатели, предназначенные для оценки изменений по инновационной деятельности. Так, в базе ЕМИСС содержится показатель количества внедренных технологических инновационных проектов, отношение стоимости измерительных и регулирующих приборов и устройств, лабораторного оборудования, информационных машин и оборудования к общей стоимости машин и оборудования организаций, выполняющих научные исследования и разработки. К сожалению, в настоящее время доступны данные только за 2015 год по этому показателю (в 2015 г. – 56,2%) [4], однако в случае накопления данных и доступности данных в будущем эти показатели могут быть привлечены для проведения мониторинга динамики или рейтинговых оценок.

Инновационная деятельность, имеющая выходом усовершенствованный продукт или производственный процесс невозможна без использования программных средств и цифровой техники, не говоря уже о том, что сами технологические процессы могут протекать в цифровой среде полностью или частично, когда цифровые технологии выступают как обеспечивающий элемент. С этой точки зрения показатели данного содержания могут быть привлечены для оценки цифровой трансформации в рамках производственной и инновационной составляющих оценки.

Литература

1. Ministry of Digital Development, Communications and Mass Media of the Russian Federation. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://digital.gov.ru/en/activity/statistic/rating/index-razvitiya-elektronnogo-pravitelstva/#tabs> Compare:Place – (Дата обращения: 27.04.2020).
2. Портал статистических данных ЮНИДО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unido.org/researchers/statistical-databases> – (Дата обращения: 27.04.2020).
3. Сайт World Economic Forum. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/competitiveness-rankings/#series=UNPANEPARTIDX> – (Дата обращения: 27.04.2020).

4. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/53445#>. – (Дата обращения: 27.04.2020).
5. Аналитический обзор о промышленном развитии в СНГ в 2005–2014 годы. Организация Объединенных Наций по промышленному развитию Организация Объединенных Наций по промышленному развитию, 2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/storage/mediabank/unido-2016.pdf> – (Дата обращения: 27.04.2020).

ИНТЕГРАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

А.И. Лёвина

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Россия

alyovina@gmail.com

Аннотация

Эффективная автоматизация и цифровизация бизнеса требуют подходов к формированию комплексной системы управления, включая ИТ-архитектуру бизнеса. Современное промышленное предприятие представляет собой сложный комплекс технологий управления, операционных и информационных технологий, синергетический эффект от применения которых позволяет создать эффективную и гибкую бизнес-структуру. Целью данной работы является формирование архитектурной модели интеграции технологий управления, операционных и информационных технологий.

Ключевые слова

Операционные технологии, интеграция технологий, архитектура предприятия, цифровая трансформация.

Введение. Тренды на цифровизацию и автоматизацию, обозначенные в рамках концепции четвёртой промышленной революции, требуют от промышленных предприятий эффективного, системного и согласованного внедрения в существующие архитектуры управления новых методов работы с данными, технологий, устройств, систем и приложений. Цифровая трансформация бизнеса заключается в глубоком преобразовании бизнес- и операционной модели организации с помощью современных цифровых технологий. Технологии, декларированные в рамках концепции, Индустрия 4.0, призваны обеспечить взаимодействие людей и технологий, соединить мир физических объектов и мир информационных технологий [1]. Концепция Индустрия 4.0 апеллирует к применению таких технологий как Интернет вещей, кибер-физические системы и межмашинное взаимодействие, машинное обучение, искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность, технологии обработки больших данных и др. для реализации процессов и информационного обмена на предприятиях [2]. Потребности рассмотрения системы управления предприятием как единого комплекса реализуемых бизнес- и технологических процессов, информационных потоков и потоков данных, информационных систем и технологий обуславливают роль архитектурного подхода в формировании и реформировании систем управления для повышения эффективности бизнеса за счёт его внутренней структуры. В качестве подобного комплексного подхода к формированию сбалансированной и эффективной системы управления выступает концепция архитектуры предприятия, которая предлагает рассматривать модель деятельности предприятия как единство разнородных элементов в их взаимосвязи и взаимозависимости [3]. В настоящее время, когда управление и реализация бизнеса невозможны без ИТ-поддержки, модель архитектуры предприятия даёт необходимое комплексное видение всех аспектов системы управления и позволяет связать в единую систему бизнес- и ИТ-составляющие управления [4]. Согласовать требования бизнес- и технологических процессов (операционных и управленческих технологий) к ИТ-архитектуре предприятия (информационным технологиям) возможно, если определить место каждого из этих видов технологий в архитектуре предприятия.

Цифровая трансформация предполагает объединение физического и информационного миров под контролем технологий управления [1]. Целью данной работы является формирование архитектурной модели интеграции технологий управления, операционных и информационных технологий. Разработка подобной модели особенно актуальна в условиях происходящей цифровой трансформации бизнеса, поскольку внедрение цифровых технологий на промышленных предприятиях затронет как элементы бизнес- и ИТ-архитектур, так и элементы, связанные с технологиями производства. Это требует исчерпывающего представления всех компонентов системы управления предприятием в рамках единой системы моделей архитектуры предприятия.

Методология. Методологической основой исследования являются:

- Архитектурный подход к проектированию системы управления предприятием, включая его ИТ-архитектуру. Модель архитектуры предприятия соединяет различные аспекты бизнеса (систему процессов, функциональную и организационную структуры, информационные системы, технологии и приложения, ИТ-инфраструктуру, базы данных, документооборот и пр.) воедино с целью создания комплексной системы управления. Архитектура предприятия в её современном понимании появилась как ответ на проблемы согласования требований бизнеса к информационно-коммуникационным технологиям, когда их возможности стали позволять реализовывать бизнес-задачи на качественно новом уровне. В настоящее время архитектура предприятия широко применяется как системный управленческий подход, понимая под этим термином совокупность различных элементов структуры управления и взаимосвязи между ними [1]. Важной характеристикой архитектуры предприятия является её сервисная ориентированность. Это означает, что архитектура выстраивается на основании определения потребностей (требований) одних элементов и возможностей других элементов эту потребность удовлетворить посредством оказания соответствующих сервисов.
- Процессный подход к организации деятельности предприятия. Процессный подход давно и широко применяется как в управлении бизнесом, так и в автоматизации. Если функциональная структура деятельности предприятия определяет «Что делать?», то система моделей процессов отвечает на вопрос «Как реализуется деятельность предприятия по достижению требуемого результата?». Процессный подход позволяет описать последовательность действий по достижению результата, разложив его на отдельные шаги до требуемого уровня детализации. Именно благодаря подобной структурированности процессного подхода он стал основой для автоматизации деятельности.

Результаты. В процессном менеджменте часто употребляются термины бизнес-процесс, производственный процесс, технологический процесс, причём не всегда точно понимается различие между этими терминами. Для целей настоящей работы будут уточнены следующие определения процессного менеджмента:

Технологический процесс – это последовательность работ (видов деятельности, операций), направленная на создание продукта, способного выполнять своё функциональное предназначение.

Производственный процесс – это последовательность взаимосвязанных технологических процессов, направленных на изготовление определенных видов продукции в заданном количестве и заданного свойства, в заданном качестве и ассортименте в определённые сроки.

Бизнес-процесс – это последовательность взаимосвязанных видов деятельности, направленная на создание потребительской ценности продукта.

В приведённых выше определениях дано разграничение понятий технологический, производственный и бизнес-процесс. Также можно определить их взаимное соотношение: производственный процесс может состоять из нескольких технологических; бизнес-процесс

включает в себя технологические и производственные, добавляя к ним деятельность по созданию ценности произведённого продукта. Предложенная терминология применима не только для промышленных предприятий, но и для предприятий других сфер деятельности (наука и исследования, медицина, строительство, транспортная отрасль и логистика и пр.).

Предлагаемое разделение процессов коррелирует с существующей структуризацией корпоративных информационных систем по уровням уровней информационных систем: АСУ ТП, MES, ERP/BI (рис. 1). Однако, чёткого терминологического различия между видами процессов в проектировании информационных систем не предлагается – это делается в настоящей работе. Системы класса АСУ ТП отвечают за автоматизацию технологических процессов, класса MES – производственных процессов, на основе получаемой агрегированной информации от систем АСУТП, ERP и BI – процессов управления всем предприятием, включая блок основной деятельности (производственный) [5].

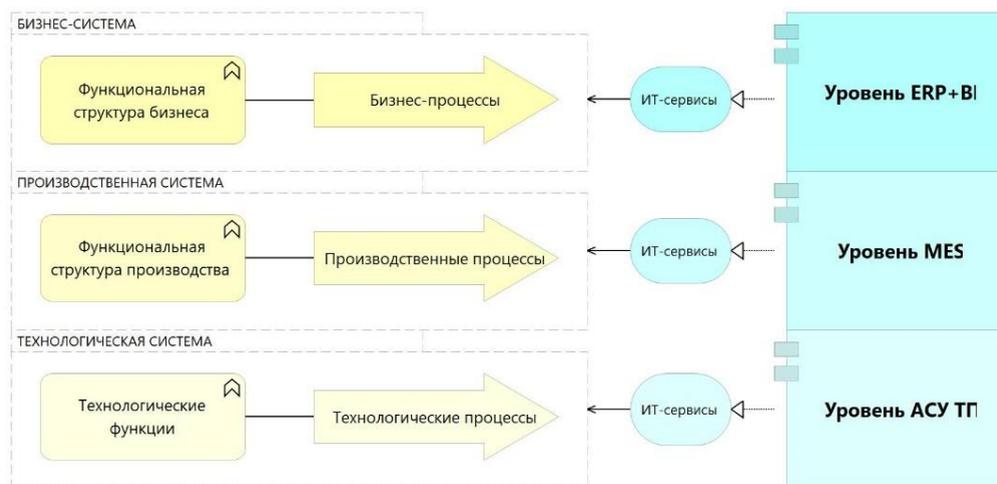


Рисунок. Типы процессов и уровни их автоматизации

Отдельную роль в контексте настоящей статьи играют виды технологий, используемых при реализации деятельности и управлении деятельностью современного предприятия: технологии управления, операционные технологии, информационные технологии. В условиях цифровизации часто ставится вопрос об интеграции операционных и информационных технологиями (OTvsIT) [3]. По мнению автора, необходимо дополнить этот список технологиями управления. Интеграция трёх видов технологий и согласованное их применение являются важной предпосылкой успешного перехода на цифровую основу ведения деятельности, поскольку цифровизация затрагивает все три перечисленные технологические аспекта деятельности предприятий. Необходимо разъяснить предназначение разных видов технологий: технологии управления позволяют реализовывать функции управления на предприятии, операционные технологии (для производственных предприятий – технологии производства) – реализовывать основную деятельность (производства товаров или оказания услуг), информационные технологии (ИТ, ИКТ) – реализовывать возможности автоматизированного сбора, хранения, обработки, анализа, передачи и использования данных.

Структуру технологий управления отражает бизнес-система, операционных технологий – производственная и технологическая система, информационных технологий – информационная система, отражает модель интеграции в едином комплексе технологии управления, операционные и информационные технологии.

Предложенная модель интеграции технологий является необходимой предпосылкой цифровой трансформации предприятий. Промышленные предприятия представляют

отдельный аспект для исследований в условиях цифровой трансформации, поскольку они обладают сложной производственной инфраструктурой, т.е. доля физических объектов, являющихся факторами создания стоимости, в таких предприятиях достаточно высока. И эти физические объекты нуждаются в особых методологических подходах к обеспечению их интеграции в единое информационное пространство предприятия. Если связь бизнес-процессов и ИТ-архитектуры в концепции архитектуры предприятия раскрыта исчерпывающе, то сейчас всё большую актуальность представляют исследования о взаимосвязи физической (материальной) архитектуры промышленного производства с информационными технологиями, а также взаимосвязка бизнес-составляющих, физических объектов и информационных технологий в единую модель.

Выводы. Для успешной цифровой трансформации требуется включение цифровых технологий в архитектуру предприятия. Интеграция цифровых технологий должна быть поддержана соответствующими теоретическими и методологическими подходами, дающим целостное представление о модели и системе управления предприятием в современных условиях. В настоящей статье предлагается модель интеграции технологий управления, операционных и информационных технологий в рамках единой системы управления предприятием. Разработанная модель является универсальной, но представляет особую актуальность для промышленных предприятий и с учётом требований цифровой трансформации.

Направлением дальнейших исследований в части интеграции технологий в архитектуру предприятия будет разработка отраслевых референтных моделей различных видов технологий в составе архитектуры предприятия. Референтные модели будут отражать общность отраслевых функциональных особенностей деятельности и могут с надлежащей адаптацией быть использованы для проектирования систем бизнес-процессов, архитектуры корпоративной информационной системы и других целей. Также важно исследовать сквозные цифровые технологии конкретных отраслей и разрабатывать подходы к их внедрению в архитектуру предприятия.

Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда (проект №19-18-00452).

Литература

1. Adina A., Iacob M.-E., Wombacher A., Hiralal M., Franck T. Enterprise Architecture 4.0 – A vision, an approach and software tool support // 2018 IEEE 22nd International Enterprise Distributed Object Computing Conference (EDOC): 1-10. 2018.
2. Зайченко И.М., Смирнова А.М., Борреманс А.Д. Цифровая трансформация управления промышленными предприятиями: применение беспилотных летальных аппаратов // Научный вестник Южного института менеджмента, № 4, 2018. – С. 76-81.
3. Ильин И.В., Светульников С.Г., Калязина С.Е., Багаева И.В. Основные тренды цифровой трансформации российского бизнеса // Наука и бизнес: пути развития, № 7 (97), 2019. – С. 137-143.
4. Дубгорн А.С., Светульников С.Г., Зотова Е.А. Основные проблемы цифровой трансформации бизнеса // Глобальный научный потенциал, № 8 (101), 2019. – С. 116-120.
5. Ильин И.В., Лёвина А.И., Дубгорн А.С. Цифровая трансформация как фактор формирования архитектуры и ИТ-архитектуры предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент, № 3 (38), 2019. – С. 50-55.

РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В КОРПОРАТИВНОМ УПРАВЛЕНИИ

С.И. Мазоль

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Республика Беларусь

mazols@yandex.ru

Аннотация

В статье рассматриваются тенденции изменения подходов институциональных и индивидуальных инвесторов к выбору объектов инвестирования в контексте повышения значимости целей устойчивого развития. Рассмотрены тенденции трансформации законодательства развитых стран для обеспечения гендерного равенства в корпоративном управлении. Проводится оценка влияния реализации гендерного равенства на финансовые показатели компаний.

Ключевые слова

Ответственное инвестирование, устойчивое развитие, корпоративное управление, гендерное равенство.

В настоящее время вопросы устойчивого развития повестки дня ООН оказывают все большее влияние при выборе стратегии развития компании и оценки ее инвестиционной привлекательности. В частности, важным фактором оценки компании выступают показатели так называемого ответственного инвестирования, который предполагает оценку факторов окружающей среды, социальных факторов и факторов корпоративного управления в процесс принятия инвестиционных решений для лучшего управления рисками и устойчивого и долгосрочного возврата инвестиций [1, с. 4].

Факторы ответственного инвестирования проходят через все уровни обоснования и принятия инвестиционных решений, начиная от центров, аккумулирующих капиталы, заканчивая компаниями как объектами инвестирования.

В частности, крупные держатели капиталов (страховые, пенсионные фонды) включают факторы ответственного инвестирования в стратегию и политику принятия инвестиционных решений, в процесс оценки эффективности деятельности подконтрольных инвестфондов и инвестиционных менеджеров. Кроме того, при формировании соглашений с последними институциональные инвесторы прямо вводят ограничения на отрасли инвестирования, определяют требования к отчётности инвестфондов в отношении соблюдения принципов ответственного инвестирования [1, с. 5].

В свою очередь управляющие инвестиционным капиталом включают факторы ответственного инвестирования в стратегию управления инвестиционным фондом, проводят оценки рисков устойчивого инвестирования при формировании портфеля активов, определения целевых нормативов деятельности для инвестиционных менеджеров более низкого уровня принятия решений.

В связи с тем, что выбор портфельных инвесторов диктуется целями устойчивого инвестирования, аналогичные показатели используются для оценки эффективности деятельности непосредственно компаний как целей инвестирования управляющих капиталами на мировом рынке. Это заставляет управляющих корпораций брать на себя обязательства по выполнению показателей устойчивого инвестирования, включать их в стратегию развития компании, публично отчитываться о выполнении данных показателей.

Помимо прямой цепочки инвестирования «институциональные инвесторы – инвестиционные фонды – компании-объекты инвестирования» важную роль в контроле за выполнением показателей ответственного инвестирования играют фондовые биржи. Они включают факторы ответственного инвестирования в добровольные или обязательные требования к отчетности публичных компаний, регулируют требования к размещению активов, отслеживают инциденты в области ответственного инвестирования в отношении компаний, ценные бумаги которых (акции и облигации) допущены к размещению на фондовом рынке [1, с. 5].

Результатом данных тенденций стал существенный рост объема капитала ответственного инвестирования в различных регионах мира (табл. 1).

Таблица 1

Объема капитала ответственного инвестирования в разрезе отдельных регионов мира (в млрд. долл. США)

Регион	Год	
	2016	2018
Европа	12,04	14,075
США	8,723	11,995
Япония	474	2,18
Канада	1,086	2,18
Австралия/Новая Зеландия	518	1,699
Всего	22,89	30,683

Источник: [1, с. 6]

При этом по оценкам ведущих мировых консалтинговых агентств наряду с ростом объема капитала ответственного инвестирования происходит также существенный рост его доли в общем объеме инвестированного капитала (табл. 2).

Таблица 2

Доля капитала ответственного инвестирования в разрезе отдельных регионов мира (в %)

Регион	Год		
	2014	2016	2018
Европа	58,8	52,6	48,8
США	17,9	21,6	25,7
Канада	31,3	37,8	50,6
Австралия/Новая Зеландия	16,6	50,6	63,2
Япония	16,6	50,6	63,2

Источник: [1, с. 6]

Среди факторов ответственного инвестирования выделяют три группы факторов: экологические, социальные и корпоративного управления.

К экологическим факторам относятся изменение климата, истощение возобновляемых и невозобновляемых природных ресурсов, выбросы загрязняющих веществ, уничтожение лесов и водных ресурсов.

В числе социальных факторов учитываются условия труда, использование детского и принудительного труда, взаимодействие с местным населением, отсутствие социального демпинга в связи с плохими условиями труда, соблюдение гендерного баланса.

Факторы корпоративного управления включают сбалансированность вознаграждения топ-менеджмента, противодействие взяточничеству и коррупции, отсутствие политического лоббирования, структура и гендерный состав органов корпоративного управления, ответственное налоговое планирование.

В настоящее время широко обсуждается вопрос о влиянии гендерного баланса на качество управления и эффективность корпоративного управления в компаниях как развитых, так и развивающихся стран.

По мнению отдельных исследователей [2, с. 97], присутствие женщин в органах корпоративного управления обеспечивает преимущества ввиду того, что менталитет женщин и мужчин отличаются. Соответственно, присутствие женщин в органах корпоративного управления изменяет психологию принятия управленческих решений, позволяет их сбалансировать. Женщины обладают большими способностями приносить новые идеи и улучшать коммуникацию в компании, более широко используют психологическую мотивацию вместо административного управления и контроля, лучше знают психологию основной массы потребителей (60% всех покупок в стране совершаются женщинами). Наличие женщин в системе корпоративного управления создает мотивацию для других женщин в компании к карьерному росту.

Указанные особенности подтверждаются и статистическими данными, в частности, данными исследования консалтинговой компании «McKinsey & Co.», которое было проведено по 89 европейским листинговым компаниям с наивысшим уровнем гендерного разнообразия на руководящих должностях. Компании были отобраны из всех европейских листинговых компаний с капитализацией на фондовом рынке свыше 150 млн. евро на основе следующих критериев [3, с. 13]:

- количество и доля женщин в исполнительном комитете, их функции (генеральный директор или финансовый директор);
- присутствие более двух женщин в совете директоров;
- статистические данные о гендерном разнообразии в годовом отчете.

Как показало проведенное исследование, компании с более высоким показателем гендерного равенства, опережают своих конкурентов по следующим показателям [3, с. 14]:

- по рентабельности собственного капитала (ROE): 11,4% против в среднем 10,3%;
- по операционному результату (ЕВIT): 11,1% против в среднем 5,8%;
- показателю прироста рыночной цены акции: +64% против +47% на трехлетнем интервале.

Согласно подходам международных организаций (Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)) для обеспечения гендерного баланса следует выработать специальную институциональную структуру, включающую четкий план действий, разделенный на этапы и периоды, количественно измеримые цели, специальные нормативные акты, содействующие гендерному балансу [4, с. 6].

Кроме того, правительства стран совместно с институтами рыночной инфраструктуры предпринимают шаги, нацеленные на обеспечение гендерного баланса в корпоративном управлении.

В *Австралии* Австралийская фондовая биржа (ASX) рекомендует котирующимся компаниям устанавливать и раскрывать политику гендерного разнообразия совета директоров. В 2015 году австралийский Институт корпоративных директоров (AICD) установил добровольный целевой показатель в размере 30% для всех советов директоров. AICD начал программу наставничества для женщин в 2010 году, где женщины-кандидаты записываются на курсы «Управление заседаниями», «Курс директора международной компании», чтобы подготовить их к работе в совете директоров. Успешные кандидаты объединяются с наставником, который работает с ними в течение одного года и направляет их в советы директоров публичных компаний после завершения программы. После этих изменений доля женщин в советах директоров компаний ASX 200 увеличилась более чем вдвое – с 11% в 2010 году до 25,1% в 2016 году. В крупнейших листинговых компаниях доля женщин еще выше:

- 29,1% в советах директоров компаний ASX20;
- 27,4% в советах директоров компаний ASX50;

- 25,7% в советах директоров компаний ASX100 [5, с. 140].

Франция ввела обязательную гендерную квоту в размере 40% для представителей обоих полов в советах директоров компаний, акции которых торгуются на открытом рынке, а также для компаний (как прошедших листинг, так и нет), чьи доходы или совокупные активы превышают 50 млн. евро и в которых работают не менее 500 человек (на протяжении трех лет подряд). Это увеличило предыдущую квоту, установленную в размере 20%, определенную Национальным собранием Франции в 2010 году. Эти изменения были внесены в соответствии с Законом о гендерном равенстве 2014 года, вступившим в силу 1 января 2017 года, который внес поправки в Коммерческий кодекс Франции (статья L225-18-1). С 1 января 2020 года такие же условия будут действовать для компаний, в которых занято не менее 250 человек. Если совет директоров компании состоит из восьми или менее членов, разница между числом директоров каждого пола не может превышать двух. Любое назначение, произведенное в нарушение закона, считается недействительным. За несоблюдение требований применяются штрафы, а назначение директора не в соответствии с законом может привести к удержанию всех гонораров директора до принятия соответствующего решения. По состоянию на март 2017 года женщины занимали:

- 40% мест в советах директоров CAC40;
- 42% мест в советах директоров SBF120;
- 34% мест во всех компаниях, подпадающих под действие регламента;
- 37% мест в крупнейших листинговых компаниях Франции [5, с. 140].

В **Германии** Закон 2015 года, затрагивающий около 110 компаний, требовал введения фиксированной квоты женщин в размере 30% в наблюдательных советах в Германии с 1 января 2016 года. Закон также ввел «гибкую квоту» для небольших фирм, затрагивающую около 3 тыс. компаний, требуя от них устанавливать свои собственные целевые показатели для женщин в исполнительных и наблюдательных советах, а также для топ-менеджмента корпораций. В 2005-2010 годах доля женщин на должностях в наблюдательных советах составляла около 10%. В ожидании того, что будут законодательно установлены обязательные целевые показатели, компании начали назначать в управлении компаний больше женщин. В результате доля женщин-членов наблюдательных советов в выборке из 160 публичных компаний выросла до 22% к 2016 году. При этом никаких финансовых санкций за несоблюдение законодательных требований в части гендерного баланса установлено не было. Вместо этого крупные компании должны сохранять соответствующую вакансию в совете директоров до тех пор, пока ее не заполнит женщина, а мелкие компании не могут установить квоту меньше, чем действующая у них гендерная структура. В целом женщины составляют 19,5% членов совета директоров в Германии [5, с. 140].

В последние годы **Италия** значительно расширила участие женщин в советах директоров. Доля женщин в советах директоров удвоилась с 15% в 2013 году до 30% в 2016 году. Квоты требуют, чтобы женщины составляли не менее 33% членов советов директоров в листинговых компаниях. Правительство также предпринимает усилия по поддержке семей, имеющих детей, с помощью системы ваучеров. Улучшение доступа к услугам по уходу за детьми должно помочь большему числу женщин выйти на рынок труда, учитывая, что итальянские женщины выполняют более трех четвертей всех неоплачиваемых домашних работ, таких как уход за детьми [5, с. 140].

В **Японии** в 2015 году парламент принял закон «О поощрении участия женщин и продвижении их по службе». Закон обязывает компании, в которых работает более 300 человек, собирать и анализировать данные об доле женщин в составе трудовых ресурсов компании, в том числе о доле женщин в руководстве. Закон также требует от этих компаний разработать и обнародовать план действий по устранению гендерных разрывов, включая количественные целевые показатели, а также публиковать гендерную статистику. Компании с численностью сотрудников менее 300 человек Статистика Бюро по вопросам гендерного

равенства Японии показывает, что женщины занимают 6,2% управленческих позиций и 3,4% позиций в органах корпоративного управления частных компаний [5, с. 141].

Норвегия была первой страной, которая ввела квоту для женщин в советах директоров компаний. Квота в 40% была введена в 2005 году в соответствии с законом “О публичных обществах с ограниченной ответственностью”, который охватывает публичные общества с ограниченной ответственностью, государственные и муниципальные компании, а также кооперативы. Компании, которые не соответствуют требованиям, исключаются из листинга. Норвежские советы директоров близки к гендерному паритету: 46,7% мест в совете директоров занимают женщины, что на 7 п.п. больше, чем в 2013 г. Женщины составляют 41% членов совета директоров в крупнейших листинговых компаниях [5, с. 141].

В **Великобритании** в 2010 году был запущен проект «Клуб 30%» с целью увеличения доли женщин в советах директоров FTSE-100 до 30% к 2015 году без использования обязательных квот. В 2016 году он расширил свой 30-процентный целевой показатель до советов директоров FTSE-350 (в настоящее время 24,1%) и до высшего руководства компаний FTSE-100 к 2020 году. Эта инициатива привела к удвоению числа женщин-директоров в советах директоров FTSE-100 с 12,5% в 2010 году до 26,6% в 2016 году. Его успех привел к запуску аналогичных проектов в Австралии, Канаде, Гонконге, Ирландии, Италии, Малайзии, Южной Африке, Турции и Соединенных Штатах. В настоящее время женщины занимают 22,8% всех мест в совете директоров в Великобритании [5, с. 141].

Литература

1. Price water house Coopers Survey: ESG факторы в инвестировании / Price water house Coopers International Limited, МИРБИС, 2019. – 28 с.
2. Catherine M., Daily S., Certo T., Dalton D. A Decade of Corporate Women: Some Progress in the Boardroom, None in the Executive Suite // Strategic Management Journal. – (Vol. 20). – № 1. 1999. – P. 93-99.
3. Desvaux G., Devillard-Hoellinger S., Baumgarten P. Women Matter – Gender diversity, a corporate performance driver. – Paris: McKinsey & Company, 2017. – 28 p.
4. OECD Toolkit for Mainstreaming and Implementing Gender Equality: Implementing the 2015 OECD Recommendation on Gender Equality in Public Life. – Paris: OECD Publishing, 2018. – 126 p.
5. OECD Corporate Governance in MENA: Building a Framework for Competitiveness and Growth, Corporate Governance. – Paris: OECD Publishing, 2019. – 186 p.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

И.В. Мальгина

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск, Республика Беларусь

irina_malgina@list.ru

Аннотация

Рассмотрены теоретические основы цифровой трансформации малого и среднего предпринимательства. Особый акцент сделан на необходимости разработки специальных программ поддержки для цифровой трансформации малого и среднего предпринимательства по активизации использования цифровых технологий.

Ключевые слова

Малое и среднее предпринимательство, цифровая трансформация, программы поддержки.

Одним из основных требований времени на сегодняшний день является ускоренная цифровая трансформация малого и среднего предпринимательства (МСП). Отдавая дань МСП как драйверу экономики, необходимо отметить слабость его цифровой трансформации с учетом вызовов современного мира. В данном случае, проблема МСП часто состоит в отсутствии специальных мер или программ поддержки по цифровой трансформации со стороны государства. Поскольку государство заинтересовано в динамичном развитии МСП, как в повышении его конкурентоспособности, так и в выходе на внешние рынки, предполагается, что оно должно менять дизайн своих программ поддержки МСП и разрабатывать активные меры в целях цифровой трансформации МСП, не оставляя это только в компетенции самих субъектов МСП [1].

Основоположником цифровой трансформации бизнеса можно считать Н. Негропonte, предположившим, что любая форма информации, которая существует в виде атомов (например, книги и DVD), может быть представлена битами на цифровом устройстве. Это фундаментальное понимание послужило основой раннего роста электронной коммерции, а также широкого распространения в более традиционных отраслях информационных систем (отслеживание отгрузки FedEx, управление запасами Walmart и т.д.).

Сейчас цифровизация является основой Индустрии 4.0, однако, следует отметить, что это только замена традиционных технологий или методов технологиями на основе ИКТ. Цифровая трансформация заключается в использовании новых технологий для обеспечения масштабируемости и эластичности, требуемых клиентами. И этот тезис особенно важен для МСП. В данном случае, оцифрованные субъекты МСП способны диверсифицировать потребительские сегменты за короткий период по сравнению с офлайн-бизнесом. Это влечет за собой увеличение дохода, предоставление доступа к более лучшей клиентской базе, повышение операционной эффективности, улучшение качества обслуживания клиентов. Так, касательно доступа к более лучшей клиентской базе можно отметить, что индивидуализация технологии и присутствие в Интернете открывает перед МСП замечательные возможности для развития своей деятельности на местном и зарубежном рынках. Активизация цифровых технологий позволяет МСП осваивать новые рынки, что позволяет им конкурировать с ведущими гигантами отрасли. Платформы электронной коммерции расширяют географические границы, повышая качество обслуживания клиентов и предоставляя поддержку для улучшенных решений в цепочке поставок. Это позволяет компаниям продавать

круглосуточно и быстро увеличивать свою клиентскую базу с ограниченными эксплуатационными расходами.

В странах Европейского Союза уже накоплен значительный опыт применения различных мер, способствующих цифровой трансформации МСП. В первую очередь, это ускорение освоения больших данных и налаживание конкурентной цифровой платформы в Европе, включая развертывание телекоммуникационных стандартов 5G, что является условием позиционирования Европы в качестве ключевого игрока в цифровом будущем, а также развитие на базе 5G интернета вещей (IoT). Во-вторых, в частности, переобучение рабочей силы в части цифровых навыков для промышленности, включающее продвижение и поддержка предпринимательства как возможности для приобретения цифровых навыков.

Учитывая данный опыт, можно отметить, что первоначальными мерами должно стать развитие цифровой грамотности среди как действующих, так и потенциальных предпринимателей для построения полноценного цифрового общества. Для действующих предпринимателей это может быть усиленное обучение, мастер-классы для продвижения бизнеса в социальных сетях, обучение интернет-торговле и т.д. В данном случае особое внимание следует обратить на потенциальных предпринимателей в юном возрасте, акцентировав внимание на обучении цифровой грамотности путем включения ее в основную программу обучения в начальных и средних классах школ. Предприниматели должны понять, что цифровая информация об их продуктах (и клиентах) так же важна, как и сами продукты, для повышения эффективности бизнеса по сравнению с их менее осведомленными в конкурентном отношении конкурентами.

Литература

1. Мальгина, И.В. Концептуальные подходы к трансформации институциональной архитектуры малого и среднего предпринимательства/ И.В. Мальгина // Федерализм, №2, 2019. – С. 72—86.

MOBILE TECHNOLOGY CONDITIONS DIGITAL TRANSFORMATION MARKETING

I.V. Maltsevich

GNU Institute of Economics of the NAS of Belarus, Minsk, Republic of Belarus

miv1995@mail.ru

Abstract

The growing share of the use of digital technologies is changing the way we communicate, business and consumption processes, breaking down the barriers of time and space. These technologies modify the marketing activities of companies and allow them to meet customer demand and competition in an environment formed by digital transformation.

Key words

Digital marketing, mobile payments, automated payments.

Introduction. The prospect of the development of mobile payments in Belarus depends on how actively new points for receiving payments will be included in this area, new payment support technologies and entire areas of their application, in which today payers use still old tools. However, now, the benefit to users is obvious. Being a modern technology, mobile payment has a number of advantages in speed and ease of payment.

In the digital economy, new approaches to service and buying incentives are emerging in trade. New ways of developing a culture of trade are identified in the context of the introduction of digitalization of customer service processes in order to increase the efficiency of retail trade. In order to further the effective development of trade, new directions and elements of the culture of trade, the quality and forms of customer service, and the creation of the most comfortable conditions for buyers in the context of increased competition are being developed.

A positive point for the objects of trade is in the psychology of consumers. People are much more difficult to part with cash: giving some material objects is much more difficult than «electronic» money from a card. In addition, expanding the sphere of mobile payments is beneficial for banks, however, this requires certain costs both on the part of the banks themselves and the sphere of trade and services. Banks earn on remuneration for acquiring on non-cash transactions on payment cards, as well as on the card services themselves: issuing and servicing a card, SMS-informing about account transactions, fees for using credit money, etc.

Main part. Contactless payments are made by cards with contactless payment technology, which are equipped with a built-in chip and antenna, transmitting payment information via a radio channel to a contactless terminal [1].

Contactless cards are settlement and credit cards. At the same time, there are contactless cards with payWave and PayPass technologies. For MasterCard Worldwide, this contactless payment technology is called PayPass, for VISA, it is called payWave. There are no special differences between them, the methods for using such cards are almost the same [2, 3].

A contactless payment can only be made in places where the MasterCard PayPass or Visa payWave logos are present.

The advantages of using contactless cards are as follows: speed of the payment transaction; convenience of payment; no need to transfer a bank card to an outsider (teller); no need to spend time entering a PIN code (up to a set limit); longer service life (the card wears out less because it is less exposed to mechanical stress); the ability to use contactless cards in ordinary ATMs or terminals.

The drawbacks of this type of payment are security (despite the fact that payment systems claim that contactless payments are reliably protected, fraudsters find ways to read data from such cards without the knowledge of their owners). To protect themselves, some contactless card users use special shielded wallets.

Mobile payments are used as payment - cash transactions carried out using a mobile telecommunication network device. In mobile commerce, a wireless electronic payment that works with cash registers or service points and supports mobile phones, smartphones, PDAs, and mobile terminals.

To make a mobile payment, you need a mobile phone with support for near field communication technology NFC (Near Field Communication), as well as a payment terminal that accepts contactless cards.

The infrastructure that can accept mobile payments can be attributed to the terminal infrastructure of objects of trade and service. First of all, these are terminals that work with contactless cards. Their number in Belarus is increasing annually (from January to October 2018, their number increased from 56 to 77 thousand).

One of the options for making mobile payments in Belarus is to expand the ability to use a QR code - it is offered by the e-Pos service: payment is made by credit card through the ERIP by receiving an invoice in the form of a QR code. This service reduces the cost of equipping retail outlets with equipment for receiving cashless payments. Currently, almost all major banks in Belarus have introduced a QR code payment service in their mobile applications.

In February 2019, the number of contactless operations increased compared to the same period last year. At the same time, the amount of transactions on contactless cards increased 2.7 times compared to February 2018.

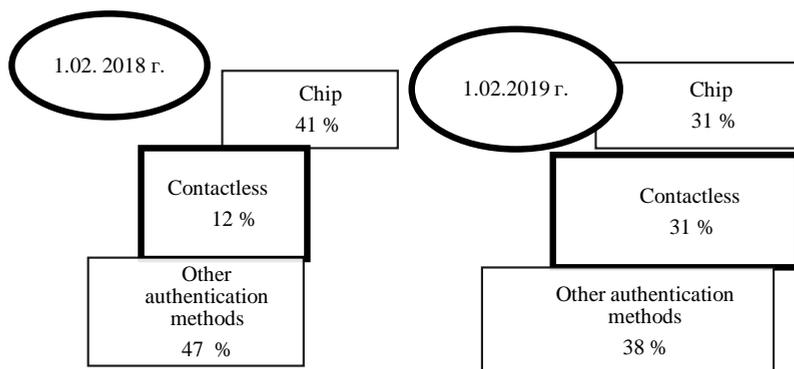


Figure. The number of contactless operations

An analysis of Figure shows that the share of non-contact operations increased to 31% and equaled the share of operations performed using a microchip.

In Belarus, automated settlement of purchases using electronic systems is represented by the Unified Settlement Information Space (ERIP) [4]. Its appearance in 2008 was initiated by the National Bank of the Republic of Belarus. In 2014, a unified payment settlement mechanism for ERIP was introduced, which all banks operating in the republic began to apply. Now you can pay online for goods purchased in online stores. On January 26, 2016 the ERIP was registered as OJSC “Non-Bank Credit and Financial Organization“Single Settlement and Information Space”. Statistics of individuals in the ERIP system are shown in table.

Statistics of individuals in the ERIP system

Date of	Number of clients	
	Unique	Registered
1.04.2019	7 525 881	208 795
1.05.2019	7 552 426	226 458
1.06.2019	7 575 630	246 339
1.07.2019	7 601 280	266 625
1.08.2019	7 631 565	291 974
1.09.2019	7 667 007	315 780
1.10.2019	7 711 536	344 682
1.11.2019	7 617 244	1 243 278
1.12.2019	6 631 611	1 264 449
1.01.2020	6 668 703	1 288 291
1.02.2020	6 700 985	1 311 282
1.03.2020	6 734 643	1 336 126

An analysis of the data shows that the number of registered customers as individuals in the ERIP system is growing, but the number of unique users in 2020 decreased.

In our country, the system includes over 54,000 services (including utilities, goods from online stores, bi-years to the cinema, lottery tickets, and others). More than 11,000 companies, government agencies and enterprises, private firms, individual entrepreneurs offer customers to pay for services through the ERIP.

The payment system offers several payment methods: by credit card, offline at ATMs and self-service terminals, through Internet banking, in cash registers of banks; in the offices of Belposhta. ERIP modern demanded opportunities - online payments via EasyPay, WebMoney, iPay, belqi. The undoubted advantage of the ERIP is a large selection of payment methods. This can be done both online and offline, which expands the audience of potential buyers.

It should be noted that the system does not have multicurrency. All calculations are carried out only in Belarusian rubles. It is also not always possible to return money to the buyer online. On average, connecting to the system takes about 2-3 weeks, but most often it can be done in 10 working days. The standard ERIP rate for accepting payments is 2%. However, it is worth considering that the aggregator charges an additional commission, which may additionally amount to 1% of the payment.

Conclusion. The main factors that attract consumers in general in online shopping and pay-as-you-go: the ability to buy without queues, the ability to make a reservation, check the availability of goods, participate in some additional merchant loyalty programs, receive personal bonuses. At the same time, sellers can provide all this to customers, because sales on the Internet bring significant savings on rent and other operating costs associated with offline sales.

Thus, organizations can use digital technology in building closer relationships with customers, not only through their product, but also through additional experience and service.

Literature

1. Banking processing center predicts a rise in the popularity of contactless payments [Electronic resource] / Banking processing center. - Access mode: <https://www.npc.by/about/news/bankovskiy-protsessingovyy-tsentr-prognoziruet-rost-populyarnosti-beskontaktnykh-platezhey/>. - Date of access: 03/30/2020.
2. Opportunities for mobile payments in Belarus [Electronic resource] / Prime Press business news. - Access mode:

- https://primepress.by/news/kompanii/vozmozhnosti_mobilnykh_platezhey_v_belarusi_budut_rasshiryatsya-8067/. – Date of access: 03/31/2020.
3. Contactless cards [Electronic resource] / Myfin.by. - Access mode: <https://myfin.by/stati/view/1222-beskontaktnye-karty-legkim-kasaniem-ruki>. - Date of access: 03/30/2020.
 4. ERIP [Electronic resource] / Myfin.by. - Access mode: <https://myfin.by/wiki/term/erip>. -Date of access: 03/30/2020.

PROSPECTS AND BASIC TECHNOLOGIES IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

N.V. Maltsevich

Institute of Business of the Belarusian State University, Minsk, Republic of Belarus

maltsevich@sbmt.by

Annotation

Currently, the modern world is radically changing due to the growing role of the digital economy. All areas of the economy have become digital or are moving towards this. Advanced robotics, artificial intelligence, the Internet of things, cloud computing, big data analytics and three-dimensional (3D) printing are far from a complete list of benefits, which gives us digital progress. The appearance of a new generation of intelligent software solutions on the market opens up opportunities for enterprises to use them comprehensively.

Keywords

Prospects, basic technologies, digital transformation.

The following basic technologies for the digital transformation of industry exist in the world: the Internet of things, the industrial Internet of things, artificial intelligence, big data, robots, cloud computing, paperless technologies, cyberphysical systems, additive, unmanned, mobile, biometric, quantum, supercomputer, end-to-end technologies, identification technologies, blockchain technologies, mathematical modeling, open production technologies Figure 1.

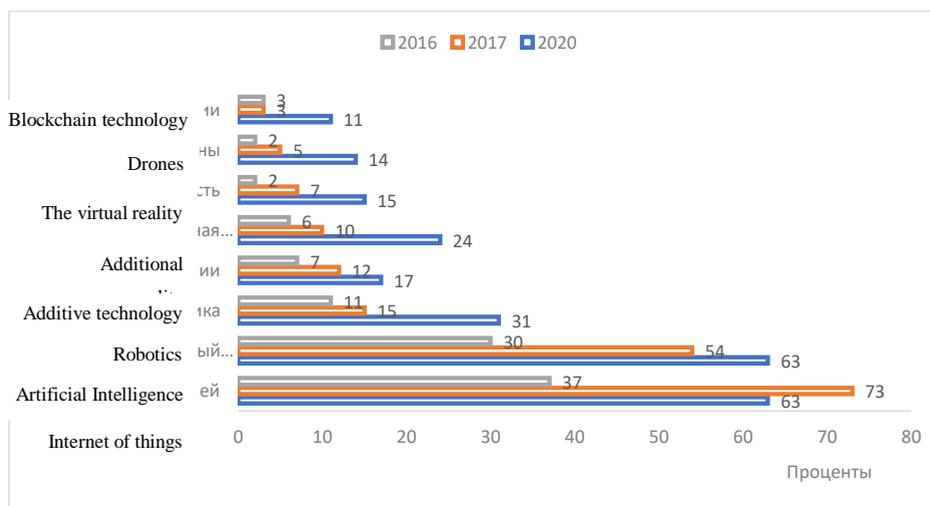


Figure 1. Basic technologies of digital transformation of industry [1]

The emergence of a new generation of intelligent software solutions on the market opens up opportunities for enterprises to use big data and machine learning, digital modeling, smart manufacturing and robotics in a comprehensive way [2 - 4]. In production and construction, the process of mass introduction of cyberphysical systems is stimulated by technological trends shown in Figure 2.

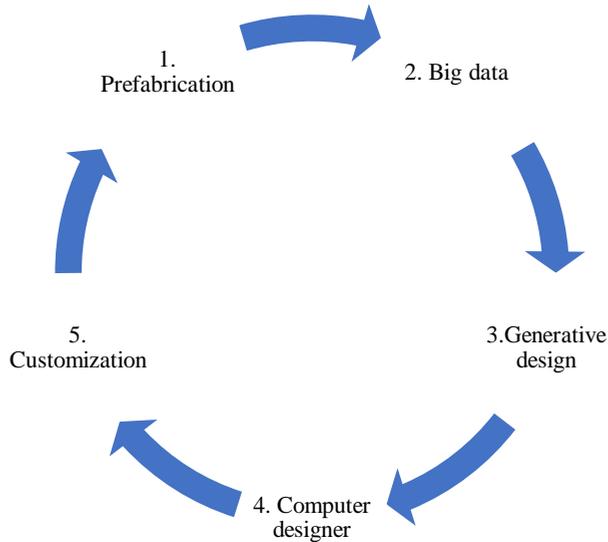


Figure 2. Technological trends

In construction, prefabrication is actively developing, making it possible to produce ready-made modules and their elements at the plant, typical building panels for assembly at the construction site.

Production technologies in construction are also used for non-standard metal structures (for the construction of load-bearing columns of skyscrapers, which are unique designs and take on high loads). Such projects are carried out by the Chinese company CCEED (China Construction Eighth Engineering Division). At the factory, according to the 3D model, the columns are made on CNC machines. These massive metal structures are made up of individual parts. After manufacturing, a QR code is applied to each part to collect information about all parts in a BIM model and track their path from the factory to the installation site. To make sure that all structures are correctly connected to each other, at the factory they are scanned with a laser scanner and turned into relevant 3D models using Recap. Then they are analyzed for deviations from the original specification and, accordingly, the BIM model is updated.

The British Vision Built designs and collects civil and commercial objects from typical parts in record time. And the well-known manufacturer KNAUF applies this technique in Russia: it takes no more than a week to build a three-story building from the modules created in the factory.

Currently, more than 90 modules are available that allow innovative companies to realize the full prefabrication life cycle:

- digital modeling of future buildings and the production of their elements;
- assembly, putting them into operation and subsequent maintenance;
- The construction industry is becoming intellectual (trend 2 - big data). This is affected by:
- active implementation of BIM (Building Information Modeling) at the construction stage (and not just design, as before);
- the use of sensors and unmanned aerial vehicles to collect information about the object;
- the emergence of tools based on artificial intelligence for the analysis of big data in construction projects.

For example, the BIM 360 Project IQ cloud service, using machine learning, is a knowledge base that collects about 20 million problems that were previously encountered in construction

projects. Using this information, Project IQ allows you to analyze construction data, identify trends, patterns and typical solutions. The company, starting a new project, can turn to the database and see what problems were encountered in similar cases. Thus, she can optimize her work in advance.

Another example is Smartvid.io, a startup that uses artificial intelligence and machine learning to analyze photo and video information at a construction site.

The technology integrated with Autodesk BIM 360 cloud service for construction can be used to increase security, control the quality of construction and increase the efficiency of processes. The platform and data can be accessed from any device - drones, GoPro cameras, mobile phones and tablets.

In industry, the growth of data and the development of the Internet of things has led to the emergence of smart factories, a new type of enterprise that involves the maximum digitalization of design and production processes and the minimization of human resources. The factory's work can reduce production and logistics costs by 10–20%, reduce equipment downtime by 30–50%, and increase productivity by 3–5%.

Autodesk recently opened such a smart factory in Birmingham, UK, which is equipped with the latest Autodesk equipment and technology for smart manufacturing. All enterprise data is collected in the Autodesk Fusion Production system, which uses a common cloud environment with a single tool for collecting, combining and demonstrating data from various parts of production and CNC machines using the industrial Internet of things. This shared data space helps the team identify inefficient processes and offers solutions to improve performance. Thanks to analytics based on data from production and IoT, enterprise managers can use the data and display it in real time for each participant in the supply chain. Designers will be able to see the subsequent technological processes and improve the design in accordance with production capabilities. The ability to connect to data in real time also allows team members to find and correct errors if they occur, to receive more information about performance, which helps to improve quality indicators and reduce equipment downtime.

Trend 3 - generative design allows the machine to experiment if the designer, engineer or designer sets the parameters and limitations for a program that automatically offers solutions.

Trend 4 - a computer designer can create hundreds of thousands of designs and layouts in a short time, based on the criteria and limitations (for example, weight, production method, materials) set by the engineer, while often offering options that a person cannot even imagine. The latter can only choose the desired option.

The next step is the mass introduction of such robots in production. They are smart enough to adapt to work with any details and are able to share knowledge with their own kind through the cloud. Ideal workers for “configurable microfactories,” which Autodesk experts believe will be the basis of production in the near future.

Trend 5 - customization. In 2017, at a traditional meeting of SCS manufacturers organized by the Network Solutions Magazine / LAN, various trends in business development in this area and the expectations of market participants were discussed. Among other things, special attention was paid to changing the preferences of customers who, when building large and medium-sized data centers, increasingly choose customized products [5].

Customization is the individualization of products under the orders of specific consumers by making structural or design changes. The task of customization is to create confidence in the consumer that the work is done for him and is aimed at meeting his specific needs. Experts consider customization to be the ideal interaction between a supplier and a consumer.

At its core, the life cycle model of the customization process is cascading with the possibility of iteratively repeating the steps:

- the formation of vision;
- design;
- prototyping;
- manufacturing and changes;

- production.

One of the main tasks is by no means drawing up a schedule and building up logistics for the supply of finished products, but ensuring the possibility of producing an agreed volume on time. Often, individual products made according to particular requirements may require special accessories or even technological units that need to be studied, fit into the design and ensure their availability at the time of assembly of the final product.

Literature

1. Zubritskaya, I.A. Analysis of world experience in digital transformation of industry: institutional model [Electronic resource]. - Access mode: <https://dt.giac.by/jour/article/viewFile/141/85>. - Date of access: 04.16.2020.
2. The state program for the development of the digital economy and the information society for 2016 - 2020 [Electronic resource]. - Access mode: http://new.economy.gov.by/ru/gp_digit-ru. - Date of access: 04.21.2020.
3. 5 technological trends that will change construction and industry over 20 years [Electronic resource]. - Access mode: <https://ardexpert.ru/article/13028>. - Date of access: 04.21.2020.
4. Analysis of world experience in industrial development and approaches to the digital transformation of industry of the member states of the Eurasian Economic Union, Eurasian Economic Commission Department of Industrial Policy. Information and analytical report [Electronic resource]. - Access mode: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_prom/SiteAssets/%% February 2, 2017.pdf. - Date of access: 03.10.2020.
5. Customization as an actual trend in the modern data center market [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.osp.ru/lan/2017/07-08/13052655/>. - Date of access: 04.10.2020.

РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Е.Н. Новокшонова, Н.А. Оганезова

Сыктывкарский государственный университет имени Питирима Сорокина,
Сыктывкар, Россия

einai@mail.ru
ninok0112@rambler.ru

Аннотация

Статья посвящена вопросам государственного развития цифровой экономики в России, на основе данных Росстата представлен уровень цифровизации, выделены достоинства и недостатки развития цифровой экономики в стране.

Ключевые слова

Цифровая экономика, экономическое развитие; информационные технологии; информационная среда, цифровизация.

Начало информационной революции в конце XX века связано с повсеместным переходом от аналоговых технологий к цифровым. Среди основных предпосылок такой трансформации выделяют: применение персональных компьютеров, распространение Интернета, использование для связи индивидуальных мобильных устройств. Перечисленные предпосылки послужили основной для формирования такого словосочетания, как «цифровая экономика».

Понятие «цифровая экономика» было введено Д. Тапскоттом в 1995 году при описании особенностей сетевой разведки. Он связывал цифровую экономику с новым укладом экономики, основанным на знаниях и цифровых технологиях, в рамках которого формируются новые цифровые навыки и возможности у общества, бизнеса и государства. Новая модель экономики, создаваемая в процессе ухода от традиционной, основывается на цифровизации производства, обмене данными между различными субъектами производственного процесса и аналитике больших объемов данных.

Развитие цифровой экономики – задача для всех уровней власти. Поэтому одним из 13 нацпроектов, реализуемых в России после майских указов 2018 года Президента РФ В.В. Путина, стал проект «Цифровая экономика Российской Федерации» утверждена 4 июня 2019 года протоколом заседания президиума Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и нацпроектам., на реализацию которой в 2019-2021 гг. выделено 403 млрд. руб., из которых 108 млрд. руб. должны быть потрачены в 2019 г., в 2020 г. - 123 млрд. руб., а в 2021 г. около 172 млрд. руб. [1].

Возникновение и развитие цифровой экономики обязано совершенствованию вычислительных и информационно-коммуникационных технологий во второй половине 20 века. Аналогично сельскохозяйственной и промышленной революции, цифровая революция ознаменовала начало функционирования новой цифровой эры, которая называется Индустрия 4.0.

Как и любому явлению, Индустрии 4.0 присущ ряд черт:

1. Интеграция и цифровизация вертикальных и горизонтальных цепочек создания стоимостей. Индустрия 4.0 предполагает, во-первых, цифровизацию по вертикали в рамках одной компании: от разработки продукции и закупок до ее производства, логистики и постгарантийное обслуживание. Все данные об операционных процессах, эффективности, операционном планировании доступны в интегральной сети в режиме

реального времени. В процессе производства могут быть использованы технологии дополненной реальности. Во-вторых, горизонтальную цифровизацию, которая выходит за рамки внутренних операций и охватывает поставщиков, потребителей и всех ключевых деловых партнеров по цепочке создания стоимости. В данном случае используются различные технологии от устройства слежения, контроля до комплексного планирования в режиме реального времени.

2. Цифровизация товаров. Она включает в себя дополнение имеющихся продуктов, например, интеллектуальными датчиками, создание новых цифровых продуктов, предназначенных для предоставления комплексных решений. Благодаря таким нововведениям у компаний появляется возможность оперативно получать данные об использовании продуктов и дорабатывать их в соответствии с новыми требованиями конечных пользователей.
 3. Предложение новых цифровых решений. Ведущие отраслевые компании расширяют спектр предоставляемых ими услуг путем предложения революционных цифровых решений, например, комплексное персонализированное обслуживание на основе данных и интегрированной платформы. Среди передовых компаний в данной области в России является ПАО «Ростелеком». Новые цифровые бизнес-модели направлены на получение дополнительной выручки от цифровых решений, оптимизацию обслуживания клиентов, получения доступа к клиенту.
- Основные элементы индустрии 4.0 представлены на рис. 1.

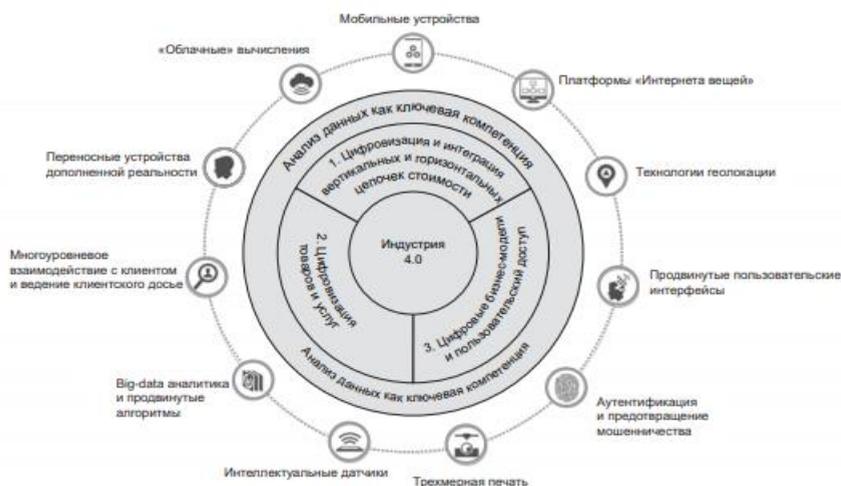


Рисунок 1. Элементы Индустрии 4.0 [2]

Для определения уровня развития цифровой экономики, Индустрии 4.0 в Российской Федерации необходимо ее измерение, которое осуществляется с использованием ряда показателей, наиболее значимыми среди которых выступают:

1. Индекс развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Индекс характеризует уровень развития инфраструктуры ИКТ, востребованности ИКТ населением. Он применяется для оценки масштаба «цифрового разрыва» между развитыми и развивающимися странами, разрабатывается Международным союзом электросвязи [3, с. 256].
2. Международный индекс цифровой экономики и общества является. Он является производным европейского Индекса цифровой экономики и общества. Он нацелен на измерение прогресса стран в развитии цифровой экономики и общества по критериям

связанности, человеческого капитала, использования интернета, интеграции цифровых технологий, цифровых государственных услуг. Индекс рассчитывается по данным 15 странам, не входящих в Европейский Союз, Генеральным директором коммуникационной сетей, контента и технологи Европейской Комиссии [3, с.256].

3. Глобальный индекс кибербезопасности, который характеризует уровень развития кибербезопасности конкретной страны. Индекс направлен на создание мотивации для интенсификаций их усилий в сфере кибербезопасности. Конечная цель – оказание помощи в развитии глобальной культуры кибербезопасности и ее интеграции в основные информационные и коммуникационные технологии [3, с. 255].

Индекс развития ИКТ имеет тенденцию к поступательному росту: по итогам 2015 г. значение показателя составило – 6,79, по итогам 2017 – 7,7. При этом Россия с 2015 г. имеет показатель выше среднего (7,70), приближенному к максимальному (8,98). Однако в рейтинге страна переместилась с 42 места в 2015 г. на 45 в 2017 г. По итогам 2017 г. индекс имеет низкий уровень ступенчатости, что свидетельствует о примерно одинаковом уровне готовности стран. В глобальном индексе кибербезопасности Россия по итогам 2017 г. занимала последнее место. Причиной существенного отставания России от других стран мира по развитию цифровой экономики является незначительный вклад сектора ИКТ в рост ВВП страны (в 2017 году – 2,7%). Наибольший вклад в рост ВВП вносит торговля, добыча полезных ископаемых; сектор ИКТ находится на 11 месте среди всех отраслей экономики [4, с. 133].

Несмотря на это Россия входит в группу «перспективные страны» по уровню темпов развития цифровой экономики в мире (рис. 2).



Рисунок. 2. Развитие цифровых экономик в мире [3]

Помимо рассмотренных показатели оценить уровень развития цифровой экономики в России возможно с использованием интегрального показателя

На первом этапе осуществляется теоретическое обоснование показателей, оказывающих влияние на развитие цифровой экономики в РФ. Авторами выбрано три относительных показателя, характеризующих современное состояние цифровизации экономики РФ: доля организаций икт в отраслях экономики РФ, уровень номинально начисленной заработной платы отрасли икт относительно среднероссийского уровня, вклад отрасли икт в формирование валовой добавленной стоимости, доля занятых в сфере икт относительно экономики РФ.

Значение показателя, характеризующих уровень цифровизации экономики РФ за 2013-2017 гг.

Показатель	2017	2016	2015	2014	2013
Число организаций, ед.					
В РФ	313882	254885	254296	254159	253290
В сфере ИКТ	119500	159000	155000	150000	145000
доля ИКТ в отраслях экономики в целом	38,07	62,38	60,95	59,02	57,25
Номинально начисленная заработная плата, тыс. руб.					
В РФ	36,7	34,03	32,5	29,8	26,6
В сфере ИКТ	57,1	58,5	51,5	48,2	44,8
доля ИКТ в отраслях экономики в целом	155,59	171,91	158,46	161,74	168,42
ВДС, млрд. руб.					
В РФ	92089,3	86010,2	83101,1	79199,7	73133,9
В сфере ИКТ	2211,1	2265	2262	2149	2186
доля ИКТ в отраслях экономики в целом	2,4	2,63	2,72	2,71	2,99
Численность занятых, тыс. чел.					
В РФ	72582,3	72010,2	71877,2	71539	71391,5
В сфере ИКТ	1219,6	1361	1349	1336	1050
доля ИКТ в отраслях экономики в целом	1,68	1,89	1,88	1,87	1,47

Расчитано авторами на основе источника [5]

Отмечается рост превышения уровня номинально начисленной заработной платы в сфере ИКТ относительно среднероссийского значения при поступательном росте обоих показателей. Численность занятых сферы ИКТ имеет тенденцию к снижению при одновременном ее росте в целом по экономике, что свидетельствует об изменении профессий занятого населения и их переход другие сферы деятельности.

На основе выявленных факторов проводится интегральная оценка текущего состояния цифровизации экономики путем расчета интегрального показателя, который определяется как средняя арифметическая величина частных факторов (формула 1).

$$I_n = (K_{\text{факт.}}(n) - K_{\text{min}}(n)) / (K_{\text{max}}(n) - K_{\text{min}}(n)),$$

где I_n - значение частного фактора цифровизации экономики; $K_{\text{факт.}}(n)$, $K_{\text{min}}(n)$, $K_{\text{max}}(n)$ – соответственно, фактическое, минимальное и максимальное значения компонента n (частного фактора).

Значение интегральной оценки текущего состояния цифровизации экономики и уровня ИКТ изменяется от «0» до «1». Этот диапазон позволяет оценить путь, пройденный страной в направлении ее цифровизации.

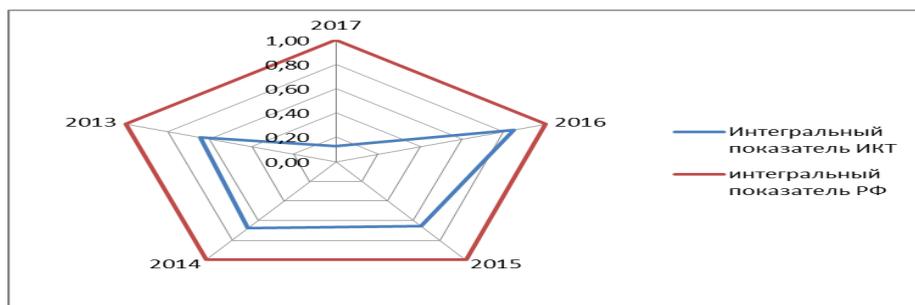


Рисунок 3. Интегральный показатель оценки текущего состояния цифровизации экономики и уровня ИКТ за 2013-2017 гг.

Таким образом, уровень цифровизации в России оценивается авторами как высокий с высоким потенциалом. Драйвером развития потенциала современной цифровой экономики может стать развитие малого и среднего бизнеса, т.е. предпринимательства.

В целом же, ключевые проблемы развития цифровой экономики в России следующие:

- дефицит инвестиций в высокотехнологические решения;
- международные санкции;
- слабое развитие нормативно-правовой базы по контролю над технологией;
- консерватизм руководства и топ-менеджмента компаний, которые активно сопротивляются любым новшествам.

В качестве ключевых мер, способствующих развитию цифровой экономики следует выделить следующие:

Со стороны государства требуется развитие нормативно-правовой базы в части регулирования производственных процессов. Целесообразно также разработать комплекс мер, стимулирующих спрос на решения в сфере Интернета вещей для коммерческих компаний. Именно стимулирование, а не принуждение позволит избежать того негативного фона, который порой возникает при директивном внедрении в целом необходимых и полезных инициатив.

Таким образом, по нашему мнению, цифровая экономика является, в современных условиях, базовым элементом развития экономики в целом с преобладающим значением информации и методов управления ею во всех циклах производства и потребления. Развитие цифровой экономической активности всех участников экономической и социальной сфер способствуют возникновению новых способов кооперации участников рынка для совместного решения задач, при этом не важную роль играет правительства РФ в направлении развития стратегии достижения эффективной цифровой системы, которая приведет к повышению конкурентоспособности, хозяйствующих субъектов.

Литература

1. Singapore, UK, NewZealand, and UA Eamong World's Stand Ou Digital Economies. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newsroom.mastercard.com/press-releases/singapore-uk-new-zealand-and-uae-among-worlds-stand-out-digital-economies/> – (Дата обращения: 10.02.2020).
2. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики // Вестник международных организаций - Т. 13. - № 2, 2018. - С. 143-172.
3. Индикаторы цифровой экономики: 2018: статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневецкий, Г. Л. Волкова, Л. М. Гохберг и др.; И60 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2018. – 268 с. - 300 экз. - ISBN 978-5-7598-1770-3 (в обл.). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2018/08/20/1154812142/ICE2018.pdf>. – (Дата обращения: 10.02.2020).
4. Новокшонова Е.Н. Влияние цифровой экономики на развитие форм денег. Формирование финансово-экономических механизмов хозяйствования в условиях информационной экономики : сборник научных трудов IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / научн. ред. С.П. Кирильчук; редкол.: Г.А. Штофер, Н.А. Логунова. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – с. 131-134.
5. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> – (Дата обращения: 10.01.2020).

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК СПОСОБ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Ю.В. Сливянчук, И.М. Зайченко

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

julyslv@mail.ru
eimz.fem.spbpu@mail.ru

Аннотация

Цифровая экономика основана на производстве товаров и услуг высокотехнологичными бизнес-структурами и реализации этих продуктов через электронную коммерцию. Она определяет цифровую трансформацию всех сфер жизни, предоставляя им значительные экономические и социальные возможности. Это, в свою очередь, открывает новые возможности для развития предпринимательства. Информационные технологии стремительно развиваются. В данной работе проанализированы теоретические основы цифровой трансформации бизнеса, исследованы особенности электронной коммерции, выявлены её преимущества и недостатки как для покупателей, так и для продавцов, определены основные риски осуществления электронной коммерции.

Ключевые слова

Цифровая трансформация бизнеса, цифровая экономика, электронная коммерция, риски электронной коммерции.

Сегодня мир переживает глобальные изменения в связи с появлением новых информационно-коммуникационных технологий, цифровой инфраструктуры и бурным развитием информационно-коммуникационных технологий. С целью повышения своей конкурентоспособности, представителям бизнеса необходимо ускорить внедрение и использование цифровых технологий на своих предприятиях. Применение информационно-коммуникационных (цифровых) технологий в жизни общества говорит о появлении и развитии новой системы мировой экономики – цифровой.

Цифровая экономика – это система, основные механизмы функционирования которой построены на основе использования информационно-коммуникационных технологий, в том числе на онлайн-сервисах, краудфандинге, онлайн-трейдингах, электронных платежных системах [1].

Понятие «цифровая экономика» чаще всего употребляют в контексте «цифровой трансформации экономики». Рассмотрим этот термин более подробно.

Основная суть «цифровой трансформации экономики» заключается в том, что внедрение информационно-коммуникационных технологий влечет за собой устаревание традиционных рынков производства товаров и услуг, и как следствие, их структурную перестройку, трансформацию всех социально-экономических отношений, в том числе и на государственном уровне.

Способы развития бизнеса в условиях цифровой трансформации экономики» [1]:

1. Разработка и реализация новых государственных программ, таких как «Цифровая экономика», «Электронное правительство» и т.д.
2. Внедрение современных цифровых информационных систем в область здравоохранения, позволяющие отслеживать качество лекарств и создавать цифровые профили пациентов.

3. Развитие технологии «блокчейн». Эта технология помогает организовать хранение данных в общедоступной базе данных и тем самым снизить уровень финансового мошенничества.
4. Изменение транспортной отрасли за счёт использования современных интеллектуальных транспортных систем, беспилотных летательных аппаратов и новых спутниковых технологий.
5. В сфере сельского хозяйства технологий появляется возможность прогнозирования результатов, которые помогают оперативно подстраиваться под различные ситуации.
6. Происходит изменений сферы обучения, так как происходит смещение внимания в сторону дистанционного обучения. Интеграция с новыми обучающими платформами.
7. Ввиду внедрения Интернета во все сферы жизни современный бизнес стал использовать новую систему электронной коммерции, продавая свои товары и услуги в онлайн режиме.
8. Развитие региональных проектов «Умные города», которые призваны обеспечить наиболее рациональное использование городской собственности

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в данный момент в мире происходит изменение экономической структуры, которое вызвано внедрения цифровых технологий во все сферы жизни общества. Благодаря «цифровой трансформации экономики» у бизнеса появляются новые уникальные возможности для выхода на новый уровень, но их использование выдвигает новые требования [2].

Консалтинговая компания «International Data Corporation» (IDC) выделила основные изменения в бизнес моделях компаний, в которых происходит «цифровая трансформация». Рассмотрим эти пять этапов «цифровой трансформации» компаний:

1. «Бессистемная» ступень. Компании отказываются развивать цифровые преобразования, в результате происходит стагнация бизнеса.
2. Ступень «Освоения возможностей». Компании на этой ступени осознают потребность в разработке и внедрении цифровой бизнес стратегии, но пытаются реализовать только на отдельных проектах.
3. Ступень «Воспроизводимых результатов». Деятельность направлена на работу цифровых продуктов, которые предприятие в результате предлагает заказчикам, но которые отличаются новизной.
4. «Управляемая ступень». Компания «преобразователь» производит продукцию и услуги на основе цифровых технологий, в результате чего занимает лидирующие позиции на рынках товаров и услуг.
5. Высшая «оптимизированная» ступень. Компания активно использует новейшие технологии, чтобы влиять на рынок и создавать новые вещи с максимальной прибылью.

Из этого следует, что компании вынуждены адаптироваться под современные условия ведения бизнеса, в противном случае они могут потерять конкурентоспособность или быть вытесненными с рынка. Компаниям необходимо применять IT технологии при разработке бизнес-стратегий, при работе с клиентами, оперативно реагировать на различные изменения в цифровой среде и применять их для повышения конкурентоспособности и устойчивости.

Компания IDC опубликовала данные глобального исследования, которое было посвящено анализу динамики внедрения информационно-коммуникационных технологий субъектами малого и среднего предпринимательства [3]. Данные анализа показали, что четыре из пяти субъектов малого и среднего предпринимательства признают преимущества внедрения информационно-коммуникационных технологий. В качестве преимуществ они выделили следующее:

- увеличение оборота;
- упрощение доступа к информации;
- снижение затрат;
- рост продуктивности сотрудников;
- повышение уровня обслуживания клиентов.

К сожалению, на сегодняшний день только 7% малых и средних предприятий полностью завершили интеграцию. Это значит, что потенциал цифровой трансформации практически не раскрыт.

Электронная коммерция является частью процесса цифровой трансформации экономики. Перейдем к официальному определению.

Электронная коммерция относится к сфере экономики, которая включает в себя финансовые и торговые операции, осуществляемые с использованием технологий и цифровых технологий [1]. Электронная коммерция состоит из шести элементов, обеспечивающих функционирование бизнеса: электронные деньги, электронный обмен данными, электронная торговля, движение электронного капитала, электронный маркетинг, электронный банкинг [5].

Особенностью электронной коммерции является наличие значительного количества преимуществ даже по сравнению с прогрессивными формами реальной торговли (offline). На современном этапе большинство людей уже используют возможности электронной коммерции [4].

Далее более детально разберем преимущества электронной коммерции, как для продавца, так и для покупателя (табл. 1).

Таблица 1

Преимущества электронной коммерции с позиций продавца и покупателя

Для продавца	Для покупателя
Расширение рынка сбыта (за счёт рекламной компании, которая специализируется на региональных и международных рынках)	Оценка конъюнктуры рынка и выбор наиболее подходящей фирмы и товара
Увеличение объемов продаж за счет удобства использования	Общение с фирмами продавцами, возможность сделать уточняющие запросы с помощью электронной почты
Возможность оперативно следить за ценовой конъюнктурой рынка и предлагать лучшие условия для покупателей	Выбор времени, места и способа доставки товара
Возможность привлечения новых партнеров за счет рекламной компании в сети	Возможность произвести платеж удобным для покупателя способом (использования различных платежных систем: Webmoney, Яндекс.Деньги, PayPal и другие)
Быстрая связь с торговыми представителями через электронную почту и прямые информационные ресурсы партнеров	Возможность покупки из любой точки мира и в любом месте
Сокращение расходов на рекламу, аренду, персонал, коммунальные расходы и другие	Удобный и понятный интерфейс для осуществления заказа.
Входные барьеры проще, чем при открытии бизнеса оффлайн	Широкий выбор предоставляемой продукции
Позволяет формировать индивидуальный подход к покупателю, анализируя частоту его запросов, удобные для покупки, способы оплаты, а также предпочтительные варианты доставки тех или иных товаров	Конфиденциальность

Среди недостатков электронной коммерции можно выделить следующее:

1. Он не подходит для продажи быстропортящихся продуктов. Большинство потребителей предпочитают приобретать продукты питания традиционными способами, а не с помощью электронной коммерции.
2. Сложность ведения и узаконивания деятельности.
3. Знакомство с товаром только по описанию продавца (неосуществимость осмотра товара в реальном времени).
4. Ожидание доставки товара.

5. Проблемы с возвратом товара и возврата средства.
6. Изменение рынка (вытеснение офлайн-предприятий).
Вместе с тем покупки в режиме онлайн несут некоторые риски (табл. 2)

Таблица 2

Риски электронной коммерции с позиций продавца и покупателя

Для продавца	Для покупателя
Трудности с поиском аудитории (недоверие к интернет-покупкам, большинство предпочитает делать покупки в обычных магазинах).	Соответствие товара описанию на сайте
Перенасыщение рынка	Риск покупки подделки
Безопасность осуществления финансовых сделок (привлекательная платформа для мошенничества)	Сложности с осуществлением послепродажного обслуживания
Обеспечение конфиденциальности информации	Неполучение товара (утери) или изменение времени и способа в связи с проблемами логистики
Проблемы с поиском работников (низкий уровень кадровой обеспеченности экспертов по интернет-маркетингу и логистике).	
Более сложные логистические процессы	
Незначительное влияние на конечную цену	

Тем не менее, крупные игроки рынка электронной торговли находят все возможные способы для устранения описанных недостатков. Так Wildberries, путем открытия множества точек выдачи товара и предоставлением различных вариантов оплаты решил одну из самых главных проблем (осмотр/примерка товара покупателем), что сделало его одним из самых привлекательных площадок электронной торговли как для потребителя, так и для продавца.

Так же в больших городах получает широкое развитие и торговля продуктами питания. Примерами служат крупные ритейлы такие, как Утконос, Яндекс.Лавка, Экомаркет и другие. Это связано со многими факторами, главным из которых является перегруженность трафика и отсутствие свободного времени у работающего населения.

Таким образом, мы можем сделать вывод, «цифровая трансформация экономики» становится все более необходимой и оказывает всё большее влияние на развитие различных форм бизнеса. Электронная коммерция является эффективной площадкой по развитию бизнеса и получению высокой прибыли. Она отличается рядом преимуществ, но при этом появляются новые риски.

Литература

1. Урманцева А.В. Цифровая экономика: как специалисты понимают этот термин / РИА Новости, 16.07.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20170616/1496663946.html> – (Дата обращения 21.03.2020).
2. Исследование IDC по заказу SAP «Цифровая трансформация малого и среднего бизнеса» 6.03.2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://news.sap.com/wp-content/blogs.dir/1/files/SAP_IDC_infographic_SMB_DX_102016.pdf – (Дата обращения: 24.03.2020).
3. Абрамешина С.А. Развитие предпринимательства в условиях цифровой трансформации экономики // научное сообщество студентов XXI столетия. экономические науки: сб. ст. по мат. LXXIV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(74) [Электронный ресурс] – Режим доступа: [https://sibac.info/archive/economy/2\(74\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/2(74).pdf) – (Дата обращения: 27.03.2020).
4. Электронный журнал «Computerworld Россия» №10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.osp.ru/cw/2015/10/13045764/> – (Дата обращения: 27.03.2020).

5. Ромашкин Т. В. Институты цифровой экономики // Эпоха науки. 2018. №15. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/instituty-tsifrovoy-ekonomiki> – (Дата обращения: 24.03.2020).

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ В ФОРМАТЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

А.М. Смирнова, А.С. Вербина

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

Sianna97@yandex.ru
verbinaaa@gmail.com

Аннотация

Актуальность статьи обусловлена глобальными технологическими изменениями, трансформирующими новые свойства как в глобальную экономическую концепцию, так и в экономику отдельных рынков и предприятий. Бизнес регулярно подвергается внешним воздействиям, что обуславливают его трансформацию. Для того, чтобы оставаться конкурентноспособными, компаниям необходимо изучать текущие изменения в экономике и быть готовыми к цифровой трансформации бизнеса. Переход бизнеса на цифровой формат предполагает развитием совершенно новых бизнес-моделей и бизнес-процессов, а также создание инновационных товаров и услуг на основе комплекса современных технологий. Целью данной статьи является анализ концепции цифровой экономики и особенностей трансформации бизнеса; исследование отношения представителей бизнеса к цифровой экономике; изучение условий, необходимых для успешной трансформации бизнеса.

Ключевые слова

Цифровая экономика, цифровая трансформация бизнеса, бизнес-процессы, предпринимательство.

Уже в течение длительного периода времени векторы развития экономики, социальной сферы и государственного управления определяет создание и внедрение цифровых технологий, что неизбежно приводит к кардинальным изменениям в жизни общества и в принципах организации бизнеса.

24 декабря 2018 года решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам была утверждена национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации», ключевыми целями которой являются:

- увеличение внутренних затрат на развитие цифровой экономики;
- создание устойчивой и безопасной информационно-телекоммуникационной инфраструктуры высокоскоростной передачи, обработки и хранения больших объемов данных, доступной для всех организаций и домохозяйств;
- использование преимущественно отечественного программного обеспечения государственными органами, органами местного самоуправления и организациями.

Данные цели должны быть реализованы до 31 декабря 2024 года.

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 г. № 203 «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации в 2017 - 2030 годы» цифровая экономика — это хозяйственная деятельность, в которой основным условием производства считаются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и применение результатов анализа которых по сопоставлению с классическими формами хозяйствования дают возможность значительно увеличить эффективность различных видов производства, технологий, оснащения, хранения, доставки товаров и услуг [1].

Часть научного сообщества определяет цифровую экономику как экономику, отличительной характерной чертой которой является наибольшее удовлетворение потребностей всех её участников за счет применения информации, в том числе персональной. Это становится возможным вследствие формирования информационно-коммуникационных и экономических технологий, а также доступности инфраструктуры, совместно обеспечивающих вероятность полного взаимодействия в гибридном мире абсолютно всех участников экономической деятельности: субъектов и объектов процесса формирования, распределения, обмена и потребления продуктов и услуг [2].

Цифровая экономика отражает переход от третьей промышленной революции к четвертой (так называемой, Индустрии 4.0). С уверенностью можно сказать, что цифровая экономика – это и есть новые возможности, которые позитивным образом отражаются на жизни человека уже в настоящий момент.

В качестве главных черт цифровой экономики можно определить следующие:

- сосредоточение экономической деятельности на цифровой платформе;
- персонифицирование производства и сбыта товаров и услуг;
- взаимодействие производителей и потребителей напрямую;
- развитие феномена совместного владения товарами;
- ускоренное продвижение инновационных стартапов;
- автоматизация бизнес-процессов.

Становление цифровой экономики в Российской Федерации обуславливает решительные действия со стороны государства: разработка законодательства о цифровых технологиях, модернизация цифровой инфраструктуры, внедрение цифровой практики во всех ключевых сферах экономики и государственного управления и т.д.

Кроме того, цифровая экономика обуславливает цифровую трансформацию бизнеса. Ведь чтобы оставаться конкурентноспособными, компании будут вынуждены адаптироваться к новым условиям ведения бизнеса.

Цифровая трансформация бизнеса предполагает развитие принципиально новых бизнес-моделей и бизнес-процессов, формирование инновационных товаров и услуг на основе комплекса современных технологий. Основной целью цифровой трансформации бизнеса является повышение скорости принятия решений, увеличение вариативности операций в зависимости от потребностей клиента, снижение числа сотрудников, вовлеченных в процесс. Одним из основных обстоятельств эффективной реализации процессов трансформации считается применение новейших средств передачи данных и информационно-коммуникационных технологий.

Согласно исследованию «Global Digital Transformation Surver Report» [3], в качестве ключевых положительных сторон цифровой трансформации бизнеса, руководители фирм из 16 государств отметили: увеличение доходов (46%), усовершенствование отношений с покупателями (44%), повышение конкурентоспособности продукта (36%), увеличение производительности либо сокращение цены (35%), трансформация бизнес-моделей либо процессов (30%) и повышение удовлетворенности персонала (22%).

Первостепенной задачей на пути к успешному приспособлению российских предприятий к условиям цифровой экономики является исследование новых концептуальных подходов к развитию управленческих решений. Руководителям организаций необходимо полноценно исследовать происходящие перемены для того, чтобы выявить возможные пути экономического развития, создать новейшую концепцию управления, подходящую для конкретного предприятия.

Однако в Российской Федерации лишь представители крупного бизнеса озадачены цифровой трансформацией и предпринимают попытки к переходу на цифровой формат. Главным препятствием на пути к цифровизации среднего и малого бизнеса является абсолютная незаинтересованность руководителей компаний в переходе от традиционной

организации бизнеса к цифровой, а также нехватка средств на внедрение цифровых технологий.

Согласно опросу, проведённому в 2019 году банком «Открытие», Google, Mail.ru Group, Московской школой управления Сколково и РАЭК, оператором которых выступил Аналитический центр НАФИ [4], 21% опрошенных предпринимателей высказались о своей незаинтересованности в цифровизации бизнеса, а 20% предпринимателей подчеркнули, что их компании не располагают достаточными средствами. Барьеры на пути к цифровизации бизнеса представлены на рис. 1.

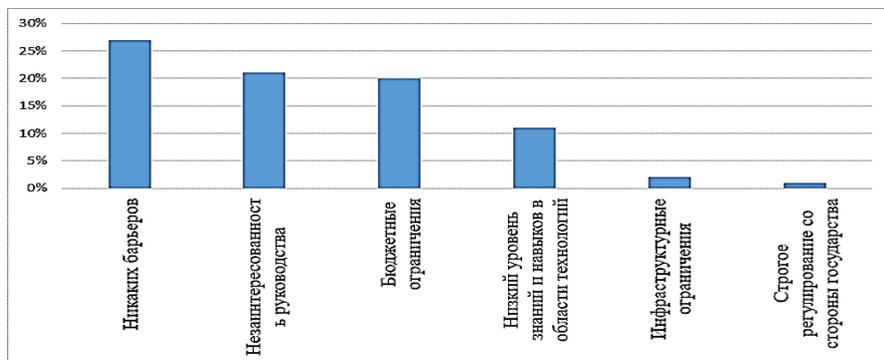


Рисунок 1. Барьеры на пути к цифровизации бизнеса (по мнению предпринимателей) [4]

Всего в опросе приняли участие 580 руководителей российских предприятий среднего и малого бизнеса. Однако 92% опрошенных всё же считают, что цифровизация даёт бизнесу преимущества. Также предприниматели видят плюсы в цифровизации бизнеса (табл. 2). На первый план выходят такие ее преимущества, как удобство контроля над процессами (34%) и увеличение скорости работы (33%).

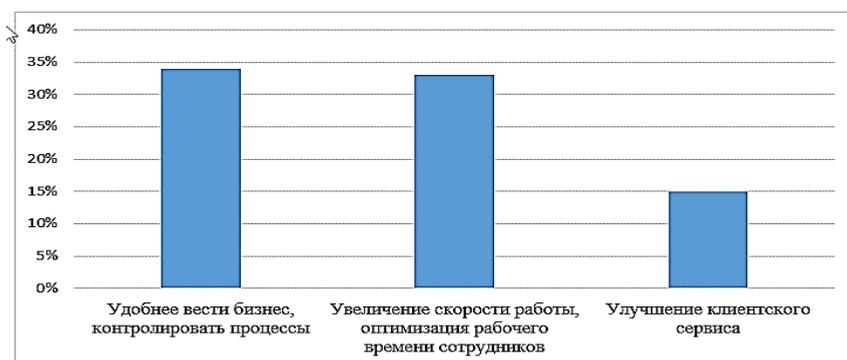


Рисунок 2. Преимущества цифровизации бизнеса (по мнению предпринимателей) [4]

На основе изучения основных черт цифровой экономики предоставляется возможным составить следующий перечень условий, необходимых для успешной цифровой трансформации бизнеса.

1. Поддержка руководства. Цифровая трансформация должна поддерживаться и продвигаться топ-менеджментом компании. Именно руководство должно определить идею постепенного перехода от традиционного формата организации бизнеса к цифровому и представить его сотрудникам.
2. Формирование и функционирование рабочей группы. Разработкой поэтапного плана цифровизации компании должна заниматься инициативная группа, в которую будут

- входить заинтересованные представители всех подразделений организации. Это позволит учесть интересы всего персонала, независимо от их функционала.
3. Организация поэтапной трансформации. Внедрение новых бизнес-процессов будет осуществляться силами имеющихся сотрудников. Необходимо понимать, что персонал привык к традиционным правилам организации бизнеса. Ввиду этого потребуется время и затраты на организацию обучения и адаптации персонала к новым технологиям. Одновременно с этим руководству нужно позаботиться о сохранении производительности сотрудников во время обучения.
 4. Учет временных рамок. Цифровая трансформация некоторых бизнес-процессов предполагает также реализацию длительных проектов с довольно большим сроком окупаемости. Руководству компании необходимо следить за тенденциями и актуальностью вводимых изменений.
 5. Поддержка обратной связи с клиентами. При цифровизации компания должна не только учитывать интересы клиентов, но и получать регулярную обратную связь от них. Не все нововведения могут найти отклик у клиентов – компаниям необходимо быть готовыми к смене направлений цифровизации. Кроме того, нужно учесть, что клиентам может понадобиться помощь при приспособливании к некоторым новым бизнес-процессам.
 6. Гибкая модель управления бизнес-процессами. Нововведения могут не только не удовлетворить интересы клиентов, но и потерять актуальность из-за быстрых темпов развития экономики. Руководство и персонал компании должны быть готовы к быстрой смене курса цифровизации.

Таким образом, цифровая трансформация бизнеса – это совершенно новая реальность, требующая от бизнеса радикального пересмотра и последующего изменения бизнес-процессов, а также изучение новых подходов к работе с клиентами. Способность быстро адаптироваться к изменениям, оптимизировать свою работу в кратчайшие сроки, подстроиться и оправдать новые ожидания клиентов — это и есть главные вызовы, которые несет перед собой диджитализация бизнеса.

Необходимо отметить, что цифровая трансформация абсолютно всех классических бизнес-процессов нереальна, часть из них следует сохранить в классическом варианте в комбинации с цифровым. В данных обстоятельствах предпринимателям приходится работать нестандартными для них типами бизнеса, т.е. приспособиться под изменяющуюся среду. Примерами современных сфер бизнеса, где наиболее широко применяется цифровая трансформация, являются информационный, банковский и торговый сектора.

Литература

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 № 203 «О Стратегии формирования информационного сообщества в Российской Федерации на 2017-2030 годы». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_216363/ – (Дата обращения: 08.05.2020).
2. Van Looy A. – A Quantitative Study of the Link Between Business Process Management and Digital Innovation. – [Электронный ресурс] Режим доступа: http://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=14&SID=E2BkKx6tsYOfpV2uj8F&page=3&doc=25 – (Дата обращения: 08.05.2020).
3. Global Digital Transformation Survey 2018. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fujitsu.com/global/vision/insights/survey2/> – (Дата обращения: 08.05.2020).
4. Отчёт «Индекс цифровизации бизнеса Банка Открытие: готовность российских компаний к цифровой экономике». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/upload/iblock/c82/c82fa2778970e514d915d5bb9d5de075.pdf> – (Дата обращения: 08.05.2020).

HR-TECH: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Е.С. Шитова, И.В. Багаева

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
Санкт-Петербург, Россия

shytova.yevheniia@gmail.com,
irinabagaeva1@gmail.com

Аннотация

Цифровая трансформация HR-процессов обеспечивается решениями, разработанными в сфере HR-tech. Применение HR-технологий, в частности чат-ботов, для автоматизации рекрутинга имеет ряд вызовов и возможностей. Основные из них – проблемы подбора креативных специалистов, а также вопрос интеграции различных сервисов между собой. Одним из решений является создание комплексного решения для цифровизации HR-процессов.

Ключевые слова

HR-tech, управление человеческими ресурсами, цифровизация HR, HR-технологии, управление персоналом, HR.

Цифровая трансформация бизнеса затрагивает все направления деятельности предприятия и управление человеческими ресурсами не является исключением. Индустрия цифровых технологий для HR только набирает обороты в развитии, а поэтому актуальность данной темы невозможно переоценить.

Цифровизация HR-процессов дает возможность автоматизировать рутинные задачи и оптимизировать процессы подбора, найма, адаптации, обучения персонала и других аспектов деятельности HR-направления. В первую очередь, цифровая трансформация затрагивает кадровое администрирование, оценку персонала, обучение и развитие персонала, компенсации и льготы, внутренние коммуникации и подбор специалистов. Для оптимизации данных процессов используются цифровые HR-технологии, которые в совокупности образуют направление HR-tech.

HR-tech – рынок технологий, применимых в HR, набирает популярность и имеет тенденцию к росту. Если в 2017 году этот рынок составлял 14 млрд. дол, то к 2025 году ожидается, что он составит более 30 млрд. На данный момент, крупнейшими игроками на рынке HR-tech являются проекты Recruit (Япония), LinkedIn (США), Seek (Австралия), Career Builder (США), Monster (США).

Российский рынок HR-tech в 2018 году составлял 39 млн. дол, при этом спрос на технологии автоматизированного подбора персонала составляет 16 млрд. руб., а обеспечивается лишь на 1 млрд. руб., что говорит о перспективности развития данного направления. Основными игроками российского HR-tech являются: Skillaz, Stafory, JungleJobs, HRSpace, AmazingHiring и VCV [6].

Анализируя российский рынок HR-технологий, стоит упомянуть исследование, проведенное ICT.Moscow и Департаментом информационных технологий города Москвы [5]. В ходе исследования была сформирована карта HR-решений, состоящая из 126 решений, поделенных на 7 категорий. Наибольшее количество проектов было представлено в категориях «Рекрутмент» (52% проектов), «Обучение» (29% проектов) и «Учет и оргдизайн» (13% проектов), что еще раз подтверждает перспективность развития данных направлений.

Цифровизация подбора персонала имеет несколько направлений, а именно [7]:

- роботизация и искусственный интеллект: чат-боты и роботы-рекрутеры;

- автоматизация бизнес-процессов: сервисы видеоперевода, сервисы для оценки и тестирования персонала;
- hr-аналитика: Big Data, встроенная и сравнительная аналитика;
- агрегация и уберизация: агрегаторы резюме и сервисы-уберизаторы.

Рассмотрим более подробно направление роботизации и искусственного интеллекта в подборе персонала. Если рынок роботов-рекрутеров еще не так развит, то ситуация с чат-ботами обстоит лучше. Мы проанализировали 3 популярных чат-бота, используемые российскими компаниями, и составили их сравнительную таблицу (табл.).

Таблица

Сравнительная таблица чат-ботов для автоматизации найма персонала

Параметр	XOR	Konverbot	Виртуальный рекрутер hh.ru
Различные сценарии диалогов	+	+	
Оценка удовлетворенности	+	+	
Передача файлов	+	+	
Интеграция с другими сервисами	+	+	
Аналитика и отчеты	+	+	
Первичный скрининг	+		+
Скоринг кандидатов			+
Автоматическая запись на интервью	+		+
Напоминания об интервью	+	+	+
Сбор обратной связи	+	+	+
Контроль адаптации	+	+	
Тестирование и аттестация		+	+
База знаний		+	
Единая платформа для общения	+		
Наличие блока FAQ	+	+	+
Рассылки вакансий			+
Таргетированная реклама в российских соц. сетях, контекстная и медийная реклама			+

Составлено автором на основе [1], [2], [3]

Как видно из таблицы 1 чат-боты выполняют функции подбора, оценки и адаптации персонала, что выражено в том функционале, что представлен официальными источниками каждого из сервисов. Кроме того, некоторые чат-боты имеют встроенную аналитику, что дает возможность получать стандартизированные отчеты.

XOR – основанный на технологиях искусственного интеллекта чат-бот, позволяющий автоматизировать рекрутинг и контролировать процесс адаптации новых сотрудников. Чат-бот задает потенциальному кандидату определенный перечень вопросов и оценивает ответы на них, выставляя баллы. Если соискатель набирает необходимое количество баллов, ему назначается собеседование с рекрутером. Если нет – ему вежливо отказывают или предлагают вакансию, которую профиль кандидата удовлетворяет.

Konverbot представляет сразу несколько HR-решений для рекрутинга, адаптации и обучения персонала. В отличие от XOR, работающем в популярных мессенджерах, Konverbot – это чат-робот для сайта. Он имеет схожий функционал с XOR, интеграцию с онлайн-чатами и некоторыми мессенджерами. Главной особенностью данного чат-бота является программа адаптации новых специалистов: ответы на часто задаваемые вопросы, база знаний о компании и ее сотрудниках, корпоративные правила поведения и прочее.

Виртуальный рекрутер hh.ru по сравнению с XOR и Converbot имеет ограниченный функционал, направленный на подбор соискателей. Интересной особенностью виртуального рекрутера является возможность запуска таргетированной рекламы в социальных сетях

ВКонтакте и Одноклассники, а также медийной и контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google.Ads.

Основным преимуществом данных сервисов является возможность автоматизации рутинных задач, которые являются трудозатратными, однако не прибавляют ценности работе HR-менеджера. С другой стороны, чат-бот – прописанный алгоритм вопросов и ответов, который не может учитывать нестандартные ситуации и реагировать на них должным образом. Это приводит к тому, что коммуникации с потенциальными кандидатами лишены «живого» общения, а поэтому результаты такого диалога не могут быть основополагающими для принятия решения о найме сотрудника или отказе ему. Исходя из этого, чат-бот лишь частично автоматизирует процесс подбора персонала. Действуя по четко прописанному алгоритму, он может отбирать кандидатов для интервью с HR-менеджером, что несомненно сокращает человеческие трудозатраты.

Отдельным направлением управления персоналом является подбор массовых профессий, к которым можно отнести водителей, строителей, менеджеров по продажам, курьеров, продавцов и др. Для этого чаще всего используются агрегаторы резюме, джобборды, классифайды, социальные медиа. В России топ-5 из них представлены на рисунке.

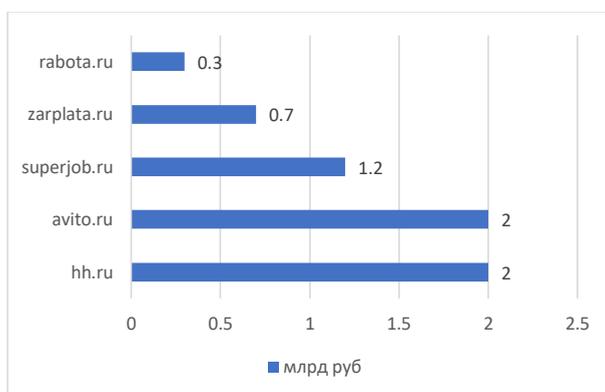


Рисунок. Доли топ-5 компаний от рынка в массовом сегменте в деньгах (млрд. руб.) [4]

В массовых профессиях достаточно четко можно прописывать требования к кандидатам, их опыту и навыкам, т.к. они занимаются выполнением рутинных или однотипных задач. HR-технологии для рекрутинга более эффективны именно в массовом подборе, потому что требования к кандидатам массовых профессий ниже, текучка кадров высокая, оценка персонала проще.

Учитывая, что в модели компетенций будущего «мягкие» навыки выходят на лидирующие позиции, можно выделить следующие вызовы для HR-tech в рекрутинге:

- подбор специалистов креативных сфер по «плавающим» (нечетким) требованиям;
- качественная оценка soft-skills соискателей;
- генерация тестовых заданий и оценивание качества их выполнения.

На данный момент существует множество HR-решений для рекрутинга, адаптации, обучения персонала, подбора компенсаций и прочего. Главной проблемой является то, что эти технологии существуют обособленно, а поэтому компаниям необходимо приобретать лицензии на использование каждой из них отдельно. Кроме того, не все технологии могут быть совместимы между собой, что приводит к возникновению дополнительных несостыковок и, как следствие, преград для полной автоматизации бизнес-процессов.

Решением данной проблемы может быть создание единого сервиса для HR-менеджеров, который объединил бы в себе основные технологии, которые используются для цифровизации HR-процессов. Это может быть реализовано несколькими способами:

1. Создание автономного ресурса, содержащего в себе основные HR-технологии.
2. Создание платформы для интеграции различных сервисов, которые используются в HR.

Первый вариант является более дорогостоящим, т.к. необходимо создать и реализовать большой технологичный проект. Реализация второго варианта может быть дешевле, однако необходимо создать целую партнёрскую сеть, что не менее трудозатратно.

Таким образом, можем сделать выводы, что на рынке HR-tech есть множество вызовов и возможностей, что создает в этой сфере перспективы для роста. Актуальным остаётся вопрос рекрутинга в креативных сферах, а также автоматизация оценки soft-skills соискателей. Кроме того, открытой проблемой является вопрос интеграции различных сервисов между собой, что порой может сдерживать компании от использования тех или иных HR-решений. В целом, можно сказать, что рынок HR-tech еще находится на стадии развития, а поэтому стоит больше внимания уделять изучению тенденций в управлении человеческими ресурсами, а также развитию технологий искусственного интеллекта.

Литература

1. Converbot // Conveierbot [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://bot.konveier.com/konverbot_hr/ – (Дата обращения: 30.04.2020).
2. XOR // XOR. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://xorai.ru/> – (Дата обращения: 30.04.2020).
3. Виртуальный рекрутер hh.ru // hh.ru [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spb.hh.ru/article/vr?from=mainSite> – (Дата обращения: 30.04.2020).
4. Исследование рынка массовых профессий // Talent Tech. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://media.rbcdn.ru/media/reports/1234.pdf> – (Дата обращения: 05.05.2020).
5. Московский рынок HR-Tech // ICT.Moscow. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ict.moscow/research/hr-tech-ict-moscow/> – (Дата обращения: 05.05.2020).
6. Рынок HR Tech в России // Althaus group [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://althausgroup.ru/wp-content/uploads/2019/11/Analiz-HR-Tech-rynka.pdf> – (Дата обращения: 07.05.2020).
7. Стрельникова Л.А. Актуализация цифровых технологий в управлении процессом подбора персонала / Л.А. Стрельникова, М. М. Лембрикова // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualizatsiya-tsifrovyyh-tehnologiy-v-upravlenii-protsessom-podbora-personala> – (Дата обращения: 07.05.2020).

РАЗДЕЛ 6.
СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ
СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ВНУТРЕННИЙ МОНИТОРИНГ И ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Н.О. Абдураимова

Научный руководитель – д.э.н., профессор И.Г. Сергеева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

naziko_97@list.ru

Аннотация

В статье проведено исследование теоретических аспектов оценки качества образовательных услуг. Автор систематизирует критерии мониторинга качества образовательных услуг с целью дальнейшей разработки практико-ориентированной структуры оценки качества образовательных услуг. На основе этого исследования был сделан ряд практических рекомендаций, результаты которых будут отражены в регулярных опросах, проводимых для оценки удовлетворенности студентов.

Ключевые слова

Высшее образование, оценка качества, обеспечение качества, заинтересованные стороны, удовлетворенность студентов.

В современных условиях конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг определяется качеством их предоставления. Повышение качества образовательных услуг вуза является проблемой актуальной, социально и экономически значимой. В нынешней среде активной академической мобильности учащиеся не только могут выбрать свое учебное заведение, но и изменить его на любом этапе своего образования. Следствием этого является усиление конкуренции между университетами, что приводит к необходимости внутреннего мониторинга и оценки уровня удовлетворенности пользователей и всех заинтересованных сторон качеством предоставляемых образовательных услуг. Эффективная оценка качества образовательной деятельности университета требует учета большого количества факторов и условий [1].

Учитывая, что качество образовательных услуг является совокупностью свойств и характеристик образовательного процесса, способного удовлетворять образовательные потребности конкретных пользователей, учреждения высшего образования должны «устанавливать ожидаемые и неожиданные потребности конкретных пользователей» [2] с целью удовлетворения их по максимуму. Для этого необходимо определить основные группы пользователей образовательных услуг на данном этапе высшего образования. По мнению российских исследователей в высшем учебном заведении при идентификации потребителей образовательных услуг можно определить следующие группы пользователей: внутренние потребители, прямые внешние потребители и косвенные внешние потребители. В указанных группах потребителей определяющую роль играют: абитуриенты и их родители, студенты, выпускники, работодатели, государство и общество в целом [3]. Университеты должны создать систему, обеспечивающую регулярный и многосторонний мониторинг уровня удовлетворенности всех заинтересованных сторон, а также динамичности их ожиданий.

Одна из ключевых групп внутренних пользователей и самая большая часть образовательного процесса в высших учебных заведениях - это студенты. Хотя академическая среда продолжает упорствовать в непринятии понятия учащихся, как пользователя или клиента, в настоящее время эта концепция общепризнана. Как только выпускники покидают пределы университета, они как продукт его образовательных процессов становятся внешними

пользователями его услуг, как в качестве членов общества, так и в качестве плательщиков налогов, и в более далеком будущем, работодателями и родителями следующих поколений студентов.

Таким образом, студент является ключевым пользователем образовательных услуг высшего образования. Однако удовлетворенность учащихся не может быть единственным источником информации о качестве предоставляемого образования. Это связано с объективным существованием асимметрии компетенций. Оценка любой услуги является субъективной, а оценка образовательных услуг усложняется наличием асимметрии в компетенции пользователей и поставщиков услуг. Пользователи образовательных услуг зачастую недостаточно квалифицированы, чтобы обеспечить квалифицированную оценку качества услуг, предоставляемых профессионалами. Поставщик услуг (учебное заведение) обладает гораздо большей информацией об их качестве и количестве, чем пользователь (студент). Как указывает Н.Л. Титова, асимметрия компетентности в высших учебных заведениях усугубляется сложностью услуг, предоставляемых высшим учебным заведением. Учащиеся, особенно в первые годы обучения, не обладают достаточными компетенциями для объективной оценки полученного образования, квалификации преподавательского состава или выгоды от данной дисциплины и т.д. [4].

В настоящее время существующие методики оценки качества услуг предполагают числовую оценку удовлетворенности потребителя перечнем факторов, включенных в анкетный лист [5]. Основной проблемой является создание списка критериев для каждой группы заинтересованных сторон и пользователей образовательных услуг на основе различных параметров. При разработке процедуры анализа удовлетворенности пользователей и заинтересованных сторон качеством образовательных услуг существует определенная рациональность в реализации идей и необходимость отдельной оценки удовлетворенности качеством образовательного процесса среди студентов с различной степенью академической успеваемости.

Таблица

Критерии опроса студентов

Определение	Пояснение
Общая информация	«Общая информация» позволит собирать базовую информацию о респондентах, включая их возраст, пол, семейное положение, предыдущее образование, сферу образования и т.д. Это необходимо для определения соответствия совокупности информации, а затем для кластеризации данных и определения корреляций.
Общая оценка удовлетворенности образованием	«Общая оценка удовлетворенности образованием» оценивает, насколько студенты удовлетворены качеством образования в целом, и насколько оно отвечает их ожиданиям и потребностям.
Эффективность преподавательского состава	«Эффективность преподавательского состава» оценивает удовлетворенность студентов работой профессорско-преподавательского состава в целом и по отдельным дисциплинам. При использовании этого критерия необходимо учитывать, что полученные данные будут использованы для принятия решений о развитии карьеры преподавательского состава и о повышении конкурентоспособности и т.д.
Образовательная поддержка	«Образовательная поддержка» оценивает удовлетворенность учащихся учебным планом, доступом к литературе, оборудованию и аудиториям.
Межличностное взаимодействие	«Межличностное взаимодействие» показывает уровень удовлетворенности студентов общением со студентами по своему курсу, с преподавательским составом, вспомогательным персоналом (административный персонал и персонал по связям со студентами).

Критерии опроса студентов

Определение	Пояснение
Заочная деятельность	«Заочная деятельность» оценивает удовлетворенность студентов спортивными, культурными и другими мероприятиями, проводимыми в университете.

В зависимости от конкретных целей, опрос может включать дополнительные критерии или исключать существующие. Тем не менее, опрос не должен ограничиваться только мониторингом удовлетворенности студентов. Оценка качества образования должна быть многосторонней и включать всех участников образовательного процесса, а также всех заинтересованных лиц. Это включает студентов, их семьи (так как они прямо или косвенно оказывают финансовую поддержку обучению студентов в высших учебных заведениях), администрацию высших учебных заведений, преподавательский состав, работодателей, государство (и соответствующие учреждения), а также общество в целом.

Целью университета в мониторинге уровня удовлетворенности пользователей и заинтересованных сторон является определение соответствия качества образования ожиданиям, определение конкретных проблем и областей для улучшения, выявление новых потребностей и ожиданий со стороны пользователей и определение тенденций. На основании результатов мониторинга могут быть приняты конкретные управленческие решения и предприняты корректирующие действия. Опросы являются ключевым инструментом в мониторинге. Это самый легкий способ получения данных, надежность которых зависит от качества вопросов, интерпретации и обработки. Каждый вопрос должен давать количественные и качественные данные, необходимые для принятия управленческих решений. Количественные данные должны быть измеримыми. Каждое обследование должно содержать одинаковые шкалы для облегчения обработки полученных данных и соответствующей адекватной интерпретации результатов.

Литература

1. Ермакова Ж.А., Никулина Ю.Н. Качество образования с позиции потребителей образовательных услуг вуза // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 7. – С. 725-734.; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-obrazovaniya-s-pozitsii-potrebiteley-obrazovatelnyh-uslug-vuza>. – (Дата обращения: 14.04.2020).
2. Гайдукова Г.Н. Социологический мониторинг удовлетворенности потребителей качеством образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 1.; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=8422> – (Дата обращения: 21.04.2020).
3. Мастеров А.Г., Братчиков А.П., Андреев А.С., Сулейманова В.М., Степанян В.М. Удовлетворенность заинтересованных сторон как фактор повышения качества образовательной деятельности спортивных вузов: Монография. Волгоград: ФГБОУ ВПО «ВГАФК». – 2012. – С. 93-97; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vgafk.ru/upload/medialibrary/114/jhcxusteeliulvxq...pdf> – (Дата обращения: 14.04.2020).
4. Титова Н.Л. Путь успеха и неудачи стратегии развития России скик вузов // Стратегическое развитие российских вузов. Москва: МАКС Пресс. – 2008. – С. 14; [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/09/15/1214991662Титова-монография.pdf> – (Дата обращения: 14.04.2020).

5. Елисеева Е.Н. Оценка удовлетворенности потребителей образовательных услуг на факультете управления. Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 3 (294). – С. 107-110.; [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=19093540>. – (Дата обращения: 21.04.2020).

TRADITIONAL AND MODERN APPROACHES IN TEACHING FOREIGN LANGUAGE

G.R. Abirova

Tashkent Branch of Plekhanov Russian University of Economics, Tashkent, Uzbekistan

a_guzal@mail.ru

Abstract

The article discusses the issues of traditional and modern approaches to finding optimal and effective methodology of teaching foreign language. Constant modernization of strategies, active use of modern pedagogical technologies, methods and forms of teaching foreign language are necessary to form foreign language communicative competence.

Keywords

Foreign language, professional communicative competence, traditional teaching methods, effectiveness, communicative method, modernization.

Currently, with the development of new information technologies, science, culture and technology, knowledge of a foreign language contributes to the formation and development of future specialists of various profiles. Therefore, today there is a need for the development and implementation of new pedagogical approaches aimed at developing not only foreign-language professional communicative competence, but also the willingness of a future specialist to use foreign language for the purpose of professional self-education during training at the university.

Constant modernization of strategies, methods and forms of teaching foreign languages is necessary to achieve this goal in order to form a highly qualified specialist with foreign language communicative competence.

Traditional teaching of foreign language at non-linguistic university was focused on reading, understanding and translating special texts and articles. At present, it is necessary to think about shifting the emphasis in training to developing speech communication skills on professional topics and conducting scientific discussions, especially since working on them does not interfere with the development of skills, abilities and knowledge, as it is based on them.

- One of the traditional ways of learning foreign language is a grammar-translation method of learning. The method is based on systematic study of grammar, phonetics (pronunciation), compilation of phrases and sentences from words, the formation of reading and translation skills. They compose dialogues, memorize them, learn words on topics, retell texts, perform written grammar exercises, etc. The grammar-translation method comes from traditional approach to teaching Latin and Greek, which was especially influential in the 19th century. It is based on thorough analysis of written language, translation exercises. Reading comprehension and written imitation of texts play a paramount role. Education is mainly associated with mastering grammar rules and memorizing long lists of literary vocabulary, texts. Today, vast majority of teachers recognize that this method is not suitable for satisfying the interests and development of students' speaking skills.
- Direct method, also known as an oral or natural method, is based on active participation of the student in speaking and listening to a foreign language in realistic everyday situations. The student's native language is not used; he is encouraged to think in a foreign language, and not translate into his mother tongue or vice versa. The emphasis is on good pronunciation, often phonetic transcription, before they see standard spelling. At the lesson, in the artificial environment, it is difficult to generate natural learning situations, and provide everyone with

enough practice. The direct method continues to attract interest and enthusiasm, but at the same time it is not an easy approach to use in training [2].

- Communicative method attracts general interest, and in many respects influenced the practice of modern teaching a foreign language. Communicative method has also gained the greatest popularity, the purpose of which is to develop the student's ability to diversify actively in foreign language. Communicative method is aimed at simultaneous development of basic language skills (oral and written speech, grammar, reading and listening, or listening) in the process of live, easy communication. The vocabulary, grammatical structures, syntax and intonations of a foreign language are presented to the student in the context of a real, emotionally colored situation, which contributes to the quick and lasting memorization of the material studied.

Communicative approach also involves the use of traditional communicative actions by the teacher, contributing to the clear organization of the process of foreign language instruction. Among such actions should be called direct training, questioning, explanation, structuring of tasks, etc. One of the important places in various communication techniques is given to games and gaming technologies [4].

Communication presupposes, first of all, the ability to communicate (ability to listen to the interlocutor, enter into communication, support him, etc.). The process of forming this skill when teaching students a foreign language in basic parameters is adequate to the real process of communication due to the interaction of two phenomena: transfer, which is ensured by the awareness of adequacy of learning environment, and motivation, which is ensured by how fully the character of communication is modeled in the learning process [4].

Communicative-oriented teaching at the university provides for creative use of language material in professionally directed situations, dialogues, discussions, role-playing and business games, debates, projects, etc. Its effectiveness, in addition to knowledge of the language, depends on many factors: conditions and culture of communication, etiquette rules, knowledge of non-verbal forms of expression (facial expressions, gestures), presence of deep background knowledge, taking into account peculiarities of the mentality of native speakers, etc. [4].

Structure of professional communicative competence is quite complex and includes not only linguistic, informational, but also cultural component. Communicative competence is an interaction of the fundamental systems of knowledge and skills necessary for communication.

However, traditional methodology also has some disadvantages. According to some authors, insufficient attention is paid to the teaching of basic skills (reading, writing, speaking and listening). The student is trying to understand every word and its grammatical form, because he believes that it is important for understanding the text.

Speaking about modern or so-called non-traditional methods of studying a foreign language, two main points characterizing them should be distinguished.

Firstly, some modern methods are based on the principles of suggestology developed by Bulgarian scientist G. Lozanov. Based on suggestology, methods have been developed for studying foreign languages that use the effect of super-memorization when a person perceives and assimilates information without critical reflection. In simple terms, these learning methods are based on the work of the subconscious. For example, this is «25th frame» method and learning languages in your sleep.

Secondly, modern methods involve fast and intensive language training, when the study of theoretical moments is minimized or even absent, and the main attention is paid to live communication, i.e. colloquial speech.

Modern forms of teaching a foreign language have a number of advantages according to certain criteria in comparison with traditional ones, namely: voluntary nature of participation, greater independence and initiative on the part of students, ability to bring a wide range of creative ideas to life; should contribute in every way to the development of students' positive motivation to learn a foreign language [6]. Modern methods are:

- The method of “silent” training (“Silent Path”) is based on a structural approach to linguistics and humanistic direction in psychology. The author of this method is K. Gatteno (1963), who stimulated his experience in creating programs for teaching mathematics and reading in their native language according to the methodology of teaching foreign language. Name of the method reflects the idea that initiative in the lesson should come from students whose speech occupies most of the training time, and the teacher should speak as little as possible in the lesson. Education in silence contradicts the repetition and reproduction of the teacher, this is an approach that promotes mental activity and concentration of students in the search. The use of “silent” preparation has its limitations, since this implies a high level of student interest and the presence of internal motivation. A positive feature is to stimulate independence of students and the use of the educational process by various visual means [3].
- The method of supporting physical activity was developed by psychologist J. Asher (1969) and is based on structural linguistics, behaviorism and humanistic orientation in education, as well as on psychology of speech, coordination and physical activity that accompany it. The method develops the ideas of natural method. Its essence is in the fact that when studying foreign language, it is necessary to simulate the process of mastering the native language, which is mastered in parallel with the implementation of corresponding physical exercises. The perception of structures becomes easier if it is accompanied by actions committed by the teacher and students [3].
- Learning foreign language using a computer is based on behaviorist theory and student-centered approach to learning. Computer training is widespread in the methodology of teaching foreign languages in connection with the development of an individual approach to achieving academic achievement in the field of program training and computational linguistics, and possibilities of studying machine translation. Widespread use of computers in modern life, as well as knowledge of teachers, allow us to talk about the use of a computer in teaching as a direction in the methodology of teaching foreign languages [3].
- Consciously oriented approach is based on the awareness of the phenomena of linguistic forms - lexical and grammatical - and is based on the data of contrasting linguistics and an inductive method of mastering the language. This approach was developed for teaching grammar: mastering grammar skills was seen as a gradual implementation. It has much in common with conscious and comparative method, which is based on the fact that the process of thinking in all languages is the same, only different expressions in the forms provided by various linguistic means.
- Project method is a comprehensive teaching method that allows building the learning process based on the interests of students. It gives students the opportunity to show independence in the organization, planning and control of their own educational and cognitive activities. The result of this activity is a creation of “tangible” product, object or phenomenon. The method is focused on the independent activity of students (individual, paired or group), performed over a certain period of time.

Project training not only allows students to increase motivation, but, coupled with a sociolinguistic approach to teaching foreign languages, allows them to form students' communicative, linguistic and geographical competence. Teachers of a foreign language are happy to use this method, since it not only opens up freedom for the teacher's activity, but also in goals and objectives is closely connected with a communicative approach in which the concepts of “performance” and “activity” are basic. That is, talking about a project is possible only when students have moved from a passive level to the level of «creators of their own learning.

In the process of organizing pedagogical support of students in the study of the subject “Foreign Language”, project activities can also be carried out in the form of a “case-study” method. Case technologies (training on the example of specific situations) are traditionally used in training, when students are offered specific situations from practice. Teachers who use the case-based method have a different understanding of its essence, and it is interpreted as: innovative technology; in a

methodological context: a complex system into which other methods of cognition are integrated; form of organization of independent work; project; method of organizing educational material (for example, speaking foreign language); type of group work; tool for teaching professionally oriented communication in a foreign language [1].

Case method or specific situations is a method of active analysis of problems based on training by solving specific problems - situations. Case study method refers to non-game modeling of active learning.

Immediate goal of case study method is as follows: a group of students works together to analyze a situation - a case that occurs in a particular situation, and work out a practical solution, the end of the process is to evaluate the proposed algorithms and choose the best one in the context of this problem. Case studies are specific situations that are specifically designed on the basis of evidence for subsequent analysis in the audience. Using the case study as an example, students learn to work in a "team", analyze and make managerial decisions. A case is a complex phenomenon, and it should contain the most realistic picture and concrete facts and have a stable set of characteristics. Each case should include the following aspects: problems, conflicts, role, event and processes, temporal and spatial. The task of students to understand the proposed situation, the description of which reflects not only a practical problem, but also an updated, previously split set of knowledge, characterizes the problem and develops an activity algorithm that leads to the solution of the problem [5].

There is a wide range of educational problems and possibilities of the case study method: the acquisition of new knowledge and the development of common ideas; development of students' self-critical and strategic thinking; the ability to listen and consider alternative points of view, to express their point of view; developing skills necessary to analyze complex and unstructured tasks; development of common sense, responsibility for the decision-making process, ability to communicate; skills development activities and their implementation; teamwork skills; the opportunity to find the most effective solution to the problem.

The benefits of case study method include:

- use of the principles of problem education;
- development of skills for solving real problems, the ability to work in one group;
- development of team building skills;
- development of simple generalization skills;
- development of presentation skills;
- development of the skills of a press conference, ability to formulate a question, of course, to argue and justify the answer.

The use of case study method in foreign language classes for professional purposes pursues two complementary goals, namely, the further improvement of communicative competence (linguistic and socio-cultural) and the formation of students' professional skills.

Communication in the lesson related to the case study (discussion, argument, description, comparison, persuasion) develops skills of the correct strategy for speech behavior, norms and rules of communication in English. Student feedback on the contents of the case is evaluated by the following skills: analytical, managerial, decision-making skills, interpersonal communication skills, creativity, oral and written communication skills in English (lexical and grammatical aspect).

Based on the foregoing, it can be concluded that modern methods of teaching foreign language and approaches to the issue of finding the optimal and effective methodology of teaching foreign languages in non-linguistic university are a combination of traditional and modern methods of teaching foreign languages. With active use of modern pedagogical technologies in the process of teaching foreign language for students of non-linguistic specialties it gives a positive result for the development and use of foreign language by future specialists in their professional sphere.

Literature

1. Tamrazova I.G. Sovremennye metody obucheniya inostrannomu yazyku v neyazykovom vuze. // Kollektivnaya monografiya. M-vo obrazovaniya i nauki RF, Moskovskij politekhnicheskij universitet. Tambov: OOO «Konsaltingovaya kompaniya YUkom». – 2017. – 92 p.
2. I. Biletskaya. Traditional and modern foreign language teaching methods. // Pedagogicheskie nauki/ Sovremennye metody prepodavaniya. Uman State Pedagogical University named after Pavlo Tychyna, Ukraine, 2013. – pp. 66 – 69.
3. Aida R. Nurutdinova , Veronika G. Perchatkina, Liliya M. Zinatullina, Guzel I. Zubkova and Farida T. Galeeva. Innovative Teaching Practice: Traditional and Alternative Methods (Challenges and Implications) // International journal of environmental & science education. -Vol. 11, No. 10, 2016. – pp. 3807-3819.
4. Abirova G.R. Kommunikativno-orientirovannoe obuchenie inostrannomu yazyku. V sbornike: Sovremennye tekhnologii v nauke i obrazovanii - STNO-2017 sbornik trudov II Mezhdunarodnoj nauchno-tekhnicheskoy i nauchno-metodicheskoy konferencii: v 8 t.. Ryazanskij gosudarstvennyj radiotekhnicheskij universitet. 2017. – pp. 194-197.
5. Mamaeva M.E. Vazhnost' ispol'zovaniya komp'yuternyh tekhnologij v processe obucheniya inostrannomu yazyku. // Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal Koncept. T.14, 2017.– pp. 159-163.
6. Sidikova F.H. Sovershenstvovanie prepodavaniya inostrannogo yazyka v Respublike Uzbekistan. // Nauchno-metodicheskij elektronnyj zhurnal koncept. T.14, 2017. – pp. 263-267.

ПРОБЛЕМЫ И РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

А.Ю. Бомбин¹

Научный руководитель – к.с.н., доцент Н.И. Данилова²

1 – Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

2 – Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
Санкт-Петербург, Россия

andreybombin96@gmail.com

Аннотация

В статье проанализированы основные проблемы и причины отказа участия молодежи в предпринимательской деятельности. Произведена оценка государственных программ поддержки участников малого и среднего предпринимательства, а также проанализированы задачи государственной поддержки молодежного предпринимательства. Определена роль молодежного предпринимательства в общей структуре экономики Российской Федерации.

Ключевые слова

Предпринимательство, молодежное предпринимательство, государственная программа, занятость населения.

Современная российская молодежь проявляет особый интерес к сфере бизнеса, рассматривая различные его области реализации своих конкретных проектов, предлагая рынку высокотехнологичные продукты. Зачастую такие продукты, которые не имеют аналогов как в России, так и за рубежом. В одном из исследований G&S, 59% опрошенных россиян высказало мнение о том, что они рассматривают возможность заниматься собственным бизнесом. Однако, данный показатель по миру является меньшим – 43%. Такие показатели являются индикаторами ряда причин, но наиболее популярной среди молодежи России (81% опрошенных) является страх остаться без денежных средств на повседневные расходы. В то время как во всем мире данной проблеме отводят лишь 52% опрошенных [5, с. 110].

Анализируя подобные исследования и оценки можно сказать, что молодежное предпринимательство сегодня занимает особую роль в структуре экономики государства. И в связи с чем должно поддерживаться на всех уровнях. Согласно исследованию, проведенному Сбербанком, по состоянию на 22 июля 2019 года более 18,3 млн россиян работают в сфере малого и среднего предпринимательства (далее – МСП). Однако, данные цифры малы, и, согласно майским указам Президента, занятость в сфере МПС должна быть увеличена более чем на треть, потому как в данный момент сектор располагает лишь 25,6% рабочих мест [4]. Согласно данному исследованию также были выявлены сферы с самым высоким показателем занятости (рис. 1).



Рисунок 1. Сферы с высоким уровнем занятости

Согласно Росстату и Сбербанк, основными рекордсменами, по доли занятых в МСП от числа занятых в регионе человек, выступают Санкт-Петербург и Ленинградская область (37,5%), Новосибирская область (34,8%) и Москва и Московская область (34%). Стоит отметить, что данная доля занятых в МСП в Новосибирской области отражена с учетом 6% уровня безработицы, в том время как в Санкт-Петербурге и Москве данный показатель располагается в границах от 2,1 до 1,7, соответственно.

Однако несмотря на такие показатели стоит отметить, что большинство молодых предпринимателей будь то в студенчестве или уже после окончания ВУЗов, сталкиваются с одними и теми же проблемами. Так, согласно исследованию Долгоруковой И. В. среди наиболее распространенных причин нежелания или невозможности заняться предпринимательской деятельностью являются:

1. Трудности при открытии своего дела (31%).
2. Отсутствие определенных способностей и знаний (30%).
3. Отсутствие денежных средств (23%).
4. Отсутствие интереса к предпринимательству (15%).
5. Возраст и состояние здоровья (15%).

Также в исследовании отмечается, что по сравнению с 2016 годом в 2019 заметно увеличилось количество респондентов, для которых одной из проблем является сомнение в своих способностях (на 16%) и опасение трудностей, связанных с открытием своего дела (13%) (рис. 2) [1, с. 29].

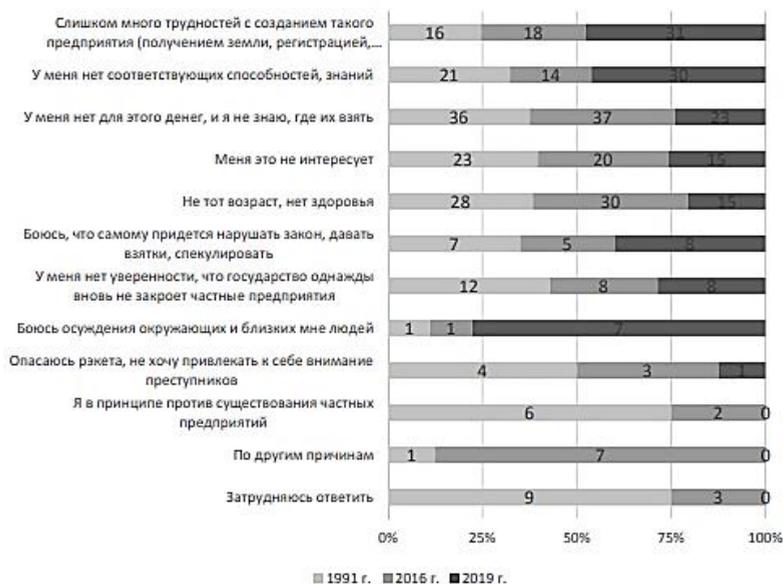


Рисунок 2. Причины отказа от предпринимательства

Таким образом, анализируя вышеизложенные данные можно сказать, что роль государственной поддержки молодежного предпринимательства является ведущий. В настоящее время реализация стратегии поддержки молодежного предпринимательства нацелена решить три основные задачи:

1. Принятие законов, которые бы закрепили понятие «молодой предприниматель» и «молодежное предпринимательство», с последующим оказанием адресной помощи.
2. Либерализация ведения финансовой деятельности.

3. Упрочение значения образовательных учреждений в формировании предпринимательских установок среди молодежи [2, с. 58-59].

На сегодняшний день основными действующими программами поддержки и развития молодежного предпринимательства на территории Российской Федерации являются: «Ты – предприниматель» Росмолодежь, АНО «Международный форум лидеров бизнеса», ООО «Институт наставничества», «Умник», «Старт», «Развитие», «Лидеры России», «Синергия» и т. д.

Однако, процесс решения проблем МСП не останавливается лишь на вышеперечисленных программах, для выполнения цели по увеличению занятости в секторе МСП разработан особый национальный проект – «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», который курируется лично первым вице-премьером – Антоном Силуановым (министр финансов РФ) [3].

Таким образом, стоит сказать, что развитие молодежного предпринимательства является одним из важнейших векторов развития российской экономики, для которого ежедневно формируется значительное количество различного рода проектов и программ государственного уровня. Осуществляются также задачи в рамках национального проекта, согласно которому планируется увеличение численности занятых в сфере МСП, включая ИП с 19,6 млн. чел. (2019 г.) до 25 млн. чел. (2024 г.).

Также особая роль предпринимательства отмечается в 2020 году, который как раз объявлен Годом предпринимательства. Одним из событий 2020 года, помимо формирования и закрепления различного рода законопроектов, станет то, что должны заработать определенные механизмы доступа субъектов МСП к фондовому рынку, которые ранее были им не доступны.

Литература

1. Долгорукова И.В. Факторы развития молодежного предпринимательства в современной России // Социальная политика и социология. Т. 18, № 2, 2019. – С. 26-34.
2. Захарова А.Н., Петунова С.А., Дулина Г.С. Анализ программ поддержки молодежного предпринимательства // Экономика и управление: современные тенденции. 2019. – С. 57-62.
3. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» // [Электронный ресурс] «Правительство России». – Режим доступа: <http://government.ru/info/35563/> – (Дата обращения: 20.03.2020).
4. Сбербанк оценил долю занятых в малом и среднем бизнесе // [Электронный ресурс] «РБК». – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/22/07/2019/5d3594ee9a79478645ac1102> – (Дата обращения: 15.03.2020).
5. Фомина С.Н., Смолович А.Б. Молодежное предпринимательство как инструмент развития социальной активности молодежи // Молодежь и молодежная политика: новые смыслы и практики. – 2019. – С. 110-114.

АКТУАЛИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ – ЗАЛОГ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ

О.И. Веретенникова

Научный руководитель – к.э.н., доцент Д.В. Овсянко

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

o_veretennikova@mail.ru

Аннотация

В условиях экономических изменений формируются новые требования, как к производственным технологиям, так и к образовательной среде, особенно к подготовке специалистов среднего звена. Образовательные учреждения профессионального образования должны оперативно реагировать на быстроменяющиеся требования рынка труда и работодателей для поддержания соответствующего уровня качества образования.

Ключевые слова

Качество образования, актуализация специальностей, среднее профессиональное образование, образовательное учреждение, методика.

В современных условиях, когда темпы развития экономики и технологий набирают быстрые обороты, образовательным учреждениям (ОУ), особенно среднего профессионального образования (СПО), необходимо подготавливать и выпускать высококвалифицированных, профессиональных, всесторонне развитых специалистов.

В свою очередь рынок труда, определяет возможности экономического роста и эффективность использования трудовых ресурсов, представляет собой общественный механизм взаимодействия социально-трудовых отношений между сотрудниками, предприятиями-работодателями и государством. Для поддержания результативного взаимодействия с рынком труда предприятия - работодатели должны предъявлять четкие требования к набору компетенций и навыков, а также квалификации специалистов.

Таким образом, для того, чтобы выпускники колледжей и техникумов отвечали всем необходимым требованиям рынка труда, ОУ необходимо четко знать требования предприятий-работодателей [1]. Безусловно, уровень подготовки обучающихся и качество образования ОУ СПО зависит от многих факторов, которые представлены в таблице.

Таблица

Факторы, влияющие на качество образования ОУ СПО

Внутренние факторы	Внешние факторы
1. Содержание образовательных программ, построенных на основе ФГОС СПО	1. Социальное партнёрство (предприятия и организации города и области)
2. Методическое обеспечение образовательного процесса	2. Учреждения последующего профессионального образовательного уровня (ВУЗы)
3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса	3. Федеральные, региональные и местные органы государственной власти и управления
4. Компетентность преподавательского состава и вспомогательного персонала	4. Учредитель ОУ СПО
5. Технологии обучения	5. Общественные объединения
6. Мотивация обучающихся и сотрудников	
7. Общий менеджмент ОУ	

Фундаментом для формирования качества подготовки кадров является содержание образовательных программ с обязательным учетом требований работодателей. Таким образом, требования работодателей являются отправной точкой актуализации специальностей в ОУ СПО. С этой целью, автором была разработана методика актуализации специальностей в ОУ СПО, основанная на требованиях работодателей [2].

Для использования данной методики в ОУ СПО необходим системный подход к работе, который предполагает подготовку следующих документов:

- ежегодное самообследование;
- отчет о работе ОУ (за учебный год);
- отчет о финансово-хозяйственной деятельности;
- мониторинг качества подготовки кадров;
- статистические отчеты.

Этапы проведения анализа и актуализации специальностей в ОУ СПО:

1. Провести анализ трудоустройства выпускников (выраженный в процентном соотношении) всех специальностей в первый год после окончания ОУ СПО за последние 3 года. Эти данные должны быть представлены в отчете о самообследовании.
2. Провести анализ востребованности выпускников (выраженный в процентном соотношении) всех специальностей на региональном рынке труда за последние 3 года. Необходимо использовать формулу 1 для расчета показателя востребованности выпускников СПО (в процентах) [4]:

$$K = \frac{p_c T_c + p_p T_p + p_n T_n}{R} * 100, \quad (1)$$

где T_c – количество выпускников, трудоустроившихся по специальности;

T_p – количество выпускников, трудоустроившихся по родственной (смежной) специальности;

T_n – количество выпускников, трудоустроившихся не по полученной специальности;

p_c , p_p , p_n – коэффициенты, учитывающие значимость трудоустройства по специальности (принимают значения от 0 до 1);

R – количество выпускников, выходящих на рынок труда.

Коэффициенты p_c , p_p , p_n определяются экспертным путем, исходя из социальной значимости фактора работы выпускника по полученной или родственной специальности.

Значение параметра R рассчитывается по формуле 2:

$$R = V - D - E - C, \quad (2)$$

где V – общее количество выпускников;

D – количество выпускников, призванных в ряды ВС РФ;

E – количество выпускников, продолживших обучение;

C – количество выпускников, находящихся в отпуске по уходу за ребенком.

3. Определить уровень удовлетворенности работодателей качеством подготовки выпускников по каждой специальности в ОУ СПО за последние 3 года (выраженный в процентном соотношении). Уровень удовлетворенности работодателей можно получить путем проведения анкетирования.
4. Проанализировав все эти 3 показателя, можно выделить проблемные специальности, т.е. те, у которых все 3 показателя самые наименьшие или имеют резкое падение.
5. Анализ проводится отдельно по каждой выделенной специальности. На данном этапе необходимо определить общую проблему в отношении каждой специальности.
6. Для выявления факторов и причин, влияющих на выделенную проблему, необходимо построить диаграмму Ишикавы. Сначала необходимо определить ключевые факторы

- влияния на выделенную проблему, а затем переходить к детализации и выявлять возможные причины. Таким образом, на основе построенной Диаграммы Ишикавы можно выделить основные ключевые факторы и причины, влияющие на проблему.
7. Оценивание выделенных причин. Для этого необходимо сформировать группу экспертов, задать необходимую шкалу оценивания и дать время для проставления баллов.
 8. Провести ранжирование выставленных оценок по убыванию и на основе этих данных построить Диаграмму Парето. По закону Парето 20/80 можно отсечь 20% выделенных причин, т.к. они очень слабо влияют на выделенную проблему. Остальные 80% причин, в соответствии с правилом Парето, сильно влияют на выделенную проблему. Поэтому необходимо продолжать с ними работу.
 9. В случае, если в эти 80% входят 7 ± 2 , в соответствии с законом Миллера, причин, то необходимо провести глубокий анализ этих причин, дать рекомендации и разработать план для их устранения.
 10. В случае, если причин больше, чем 7 ± 2 , необходимо разработать анкету для работодателей, учитывающую данные причины и на основе результатов анкетирования выделить основные причины, провести детальный анализ, дать рекомендации и разработать план устранения.

Таким образом, следуя данной методике, появляется возможность в короткий срок проанализировать все специальности в ОУ СПО, выделить проблемные и, используя простые инструменты менеджмента качества, провести анализ и актуализацию специальностей, учитывая требования работодателей [3]. Безусловно, эти мероприятия будут способствовать повышению качеству подготовки и востребованности выпускников.

Литература

1. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об образовании в Российской Федерации».
2. Арзамасцева Л. П., Колесникова О. А., Хицкова Ю. В. Роль профессионального образования в формировании современной рабочей силы высокого качества // ВЕСТНИК ВГУ. СЕРИЯ: ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ, № 2, 2018.– С. 50-57.
3. Читаева Ю.А. Требования рынка труда к качеству подготовленности выпускников учреждений профессионального образования в современных условиях // Научные исследования в образовании, № 2, 2006. – С. 1-4.
4. Востребованность выпускников – объективный показатель качества подготовки специалистов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://akvobr.ru/vostrebovannost_vypusknikov.html – (Дата обращения: 22.04.2020).

ОНЛАЙН-ТРЕНАЖЕРЫ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ-БАКАЛАВРОВ КАЗАНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Л.А. Камалова

Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

leraax57@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена актуальной проблеме использования в учебном процессе современного педагогического вуза онлайн-тренажеров, формирования профессиональных компетенций студентов-бакалавров, будущих учителей начальной школы. Проведенная экспериментальная работа со студентами-бакалаврами 3 курса Института психологии и образования Казанского федерального университета доказывает эффективность обучения с использованием цифровых инфокоммуникационных технологий. Студенты экспериментальной группы продемонстрировали высокий уровень знаний по изучаемым на основе цифровых технологий дисциплинам, показали сформированные профессиональные компетенции педагога начальной школы.

Ключевые слова

Онлайн-тренажер, цифровая среда, студент, университет, учитель.

Миссией современного профессионального педагогического образовательного учреждения должна быть подготовка нового поколения учителей, умеющих быстро ориентироваться в потоке увеличивающейся информации, способных самостоятельно мыслить, понимать и осваивать новое, выражать собственные мысли, быстро принимать решения. Развитие цифрового общества диктует необходимость подготовки специалистов, готовых к эффективной педагогической деятельности в условиях цифрового образования. Цифровые технологии способствуют развитию профессиональных компетенций педагога. Профессиональная компетенция направлена на развитие профессионально важных качеств личности, способствует освоению предмета профессиональной деятельности, совершенствованию знаний, умений и навыков [1]. В учебном процессе Казанского федерального университета применяются современные образовательные инфокоммуникационные технологии. В течение 2019-2020 учебного года нами проведена экспериментальная работа со студентами 3 курса Института психологии и образования Казанского федерального университета, обучающихся по направлению «Педагогическое образование» профиля «Начальное образование и иностранный (английский) язык». Экспериментальная группа – 29 чел. Контрольная группа – 26 чел.

Цель исследования - использование и разработка онлайн-тренажеров как средства формирования профессиональных компетенций студентов-бакалавров Казанского университета. Цель констатирующего эксперимента – выявить уровень обученности студентов по дисциплинам «Русский язык» и «Методика обучения литературному чтению», уровень сформированности профессиональных компетенций студентов. На этапе констатирующего эксперимента (сентябрь 2019 г.) проведено тестирование студентов по цифровым образовательным ресурсам, размещенным на платформе Moodle на личной страничке преподавателя КФУ. Студенты 3 курса прошли тестирование по блокам «Русский язык», «Методика обучения литературному чтению в начальной школе». Для диагностики знаний студентов нами разработаны критерии уровней обученности студентов по цифровым

моделям: высокий – от 76 до 100 баллов; средний - от 36 до 75 баллов; низкий - от 0 до 35 баллов. Результаты диагностики показали следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

**Уровень обученности студентов по русскому языку, методике литературного чтения
(экспериментальная группа)**

Уровень знаний	Русский язык	Методика обучения литературному чтению в начальной школе
Низкий	32%	21%
Средний	34%	43%
Высокий	34%	36%

Диагностика показала, что более 1/3 части студентов имеет высокий уровень знаний по русскому языку и методике обучения литературному чтению; около 1/3 части студентов - средний уровень знаний по русскому языку, около 1/2 студентов по методике обучения литературному чтению; низкий уровень по русскому языку и методике обучения литературному чтению показали 1/3 и 1/5 часть студентов соответственно (табл. 2).

Таблица 2

**Уровень обученности студентов по русскому языку, методике литературного чтения
(контрольная группа)**

Уровень знаний	Русский язык	Методика обучения литературному чтению в начальной школе
Низкий	35%	23%
Средний	31%	41%
Высокий	34%	36%

Диагностика показала, что более 1/3 части студентов имеет высокий уровень знаний по русскому языку и методике обучения литературному чтению; около 1/3 части студентов - средний уровень знаний по русскому языку и по методике обучения литературному чтению; низкий уровень по русскому языку и методике обучения литературному чтению показали 1/3 и 1/5 часть студентов соответственно. Экспериментальная и контрольная группы студентов продемонстрировали примерно одинаковый уровень обученности по цифровым моделям обучения.

Для определения сформированности профессиональных компетенций студентов-бакалавров экспериментальной и контрольной групп мы провели тестирование по вопросам, после которого студенты оценивали себя по следующим критериям: 0 - не владею; 1 - имею необходимые знания; 2 - владею необходимыми умениями; 3 - думаю, что владею компетенцией, но опыта деятельности не имею; 4 - владею, имею опыт деятельности в соответствии с компетенцией: 1. основные методы и технологии обучения и умение их применять на практике; 2. основные методы диагностики и умение их применять; 3. умение составлять конспекты, электронные презентации; 4. умение работать в команде; 5. умение применять компьютерные инструменты при поиске информации; 6. умение составлять тесты, задания, контрольные работы с размещением их на различных образовательных платформах.

Экспериментальная группа студентов (29 чел.) показала следующие результаты: 15 чел. – не владеет; 9 чел. – владеет необходимыми умениями; 4 чел.- владеет, но опыта деятельности не имеет; 1 чел. – имеет опыт деятельности в соответствии с компетенцией. Таким образом, из 29 чел. данной группы владеет профессиональной компетенцией 4% опрошенных. Контрольная группа студентов (26 чел.) показала следующие результаты: 13 чел. – не владеет; 8 чел. – владеет необходимыми умениями; 3 чел.- владеет, но опыта деятельности не имеет; 2 чел. – имеет опыт деятельности в соответствии с компетенцией.

Таким образом, из 26 чел. данной группы владеет профессиональной компетенцией 7,6% опрошенных.

Для оценки сформированности профессиональной компетентности нами использовались три уровня [2]: низкий (уровень первоначального овладения) - осознание студентами обоснованности собственных действий ограничено. Обнаруживается знание единичных действий в структуре профессиональной деятельности; основной(уровень достаточного овладения) - отчетливое осознание студентами профессиональных ситуаций, выделение в них проблемы, использование переноса имеющихся знаний в новые условия, оперирование теоретическими знаниями в ходе аргументации собственных профессиональных действий, самостоятельное формулирование целей деятельности, однако круг компетенций ограничен; высокий (уровень успешного овладения) - свободное владение студентами знаниями и умениями, широкий перенос их в новые условия. Студенты самостоятельно формулируют цели, демонстрируют высокие результаты в профессиональной деятельности (табл. 3).

Таблица 3

Уровень сформированности профессиональных компетенций студентов (экспериментальная и контрольная группы)

Уровень компетенций	Экспериментальная группа	Контрольная группа
Низкий	50%	50%
Средний	46%	42,4%
Высокий	4%	7,6%

Диагностика показала, что около 1/4 части студентов имеет высокий уровень сформированности профессиональных компетенций; около 1/3 части студентов - средний уровень; низкий уровень менее 1/2 часть студентов. Экспериментальная и контрольная группы студентов продемонстрировали примерно одинаковый уровень сформированности профессиональных компетенций студентов.

Цель формирующего эксперимента: формировать профессиональные компетенции студентов-бакалавров на основе активного использования в учебном процессе онлайн-тренажеров. На этапе формирующего эксперимента (октябрь 2019 г.- апрель 2020 г.) в экспериментальной группе студентов проводились лекционные и практические занятия по дисциплинам «Русский язык», «Методика обучения литературному чтению» с использованием цифровых технологий обучения – по двум направлениям: 1) по электронным и цифровым образовательным ресурсам, разработанным преподавателем и размещенным на платформе Moodle; 2) по разработанным студентами онлайн-тренажерам, размещенным на образовательной платформе Online Test Pad.

Студенты экспериментальной группы учились использовать и разрабатывать самые разные ИКТ и цифровые технологии:

- составлять электронные презентации по индивидуальным темам;
- составлять тестовые задания по разделам дисциплин «Русский язык», «Методика обучения литературному чтению»;
- составлять конспекты, технологические карты по методике литературного чтения;
- записывать свои лекции и методические рекомендации по отдельным темам на видео с размещением на Youtu.be;
- составлять тестовые задания для размещения их на образовательной платформе Online Test Pad.

Обучающие онлайн-тренажеры на образовательной платформе Online Test Pad ориентировали студентов на глубокое освоение русского языка по разделам «Фонетика» (система гласных и согласных звуков русского языка; ударение; интонация), «Грамматика»

(морфемика и словообразование; синтаксис и пунктуация; морфология; глаголы движения). В процессе изучения курсов «Русский язык», «Методика обучения литературному чтению» студенты экспериментальной группы, не только изучили учебный материал по данным дисциплинам, но и научились самостоятельно разрабатывать онлайн-тренажеры на образовательной платформе Online Test Pad. В результате по разработанным студентами экспериментальной группы онлайн-тренажерам по русскому языку, детской литературе, методике литературного чтения обучались не только студенты экспериментальной группы, но и студенты-бакалавры 1, 3 курсов Казанского федерального университета (профиль «Начальное образование и иностранный (английский) язык»).

На контрольном этапе эксперимента для определения уровня и выявления динамики усвоения знаний по изучаемым дисциплинам у студентов экспериментальной и контрольной групп проводились диагностические срезы по тем же методикам, что и на констатирующем этапе эксперимента (табл. 4). Студенты 3 курса прошли онлайн-тестирование по блокам – «Морфология» и «Морфемика», «Методика обучения литературному чтению в начальной школе». Результаты диагностики показали следующие результаты.

Таблица 4

**Уровень обученности студентов по русскому языку, методике литературного чтения
(экспериментальная группа)**

Уровень знаний	Морфология	Морфемика	Методика обучения литературному чтению в начальной школе
Низкий	7%	6%	3%
Средний	36%	39%	39%
Высокий	57%	55%	58%

Диагностика показала, что более 50% студентов экспериментальной группы имеет высокий уровень знаний по русскому языку и методике обучения литературному чтению; около 36% студентов - средний уровень знаний по русскому языку и 39% студентов по методике обучения литературному чтению; низкий уровень по русскому языку – 7%, методике обучения литературному чтению - 3% студентов (табл. 5).

Таблица 5

**Уровень обученности студентов по русскому языку, методике литературного чтения
(контрольная группа)**

Уровень знаний	Морфология	Морфемика	Методика обучения литературному чтению в начальной школе
Низкий	29%	23%	11%
Средний	45%	41%	50%
Высокий	26%	32%	39%

Диагностика показала, что 26% студентов имеет высокий уровень знаний по русскому языку и 39% студентов – по методике обучения литературному чтению; около 45% студентов - средний уровень знаний по русскому языку и 50% по методике обучения литературному чтению; низкий уровень по русскому языку – 29% и методике обучения литературному чтению - 11%.

У студентов экспериментальной и контрольной групп оценивались сформированность профессиональных компетенций, указанных в Учебном плане направления 44.03.05 «Педагогическое образование» профиля «Начальное образование и иностранный (английский) язык» (бакалавриат): ОПК-2 - способен участвовать в разработке основных и

дополнительных образовательных программ, разрабатывать отдельные их компоненты (в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий); ОПК-5 - способен осуществлять контроль и оценку формирования результатов образования обучающихся, выявлять и корректировать трудности в обучении; УК-3 - способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ПК-9 - способен формировать у обучающихся умение применять компьютерные инструменты при поиске информации, анализе и решении учебных и практических задач (табл. 6).

Таблица 6

Уровень сформированности профессиональных компетенций студентов (экспериментальная и контрольная группы)

Уровень компетенций	Экспериментальная группа	Контрольная группа
Низкий	14%	40,8%
Средний	42%	34%
Высокий	44%	15,2%

Диагностика уровня сформированности профессиональных компетенций студентов экспериментальной группы показала динамику роста уровня компетенций: высокий уровень увеличился – на 40%, средний уровень уменьшился – на 4%, низкий уровень уменьшился – на 36%. Диагностика уровня сформированности профессиональных компетенций студентов контрольной группы показала незначительную динамику роста уровня компетенций: высокий уровень увеличился – на 7,6%, средний уровень увеличился на 8,4%, низкий уровень уменьшился на 8,2%.

Экспериментальное исследование показало, что использование онлайн-тренажеров способствует формированию профессиональных компетенций студентов; процесс обучения по онлайн-тренажерам предусматривает конкретную, практическую деятельность студентов; при этом учитывается имеющийся у студентов опыт; деятельность учения сопровождается социальным общением и сотрудничеством; результаты деятельности интегрируются в опыт студентов и соотносятся с возможностями их профессионального использования [2].

Литература

1. Безюлева Г.В., Иванова Н. В., Никитин М. В., Шеламова Г.М. Профессиональная компетентность: аспекты формирования / Под ред. Г.В. Безюлевой. - М, Московский психолого-социальный институт, Федеральный институт развития образования, 2005. - 82 с.
2. Панина Л. П., Сафонова Е. Г., Сыманж Э.Э. Ключевые компетенции субъекта учебно-профессиональной деятельности: Учеб. пособие / Под ред. Э.Ф. Зеера; Нижнетагил. гос. проф. колледж. Екатеринбург, 2002. – 52 с.

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. Клочкова, А.Э. Машина

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

a.v.klochkova@mail.ru
annemashina@yandex.ru

Аннотация

Проблема формирования кадрового резерва организации всегда актуальна, так как кадровый резерв – один из основных факторов конкурентоспособности компании. Наличие кадрового резерва снижает связанные с персоналом риски организации. В статье рассматриваются основные этапы создания кадрового резерва и принципы, которых следует придерживаться руководству организации. Описаны проблемы, сопряженные с формированием кадрового резерва, и предложены пути их решения.

Ключевые слова

Кадровый резерв, кадровый потенциал, организация.

Современная социально-экономическая система, как российская, так и мировая, претерпевает изменения кризисного характера, усиливающиеся пандемией COVID-19. Как и в результате любого кризиса, меняется структура рынка; на сегодняшний день есть риск не только исчезновения неконкурентоспособных организаций, но и целых отраслей в силу их специфики. При этом степень инновационности современной экономики только усилится, так как грамотное внедрение востребованных потребителем инноваций – залог устойчивого положения организации на рынке в любое время. Таким образом, необходимость формирования кадрового резерва в целях поддержания конкурентоспособности персонала компании не потеряет своей актуальности.

Кадровый резерв – это группа сотрудников, которые на данный момент соответствуют принятым в организации требованиям к определенным должностям и потенциально готовы вступить в эти должности. Как правило, кадровый потенциал чаще формируется под высший менеджмент (так называемый процесс вертикального продвижения), чем под среднее звено менеджмента (горизонтальная ротация персонала).

Наличие в организации кадрового резерва сокращает связанные с персоналом риски организации:

1. кадровый резерв – это «подушка безопасности» на случай увольнения высококвалифицированного специалиста;
2. наличие кадрового резерва снижает текучесть кадров («индекс крутящихся дверей») и стимулирует сотрудников к сохранению своей конкурентоспособности в организации и на рынке труда в целом;
3. в связи с «угрозой» кадрового резерва возрастает степень адаптированности сотрудников к изменениям во внутренней среде организации;
4. наличие кадрового резерва снижает финансовые и временные затраты на поиск, трудоустройство, обучение и адаптацию нового сотрудника.

Формирование кадрового резерва невозможно без сильного кадрового потенциала организации. Создание кадрового потенциала конкурентоспособной компании должно представлять собой налаженную систему с четкими, продуманными критериями относительно того, какими профессиональными и личностными характеристиками должен обладать претендент на ту или иную должность. Грамотным подходом, создающим базу кадрового

потенциала организации, является ее взаимодействие с высшими учебными заведениями, которые готовят выпускников по актуальным для данной фирмы направлениям.

Главная тенденция совершенствования системы высшего образования сегодня – это интеграция образования, науки и производства. Так, по итогам освоения программы бакалавриата у выпускника вуза должны быть сформированы несколько групп компетенций, в том числе профессиональных. Главный ориентир подготовки выпускника – это требования работодателей, определяющие его готовность к профессиональной деятельности. Современным требованиям компаний удовлетворяет компетентностная модель, согласно которой выпускник вуза должен обладать способностями к постоянному профессиональному росту, а также к социальной и профессиональной мобильности. Главная проблема подготовки выпускника, которую отмечают сегодня российские работодатели – недостаточно сформированные ключевые компетенции, вследствие чего срок адаптации нового сотрудника в компании составляет примерно два года. Также, по мнению работодателей, у выпускников не соответствуют предъявляемым требованиям некогнитивные «мягкие» навыки: ценности и стиль мышления, мотивированность, самосознание, ответственность, коммуникабельность, лидерские качества, готовность к экстренным действиям, организация деятельности и контроль качества, исполнительность, эффективное принятие решений, работа в команде.

Можно констатировать, что работодатель хочет в идеале получить из вуза готового профессионала, владеющего проектным мышлением, всем спектром информационных технологий и выдающимся набором личностных характеристик. Требуется соответствие «узкой» специализации, но и наличие при этом универсальных компетенций [1].

Таким образом, начальной стадией такого процесса, как формирование кадрового резерва, можно считать взаимодействие со студентами, принятыми в организацию на практику; целесообразным в данном случае является рассматривать студентов как потенциальных сотрудников компании, выделять ресурсы на их обучение, стимулировать практикантов к проявлению своих профессиональных и личностных качеств и мотивировать их зарекомендовать себя на практике наилучшим образом и претендовать на возможность остаться в организации в качестве штатной единицы. Прохождение практики становится для будущих работников компании своего рода испытательным сроком.

Рассмотрим основные этапы формирования кадрового резерва уже непосредственно из персонала организации.

1. Анализ текущей ситуации.

Анализ текущего состояния кадров, выявление проблемных областей. Анализ должен быть комплексным и системным. Помимо изучения кадровой документации и текучести кадров, необходимо уделить особое внимание социально-психологическому фактору. С помощью штатного психолога организации рекомендуется провести психологическую диагностику сотрудников, а также составить психологический портрет работника, планирующего уволиться.

2. Оценка потенциальных кандидатов.

На основании проведенного анализа создается список должностей, для которых формируется кадровый резерв. Проводится оценка личностных качеств и потенциальных профессиональных возможностей претендентов в соответствии с составленным портретом кандидата. Затем необходимо изучить мотивацию выбранных сотрудников и продумать стратегию их мотивации на основании анализа проблемных областей организации, проведенного на этапе 1.

3. Подготовка и обучение высококвалифицированных кадров.

На данном этапе осуществляется организация профессиональной подготовки кандидатов в кадровый резерв. Предполагается комплексная подготовка претендента на конкретную должность исходя из требований, предъявляемых к этой должности, и «прокачка» его навыков в профессиональном плане (проведение тренингов, стажировка, прикрепление к куратору, решение рабочих кейсов и актуальных задач). Возможна подготовка по индивидуальному плану.

В процессе формирования кадрового резерва руководству организации необходимо придерживаться следующих принципов.

Актуальность и своевременность: уверенность организации в необходимости формирования кадрового резерва и понимание, как осуществлять этот процесс непосредственно в этой организации.

Объективность и равенство: к подбору кандидата в кадровый резерв необходимо подходить комплексно, оценивая все характеристики сотрудника исходя из регламентирующих требований.

Перспективность: соответствие кандидата установленному возрастному цензу, учет времени, остающегося до наступления пенсионного возраста кандидата, состояние его здоровья.

Конкуренентность: на одну должность следует готовить несколько кандидатов, чтобы поддерживать в организации соответствующий уровень конкуренции среди сотрудников.

Прозрачность: поток актуальной информации относительно формирования кадрового резерва должен быть максимально открыт для сотрудников, которые потенциально включены в кадровый резерв организации. Принцип прозрачности повышает мотивацию работников, а также их доверие и лояльность по отношению к руководству [2].

Формирование кадрового резерва в организации может быть сопряжено со следующими проблемами.

1. Отбор кандидатов в резерв часто происходит субъективно, так как на выработку эффективных и серьезных критериев отбора резервистов у специалистов по управлению персоналом нет ни времени, ни ресурсов, а методики консалтинговых организаций не учитывают всей специфики деятельности конкретной организации.
2. Мероприятия по развитию персонала формируются хаотично и исключительно под возможности бюджета, либо путем копирования общепринятых мировых практик, которые не адаптированы под менталитет российского работника.
3. Несмотря на наличие в организации сформированного кадрового резерва, руководством допускаются назначения на освобожденные должности работников не из резерва или специалистов со стороны.
4. После документального включения работника в резерв заканчивается обратная связь от руководства компании, не организуются регулярные встречи, не составляются и не реализуются индивидуальные планы развития резервистов. В большинстве случаев к резервисту относятся как к «завершенному проекту», что заметно снижает уровень лояльности персонала по отношению к руководству организации.
5. Отсутствуют реальные комплексные критерии оценки деятельности работы с кадровым резервом [3].

В заключение следует отметить, что формирование кадрового резерва организации, особенно с учетом внедрения инноваций и, как следствие, постоянной необходимости адаптации персонала к изменениям и возрастающей конкуренции, требует комплексного и системного контроля на всех этапах.

Литература

1. Глушко И.В. Проблема качества высшего образования в оценках работодателей как потребителей образовательных услуг. // Концепт. – 2019. – №9. – С. 13-23. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-kachestva-vysshego-obrazovaniya-v-otsenkah-rabotodatelei-kak-potrebitelei-obrazovatelnyh-uslug/viewer>, своб. – (Дата обращения: 11.05.2020).
2. Зайцева Т.В., Зуб А.Т. Управление персоналом. Учебник. – М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2012. - 336 с.
3. Закусило В.С. Актуальные проблемы в работе с кадровым резервом на выдвижение. // Материалы LXI Студенческой международной научно-практической конференции.

2018. №1 (61). – Новосибирск, 2018. С. 58-62. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://sibac.info/archive/economy/1\(61\).pdf](https://sibac.info/archive/economy/1(61).pdf), своб. – (Дата обращения: 11.05.2020).

КОНЦЕПЦИЯ S&OP: КРОСС-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС ПЛАНИРОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

К.В. Королев

Научный руководитель – к.э.н., доцент А.И. Александрова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

corolev.kirill@yandex.ru

Аннотация

В настоящее время компании сталкиваются с постоянной необходимостью развивать и улучшать координацию между операционными функциями для быстрого и точного реагирования на запросы клиентов. В связи с этой потребностью все большее число специалистов-практиков прибегают к устоявшейся и методологии S&OP, методологии, охватывающей не только планирование продаж и операций, но другие аспекты управления бизнесом. В статье доказываются преимущества концепции в производственной сфере, описывается содержание ее реализации на практическом примере из зарубежного опыта.

Ключевые слова

Концепция S&OP, планирование продаж и операций, модель зрелости планирования продаж и операций.

Концепция S&OP получила все большее признание со стороны компаний и теоретиков, когда пришло понимание, что системы управления запасами должны быть связаны с планированием спроса. Использование S&OP способствует значительному улучшению ключевых показателей эффективности бизнеса, поддерживая рост выручки в бизнесе, одновременно снижая операционные расходы и сокращая размер хранения необходимых запасов. Идея управлять запасами как процессом стала рассматриваться в рамках системы управления цепочками поставок (SCM).

С помощью данного подхода планирования и интеграции приобретаются следующие преимущества:

- устанавливаются связи между стратегическим уровнем управления и операционным уровнем;
- бизнес-планы становятся связанными в едином плане;
- происходит улучшение связей между функциями менеджмента предприятия;
- принятие решений основывается на гораздо большем количестве данных и более высокой управляемости данных;
- охватывается более широкий горизонт планирования.

Концепция S&OP была представлена в конце 1970-х годов бизнес-консультантом Оливером Уайтом. Планирование продаж и операций определяется Американским управлением производства и инвентаризации (APICS) как процесс разработки тактических планов, которые дают руководству возможность стратегически направлять свои предприятия на достижение конкурентного преимущества на постоянной основе путем интеграции клиента – фокусированные маркетинговые планы для новых и существующих продуктов с управлением цепочкой поставок. Процесс объединяет все планы для бизнеса (продажи, маркетинг, развитие, производство, и финансы) в один комплексный набор планов [1].

В 1987 году процесс S&OP был определен как бизнес-процесс, целью которого было сбалансированность спроса и предложения [2], но в дальнейшем дорабатывался, и стал

позиционироваться как инструментарий для принятий решений на принципах максимизации возможностей для фирмы в области логистики запасов и минимизации риска.

Алгоритм процесса S&OP может быть формализован пятью описанными ниже этапами.

1. Создание прогноза неограниченного спроса в отделах продаж и маркетинга, определяющий рыночный спрос.
2. Создание первоначального плана поставок на основе производственных возможностей компании.
3. Разработка окончательного согласованного операционного плана, разрабатываемого посредством общей консолидации работы отделов, отвечающих за продажи, маркетинг, операции и финансы.
4. Регламентация и передача согласованного плана S&OP всем участникам и вовлеченным сторонам [3].
5. Измерение и контроль эффективности планов и процесса S&OP посредством ключевых показателей эффективности (KPI) [4].

Классический S&OP-процесс представлял собой 8 этапов, занимающих месяц. Если менеджмент компании видел в конце месяца, что плановые результаты не удовлетворяют, изменения в планы можно было внести лишь через месяц. Это снижало оперативность управления. В настоящее время предпочтение отдается сокращенному циклу с более высокой гибкостью принятия решения. Например, применение программы Infor BI сделало возможным прямо во время совещания менеджеров корректировать планы, проводя расчеты оценки прибылей и убытков, вносить коррективы в планы продаж, отпускные цены и другие элементы планов [5]. Infor BI используется в 100 странах более чем 5000 компаниями в различных отраслях в малом и крупном бизнесе, включая автомобильную промышленность, медицину, банковский сектор, торговлю, производство ТНП и другие отрасли.

Как и в любой сфере менеджмента, для выявления путей совершенствования процессов планирования в системе управления логистикой необходим анализ, для проведения которой создана модель зрелости планирования продаж и операций [4]. Модель диагностики ориентирована на анализ качества процессов планирования, поэтому также может использоваться и после достижения целей перестройки логистических процессов управления. Оценка уровня зрелости приходит по трем блокам: «Совещания», «Согласование планов» и «Технологии».

В современном управлении логистикой концепция S&OP подразумевает автоматизацию работы с информацией, и компании могут использовать различные программные продукты. Это могут быть, например, Infor B, SAP и другие. Реализация процесса дает предприятию детальный ежемесячный прогноз продаж, план работы коммерческого персонала с ориентацией на клиента, ежедневный производственный план и план закупок материалов, план приобретения оборудования и формирования кадров [5].

Специфика компании, безусловно, должна задавать вектор структурированию процесса S&OP, чтобы соответствовать ее среде. Рассмотрим опыт реализации S&OP в компании португальского производителя и дистрибьютора вин. Компания Sogrape Vinhos столкнулась с низкой точностью при составлении прогнозных планов спроса, особенно в долгосрочной перспективе. Чтобы повысить точность планов спроса, компания запустила программу внедрения S&OP. Авторы статьи о реализации S&OP в одной из португальских компаний [6], проведя исследование процессов в компании, определили, что фактор сезонности приводит к возникновению двух ситуаций. При несбалансированности производственных мощностей с непредсказуемым и сезонным спросом на рынке в зависимости от сезона, Sogrape часто сталкивалась с тем, что спрос превышал предложение, или же, наоборот, предложение превышало спрос. В первой ситуации появляется риск отставания от запросов клиентов и ухудшения качества обслуживания. Во втором случае растет риск увеличения запасов, уровня связанного с ними капитала и затрат на хранение.

В основе возникновения этих ситуаций лежит общая проблема – отсутствие точного и гибкого плана спроса. Это несоответствие между маркетингом и планированием приводит к высоким издержкам для компании. Чтобы решить проблемы, руководство начало исследование, а затем внедрило новую модель оперативного управления, основанную на планировании продаж и операций (S&OP).

Основные цели внедрения S&OP в Sogrape были связаны со снижением затрат в производственном секторе и снижением уровня запасов. Поэтому целевым результатом является потенциальная экономия в результате процесса S&OP. Для каждого анализа были разработаны два сценария: более оптимистичный сценарий, обусловленный высокой степенью уверенности в точности прогнозов спроса и более консервативный сценарий, основанный на большей ошибке прогноза.

Для анализа процесса планирования в Sogrape была использована Модель Зрелости. Согласование и взаимодействие происходит на ежемесячных встречах компаний с ее дистрибьютором в лице их отделов: отдела планирования Sogrape и отдела продаж дистрибьютера SograpeDistribution. План спроса разрабатывался отделом планирования, один раз в год на основе истории продаж предыдущего года. Данные вручную вносились в программное обеспечение ERP (SAP). План спроса пересматривался только тогда, когда необходимо было закупить некоторое сырье для выполнения нового заказа.

Секторы «Производство» и «Планирование» используют SAP ERP для планирования производства на каждой производственной линии и определения потребностей в сырье, в то время как в областях «Маркетинг» и «Продажи» разрабатываются планы спроса с помощью файлов на основе электронных таблиц, которые передаются в отдел планирования и обрабатываются SAP.

На основе анализа было предложено компании использовать интерактивное моделирование и анализ сценариев «что-если» в системе SAP, используя модель данных S&OP для поддержки баланса спроса и предложения. Программное обеспечение SAP S&OP позволяет генерировать информационные панели для отображения различных показателей, которые дают возможность сравнивать запланированное предложение с планом безусловного спроса. Кроме того, функциональность панели мониторинга также отображает KPI, который измеряет и контролирует эффективность планов и самого процесса S&OP. Внутренняя интеграция может быть достигнута с помощью использования этой информационной системы, но смысл совершенствования был в том, чтобы внешние информационные системы интегрировать в систему оценки спроса и предложения.

Проведя комплексный анализ, исследователи оценили и выявили слабые места в механизме планирования и определили ключевую точку потенциала снижения затрат через максимизацию экономии на прямом производстве. Оценка возможности экономии основана на разнице в затратах между прямым производством и косвенным производством (разлив в бутылки для *garrafeira* + последующая сборка). Анализ позволил определить, какие виды продукции подлежат прямому и косвенному подходу. Из этого анализа было подтверждено, что около 87% от общего объема может быть произведено напрямую, в действительности же доля прямого производства составляла всего около 44%.

Чтобы определить возможности экономии, были созданы два сценария для анализа экономии: один, по которому напрямую можно производить 80% годового объема розлива, и второй, согласно которому можно производить 70% годового объема розлива. Поскольку было известно, что внедряющие процесс S&OP компании, сократили уровень от 10% до 30%, были взяты на рассмотрение два сценария возможности снижения уровня запасов: на 20% и на 10%.

Внедрением данной модели управления удалось достичь улучшений по разным направлениям. Даже при более консервативном сценарии обеспечивалась рассчитанная по проекту экономия в 529 997 евро. Но это было не только снижение затрат в общем объеме запасов, но и создание механизмов для поддержки более быстрого и лучшего принятия

решений. Также эффект внедрения предопределял улучшение коммуникаций и обмен информацией между различными отделами, что означает новое качество организации и командной работы.

Литература

1. Shedlawski, J. APICS S&OP Performance: Advancing Sales and Operations Planning. 2017. APICS Insights and Innovations, - pp. 1–44.
2. Sheldon, Donald H. World class sales & operations planning: a guide to successful implementation and robust execution. J. Ross Publishing, 2006, - 240 p.
3. Grimson, J. Andrew; Pyke, David F. Sales and operations planning: an exploratory study and framework. The International Journal of Logistics Management, 2007, – pp. 322-346.
4. Lapede, Larry. Sales and operations planning part I: the process. The Journal of business forecasting, 2004, - pp. 17-19.
5. Business. Solutions.Consulting [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bsc-consulting.ru/solutions/sales-planning/> – (Дата обращения: 10.05.2020).
6. Paulo Avilaa, Daniela Limab, Dalia Moreirab, Antonio Piresa, Joao Bastosa. Design of a Sales and Operations Planning (S&OP) process – case study/ 52nd CIRP Conference on Manufacturing Systems [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2212827119306626?token> – (Дата обращения: 10.05.2020).

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ГИИ И ПРИЧИНЫ ОТТОКА КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ КАДРОВ ИЗ РОССИИ

В.А. Малыхина, К.А. Малыхина

Научный руководитель – д.э.н., доцент В.Л. Василенок

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

malihandra.l@mail.ru

ksenia_chip8@mail.ru

Аннотация

Отток квалифицированных кадров за границу в России с каждым годом набирает обороты и, скорее всего, в ближайшее время вряд ли иссякнет. За последние 10 лет число россиян, которые желают переехать за границу на постоянное место жительства выросло на 30%. Более 10 миллионов человек покинули Российскую Федерацию для работы за рубежом (по данным на 2017 г.). В основном, страну стремятся покинуть молодежь и образованные специалисты. Главный мотив отъезда – дефицит возможностей в стагнирующей экономике и социальная незащищенность.

Ключевые слова

Квалифицированные кадры, причины оттока, пути решения, глобальный инновационный индекс.

«Эпоха инноваций» – именно так многие ученые и исследователи называют современный этап развития мирового хозяйства. Инновации на сегодня являются важным звеном во всех сферах деятельности и движущей силой социально-экономического развития общества. Инновации имеют много различных значений, единым же во всех понятиях являются слова «изменения», «новизна» или «развитие». Инновационная деятельность – залог прогресса и благополучного будущего всего человечества.

Актуальность статьи не вызывает сомнения, поскольку современный научно-технический прогресс и интенсивное развитие мирового хозяйства невозможно представить без подготовки высококвалифицированных специалистов различных сфер деятельности. В нашей стране вопрос качества образования, дефицита и оттока высококлассных специалистов стоит особенно остро и с каждым годом приобретает все большее значение, поэтому очень важно искать способы и пути решения данной проблемы.

Для начала стоит упомянуть и отметить такой показатель, как глобальный инновационный индекс.

Глобальный инновационный индекс (ГИИ) – это обобщенный показатель для измерения уровня инноваций в стране. Он разработан Бостонской консалтинговой группой, Национальной ассоциацией производителей (НАП) и Институтом Производства, независимым научно-исследовательским центром, аффилированным с НАП. Составляется ГИИ с 2007 года и формируется на основе 80 показателей, объединенных в 7 групп по 129 странам (на 2019 год).

Итоговый рейтинг рассчитывается как среднее двух субиндексов:

- 1) ресурсов инноваций – институты, человеческий капитал и наука, инфраструктура, развитие внутреннего рынка и бизнеса;
- 2) результатов инноваций – прогресс технологий и экономики знаний, развитие креативной деятельности.

Коэффициент эффективности инноваций определяется как отношение двух субиндексов, отражая таким образом агрегированную результативность инновационной деятельности при данном инновационном потенциале [2].

Топ-5 лидеров ГИИ на 2019 год:

- Швейцария (десятый год подряд);
- Швеция;
- США;
- Нидерланды;
- Соединенное Королевство.

В десятку рейтинга также входят: Финляндия, Дания, Сингапур, Германия, Израиль.

Российская Федерация на 2019 г. заняла 46-е место, поднявшись на две ступени вверх с 2015 г. и сохранив свои позиции относительно 2018 г. Согласно ГИИ-2019, улучшению позиций Российской Федерации в общем рейтинге содействуют следующие преимущества и недостатки, указанные в таблице.

Таблица

Преимущества и недостатки инновационной системы России

Преимущества	Недостатки
Человеческий капитал и наука (охват высшим образованием, выпускники научных профессий и т.д.) – 23 место	Институты (политическая стабильность, нормативно-правовое регулирование и т.д.) – 74 место
Уровень развития бизнеса – 35 место	Инфраструктура (экологическая устойчивость и т.д.) – 62 место
Развитие технологий и экономики знаний (показатель результатов инновационной деятельности) – 47 место	

Динамику изменений Российской Федерации в Глобальном инновационном индексе за 2015–2019 гг. можно увидеть на рисунке.

	2015	2016	2017	2018	2019
Глобальный инновационный индекс*	48	43	45	46	46
Ресурсы инноваций	52	44	43	43	41
Результаты инноваций	49	47	51	56	59

* Количество стран: 2015 г. – 141; 2016 г. – 128; 2017 г. – 127; 2018 г. – 126; 2019 г. – 129.

Рисунок. Динамика позиций РФ в ГИИ 2015-2019 гг. [2]

Нашей стране удалось значительно развить инновационный потенциал на фоне мирового уровня относительно 2013 г., когда Россия занимала 62-е место. Однако, как видно на рисунке, за последние несколько лет наблюдаются тенденции к замедлению темпов роста инновационных показателей. Россия отстает от развитых и многих быстро развивающихся стран почти по всем показателям, которые характеризуют эффективность использования ресурсов и степень влияния результатов научно-технической и инновационной деятельности на экономику и общество.

Хотя, среди преимуществ ГИИ-2019 в РФ выделяют человеческий капитал и науку, качество данных показателей в нашей стране оставляет желать лучшего, из чего следует проблема оттока специалистов за рубеж.

По последним данным Российскую Федерацию за последние несколько лет покинули: 2015 г. – 52 тыс. чел., 2016 г. – 54 тыс. чел., 2017 год – 377 тыс. чел., 2018 г. – 441 тыс. чел. [1]. Однако верить данным цифрам до конца не стоит. Так, на 2017 г. Министерство внутренних дел США насчитало у себя в 6 раз больше прибывших россиян, чем зафиксировал Росстат. Больше всего разнятся данные в Чехии и Венгрии – тут Росстат зафиксировал в 12 и 14 раз меньше, чем аналитики данных стран [4].

На сегодняшний день можно выделить следующие причины оттока квалифицированных кадров из России:

1. Заметные изменения экономической и политической ситуации после 2014 г. и продолжающиеся до сих пор. Они привели к трудностям на рынке труда, снижению заработных плат, сокращению возможностей для карьерного роста и т.д.
2. Отсутствие условий для развития и реализации кадрового потенциала. Низкоэффективная система образования, недостаточные инвестиции в развитие человеческого капитала, устаревшие способы и методы мотивации, а также некоторые другие факторы по сравнению с зарубежными государствами – ограничители процесса реализации человеческого потенциала в России.
3. Низкий уровень оплаты труда. Разница зарплат в Российской Федерации врача и водителя в среднем составляет около 20%, тогда как в США – 261%, в Германии – 174%, в Бразилии – 172%. Результатом этого является «утечка мозгов», потому что граждане уезжают за границу в поисках более высоких доходов. Тем временем разницы в зарплатах в 20% недостаточно для того, чтобы мотивировать оставшихся в стране менее образованных специалистов к совершенствованию своих навыков и повышению квалификации [5].
4. Непрозрачность рынка труда. Хотя компании-работодатели используют онлайн-платформы (например, HeadHunter, SuperJob и другие) для поиска кадров, тем не менее, часть вакансий они не показывают. То есть компании привлекают «своих» людей, пользуются сарафанным радио и так далее. Такая политика ставит соискателей на рынке труда в неравные условия и подрывает конкуренцию. В результате сама компания нанимает специалиста с компетенциями, которые примерно совпадают их ожиданиям, а не человека, чья квалификация максимально соответствует ее запросу.
5. Бумажная бюрократия. Исследователи в области медицины и биоинженерии отмечают факт того, как бюрократические процессы в институтах влияют на эффективность научного процесса. Так, в Стэнфордском университете лаборантам биоинженерии просто нужно написать электронное письмо, и все, что им необходимо, появится уже через несколько часов. В нашей же стране для этого ученым нужно месяцами ждать реактивов, плюс получить их удастся, только если они были запланированы в бюджете. Из-за того, что заказ реактивов и необходимых материалов занимает много времени, ученые вынуждены сами привозить их в Россию [3].
6. Отсутствие уверенности в завтрашнем дне у граждан нашей страны. Большинство людей, живущих за рубежом, выделяют следующие причины уверенности в будущем:
 - стабильность и спокойствие, а не только высокие зарплаты;
 - стабильные курсы валют;
 - развитый частный сектор бизнеса; большой рынок, множество компаний и возможностей;
 - экологическая стабильность, когда города не доминируют над природой, а органично встроены в нее;
 - возможность быть средним классом, потому что для нахождения им за границей не нужно зарабатывать миллионы как в РФ, чтобы жить достойно;
 - пенсия – иностранцы в возрасте от 60 до 65 лет довольно много путешествуют, что часто недоступно российским пенсионерам».

7. Низкий престиж статуса ученого в России. В советское время науке отводились огромные ресурсы: финансовые, материальные, трудовые и информационные. Престиж научной деятельности был очень высок, что, в частности, поддерживалось повсеместной популяризацией достижений науки и высоким уровнем оплаты труда ученых. В момент перехода к рыночным отношениям бюджетные расходы на «чистую» науку и военно-промышленный комплекс резко сократились, уровень оплаты труда ученых снизился, а популяризация научного сообщества была практически полностью свернута. Нашей стране действительно нужна наука, как и любому другому государству, тем более в настоящее время.
8. Низкий уровень материально-технического обеспечения. В среднем, за границей состояние материально-технической базы науки намного лучше, чем в Российской Федерации. Это связано не только с более щедрым финансированием переоснащения материальной базы исследований, но и благоприятными условиями, регулирующими покупку, содержание и эксплуатацию оборудования и приборов.
9. Пропась между научными исследованиями, которые проводятся в институтах и реальным сектором. Инновации, о которых часто говорят высшие должностные лица, просто некому и не во что внедрять: нет заинтересованных в этом организаций, научные результаты не востребованы. Нынешняя ситуация несправедлива еще и тем, что проблема не в отечественной науке, а в том, что ее результаты не используют в стране [3].

Проблема оттока молодых специалистов стоит перед Россией особенно остро. Никто не берется предсказать, когда изменится ситуация с недостатком квалифицированных кадров. Пред тем, как требовать «редких» специалистов, нужно их воспитать и повысить престиж тех профессий, которых сейчас так сильно не хватает.

По мнению главы нашего государства, предотвратить «утечку мозгов» из России можно двумя способами, один из которых применялся в Советском Союзе. Об этом он заявил в интервью ТАСС «20 вопросов Владимиру Путину». По его словам, решить проблему можно либо по принципу «хватать и не пушать», как это было в советское время, либо обеспечивать людям хорошие условия труда и хорошо платить.

Что же следует понимать под обеспечением людей хорошими условиями труда? Во-первых, нужно разработать эффективную систему поддержки молодых ученых, которые только что защитили кандидатские и докторские диссертации. Во-вторых, привести в соответствие подготовку специалистов с потребностями развивающихся отраслей отечественной экономики. В-третьих, выработать политику приоритетного финансирования исследований, отвечающих научным интересам страны. В-четвертых, расширить связи с соотечественниками, проживающими за рубежом для обмена опытом, реализации совместных программ и укрепления профессиональных связей, чтобы создать условия для возвращения кадров на родину.

Уровень экономического развития и конкурентоспособность страны зависят не только от развития науки и технологий, но и от способности населения воспринимать инновации, степени его адаптации к качественно новым тенденциям экономического развития, от его интеллектуального потенциала. Это требует все более высокого уровня образования граждан, понимания сути инноваций, а значит, что необходимы определенные элементы научного способа мышления. В итоге, именно население потребляет или отвергает те инновационные продукты, которые должна производить российская промышленность, что, в свою очередь, определяет спрос на научные разработки.

Таким образом, чтобы ценные кадры не мигрировали из России, а трудились на благо страны, необходимо создавать благоприятные рабочие условия, о которых так говорят, но которых до сих пор не хватает.

Литература

1. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gks.ru/> – (Дата обращения: 26.04.2020).
2. Власова В.В., Рудь В.А. Глобальный инновационный индекс – 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/news/299608238.html> – (Дата обращения: 25.04.2020).
3. Курникова А.О., Чжэн Кэли. Дефицит квалифицированных кадров в России / А.О. Курникова, Кэли Чжэн // Научная инициатива иностранных студентов и аспирантов российских вузов: сборник докладов VIII Всероссийской научно-практической конференции, Томск, 16-18 мая 2018 г. – Томск: Изд-во ТПУ, 2018. – С. 246-251.
4. Сколько россиян эмигрировало из России и сколько вернулось назад не солоно хлебавши [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://jurist-161.ru/meditsinskoe-pravo/skolko-lyudej-pokinulo-rossiyu-v-2019> – (Дата обращения: 26.04.2020).
5. Эксперты: мозги из России уже не утекают, а бегут [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://newizv.ru/news/society/24-01-2018/eksperty-mozgi-iz-rossii-ne-utekayut-a-valyat-5ca82eba-82e5-4744-8647-9b8d2d7cda69> – (Дата обращения: 26.04.2020).

PROFESSIONAL APPROACH IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES IS A KEY FACTOR IN THE FORMATION OF COMPETENCIES OF FUTURE SPECIALISTS IN THE DIGITAL ECONOMY

M.E. Mamaeva

Tashkent Branch of Plekhanov Russian University of Economics,
Tashkent, Republic of Uzbekistan

mehriniso26@mail.ru

Abstract

In this article there explored the role of competence as a unity of the teacher's theoretical and practical readiness to perform professional function which characterizes the activities of the teacher as its subject in its independent, responsible, proactive interaction with the world. Thanks to this property, competency integrates the professional and personal qualities of a teacher. A professional teacher correctly directs students to acquire knowledge and purposefully apply the acquired skills and knowledge in forecasting, planning and implementing activities, activates them in developing their own abilities, in the pursuit of self-realization in socially useful activities, and ensures their professional development already during the period of study at a university. So, the author proves that the professionalism of a teacher in higher education has a powerful didactic potential for the formation of the necessary competencies for graduates, expresses recommendations on the organization of educational activities to solve this problem and determine the direction of further research in the sphere.

Keywords

Professional competencies, language lesson, modern university education, well-qualified, creative language classes.

Economic development of Uzbekistan in the context of globalization of the world economy and technological improvement is difficult to imagine without the rapid growth of digital economy. "The great thinkers of the East said that: - The greatest wealth is reason and science, the greatest inheritance is good upbringing, the greatest poverty is the lack of knowledge – reminded in his speech Shavkat Mirziyoyev The President of the Republic of Uzbekistan and added that: - ... the desire to acquire modern knowledge, to be enlightened and to have a high culture should become a vital need for all of us" [1].

The President pointed out that digital technologies play a decisive role in all spheres in the modern world. He noted that - ... Uzbekistan improved its position by eight points in the International Index for the Development of Information and Communication Technologies in 2019, but it still lags behind other states. To continue and bring to a new, modern level the work on the development of science and education, training the youth as individual who possesses profound knowledge, high culture and spirituality, and in order to create competitive economy, The President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev proposed declaring the Year of the Development of Science, Education and Digital Economy 2020 in our country. Today there have been created all conditions for the education of youth, active gaining information and communication technologies, acquisition of modern professions, and learning foreign languages in our country [2].

Currently economic conditions and realities of life have changed, entry of Uzbekistan into the world market as a full member, the adoption by all spheres of the state and society towards innovative development - all this poses many challenges to modern university education related to improving its structure, content and technology, and modern educational programs provide for the strengthening of

practical nature of higher education, its compliance with modern requirements of science, economics and public life. Therefore, the creation of professional approach in educational model of the university, the study of its influence on the formation, implementation, and self-improvement of the personality of students remains an urgent issue of pedagogy.

If you pay attention to the research of recent years, you can notice that one of the most urgent tasks among them is the formation of a graduate who is capable to adapt quickly to innovative high-tech industries and manufacturing; competitive in the labor market, possessing a breadth of system-integrative interdisciplinary horizons and who can transform fundamental knowledge in applied scientific and technical development received at the university. One of the ways to solve these problems is associated with the creation of professional approach in educational system based on an activity-competency approach, the essence of which is in students acquiring “knowledge, skills, and experience in order to achieve professionally and socially significant competencies.

At present, the main problem of the low professional competence of university graduates and their uncompetitive is the lack of practice in solving problems in the field of future professional activity. To prevent this important issue, it is necessary to revise the principles, methods and ways of developing the content of vocational education, to harmonize the standards for the preparation of bachelors with the professional standards of a certain field.

The professional competence of the graduate should be developed sequentially and systematically in the process of classroom, extracurricular activities, various types of practice, where certain conditions, the environment must be created, various methods and techniques are applied. Therefore, educational establishments want the teachers who are dedicated, well-qualified, have a good command of English, who work well with their colleagues, who can engage and motivate their students and who are committed to helping their learners succeed. But above all they want individuals who are good teachers. The notion of what it means to be a good teacher is a complex one, since good teaching draws on many different qualities that teachers bring to their classes – creating effective language classes, reflecting the knowledge, skills and understanding they have built up from their professional education and from their experience of teaching.

Language teaching, like other professions, is built around standards. Standards reflect the methodology that language teachers should know, the teaching skills they should possess, and the behavior they are expected to exhibit in their classes. Most institutions would not hire someone who had a poor command of English, who had no professional training, and who dressed and behaved badly. These are not the standards expected of language teachers. Many institutions and ministries of education have official documents that describe the standards that are expected of their teachers. [4, p. 264]

Your professional skills will be reflected in many aspects of your teaching – for example, by the degree of knowledge and experience that is demonstrated in your teaching, by the extent to which your lessons reflect careful planning, and by the extent to which you control your emotions in the class. A teacher’s interaction with his or her students must be respectful and appropriate at all times and should take into account each individual’s age, gender, culture, and religion. Maintaining professional standards is crucial both inside and outside the class and is also reflected in your use of language and the way you dress.

A good language lesson consists of much more than a series of activities and exercises that the teacher has strung together to occupy classroom time – and it involves much more than simply presenting the material in your textbook. Language teaching is not only a field of practical activity but also a discipline that draws on a considerable body of knowledge and practice. There are long traditions of theory, research, and practical experience to support contemporary approaches to language teaching. For this reason, teachers entering this educational specialization are required to acquire professional qualifications in order to assure that they are provided with a solid understanding of their subject.

Regardless of the level of a teacher’s qualifications, a good language lesson should reflect the specialized thinking and knowledge of an educated language-teaching professional. Every one of a teacher’s lessons should reflect a solid understanding of the nature of language, of second-language

learning and teaching, and of his or her learners – taking into account their needs as well as their learning styles and preferences.

One of the important aspects of a successful lesson is the extent to which you are able to create a positive environment for learning. The term effective language lessons refer to ways in which you arrange both the physical and the social dimensions of the class in order to provide a supportive environment for teaching and learning. No one can teach or learn effectively if the students are noisy and do not pay attention, use disruptive behavior, and do not treat their teacher or classmates with respect. Good classroom management is a prerequisite to an effective lesson. In some classes, a very supportive and positive atmosphere is immediately recognizable: students are relaxed and focused, and work well together as a group or community. In other classes, it is evident that the students have no desire to be there and make little effort to support their teacher or classmates.

These features of a lesson have to do with the ethos or climate of the class. Achieving a positive atmosphere depends on how the teacher and the students build up a sense of rapport and mutual trust. An important aspect of effective language involves the procedures that a teacher can employ to organize student behavior, movement, and interaction in order to avoid disruptions to the flow of the lesson. When dealing with a new class, routines need to be quickly established. Experienced teachers have a repertoire of procedures at their fingertips that enable them to arrange student groups, to handle equipment and lesson procedures, and to respond to interruptions and disruptions appropriately.

Creative teachers use activities which have creative dimensions. Teaching creatively means assessing activities and materials for their potential to support creative teaching. Researchers have identified a number of dimensions of creative tasks: they are said to involve open-ended problem solving, to be adapted to the abilities of the participants, and to be carried out under constraints (Burton 2010; Lubart 1994). Some of the features that identify as productive language learning tasks can also be seen to promote creative responses:

- tasks in which learners solve problems, discover something, overcome obstacles, or find information;
- topics that students already find interesting and that they would want to read about outside of class, such as stories we find about sports and entertainment personalities we find on YouTube and the Internet;
- activities that make connections to the learners' lives and concerns;
- aspects of an activity that are new or different or totally unexpected;
- tasks that concern ambiguous, problematic, paradoxical, controversial, contradictory or incongruous material stimulate curiosity;
- they look for tasks which give students a personal choice. For example, students can choose their own topics to write about in an essay or choose their own topics and group members in a discussion activity;
- they don't want their students to be so worried about making mistakes that they feel reluctant to take part in activities. Reward them for effort and not only for success;
- activities that require an original response. So instead of comprehension questions after a reading passage that test recall, they seek to use tasks that encourage a personal and individual response to what the student has read;
- activities that engage the learners' fantasy and that invite the learners to use their imagination for creating make-believe stories, identifying with fictional characters or acting out imaginary situations.

Creating effective classes means to look for new ways of doing things. Learning to teach means mastering the formats of different kinds of lessons – reading lessons, conversation lessons, listening lessons, and so on. Lessons are structured in different ways depending on their content but typically consist of openings, tasks, and closings. Delivering lessons over time, teachers develop routines and procedures that enable these dimensions of lessons to be carried out efficiently and effortlessly. But there is a tendency for teaching to become increasingly standardized - the “one size

fits all” approach – particularly when teachers are working within a prescribed curriculum and teaching towards tests. [5, p. 466] This often results in a teacher working from pre-packed materials such as a textbook and “transmitting” it efficiently. This is perhaps appropriate at the beginning stages of a teacher’s career but should not characterize the lessons of experienced teachers. Here are some comments by a teacher on how she seeks to introduce variety into familiar activities

The teachers who deliver effective lessons have a solid knowledge base. They know their subject – English, teaching English, and learning English - and they draw on their subject matter knowledge in building creative lessons. A knowledge base is important because without knowledge, imagination cannot be productive. Creativity doesn’t mean making unfocussed and unprincipled actions. It doesn’t mean making it up as you go.

Teachers deal with management issues differently, depending on the kind of class they are teaching, their relationships with their students, and their own individual teaching style as well.

Some learners look forward to their language class. Others dread going to class because they anticipate being engaged in activities that are not enjoyable, that appear to have little purpose, or that leave them feeling frustrated and/or embarrassed. As a teacher, you play a crucial role in developing a classroom atmosphere that encourages and motivates students in their learning. Perhaps you can recall the most inspiring language teachers they had as a student, and what made these teachers different and special. Among the qualities of exceptional language teachers are their enthusiasm for teaching, the high expectations they set for their learners, and the relationships they have with their students.

Expectations for student success can be achieved through praising students’ performance, by giving help to weaker students when needed, and by demonstrating the belief that one teacher expressed as “Every student in my class is a winner!” Establishing and exhibiting a warm, caring attitude toward students also contributes to building a positive class atmosphere. It has been shown that students who are treated as people and not just as numbers are generally more successful learners than those in classes where learners feel anonymous. It is important for teachers to learn their students’ names and show interest in them as individuals.

Creativity in teaching means having a wide repertoire of routines and strategies which teachers can call upon, as well as being ready to depart from established procedures and to use one’s own solutions. In general, I find that novice teachers are much less likely to be creative than experienced teachers simply because they are familiar with fewer strategies and techniques.

In this article there examined a number of factors that contribute to the effectiveness of a language lesson. Creating effective language lessons depends upon a number of factors, each of which can play a role in shaping the nature of a lesson. As we have seen here, effective teachers seek to meet high professional standards. In order to achieve this, they draw on their understanding of principles of effective teaching, they set clear outcomes for their lessons and plan their lessons carefully, they make use of strategies to manage their classes so as to facilitate successful teaching and learning, and they seek to make their learners the focus of their lessons. [3, p. 14]

Since teaching is a very personal activity and the strategies that good teachers use to create effective lessons will depend on a number of factors – such as the type of students the teacher is teaching, the class size, teacher’s experience and training, and teacher’s individual teaching style – there are no fixed rules and procedures for achieving successful language lessons. The key issue is the teacher’s active, ongoing involvement and reflection on the processes of teaching and learning, leading to a deeper understanding of the nature of effective teaching and how it can be achieved. The issues discussed in this article will help reflect on teaching beliefs and practices as everyone engage in the process of planning and teaching effective language lessons.

Literature

1. Decree of the President of The Republic of Uzbekistan Sh. M. Mirziyoyev on the State Program for the Implementation of the Action Strategy for the Five Priority Directions of Development of the Republic of Uzbekistan in 2017 - 2021 in the “Year of Development of Science, Education and Digital Economy”. National database of legislation, 03.03.2020, No. 06/20/5953/0246; 03/27/2020, No. 06/20/5975/0377.
2. Sh. M. Mirziyoyev the President of The Republic of Uzbekistan / From the message to the Oliy Majlis / “Year of Development of Science, Education and Digital Economy”. Available in: <https://www.un.int/uzbekistan/news/address-president-republic-uzbekistan-shavkat-mirziyoyev-oliy-majlis-0>. – (Date of access: 02.05.2020).
3. Abirova G.R. Interactive methods in teaching a foreign language in a non-linguistic higher educational institutions // Scientific and methodological electronic journal “Concept”. – 2017. – T. 14. – pp. 12–17.
4. Jones, Rodney. Discourse and Creativity // Harlow: Pearson. Lubart, 2012. – p. 264.
5. Sidikova F.Kh. Modernization in teaching a foreign language. In the collection: Current trends in the development of Russia: ways to efficiency. Materials of XI International Correspondence Scientific and Practical Conference. 2017. – pp. 463-468.

ЦИФРОВЫЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ДИСЦИПЛИН

Л.С. Махмутходжаева¹, И.М. Шамсиева²

1 - Ташкентский филиал Российского Экономического Университета им. Г. В. Плеханова,
г. Ташкент, Республика Узбекистан

2 - Ташкентский государственный университет востоковедения,
г. Ташкент, Республика Узбекистан

food-system@yandex.ru
irodashamsieva1968@gmail.com

Аннотация

В статье проведен анализ образовательных цифровых платформ, способствующих повышению качества обучения. На примере web-ресурсов исторического направления рассмотрены их возможности в качестве нового исследовательского инструментария историка.

Ключевые слова

Образование, онлайн, образовательные ресурсы, платформы, информационные технологии.

В Узбекистане в последнее время стало уделяться определенное внимание онлайн-обучению. В соответствии с Постановлением Президента Узбекистана Ширзиеева Ш.М. от 6 сентября 2018 года [1] в 2018 году предоставлено право всем вузам, учреждениям послевузовского образования, переподготовки и повышения квалификации кадров, независимо от их форм собственности и подведомственности, права организовывать дистанционное обучение. В результате была создана онлайн-платформа (<http://mt.edu.uz>) на базе Центра внедрения электронного образования. На первом этапе дистанционное обучение планируется внедрять для заочного и вечернего направлений, а в последующих этапах - для других направлений. Параллельно Республиканская высшая школа бизнеса и управления имени Беруни (<https://rgsbm.uz/ru>) при Национальном агентстве проектного управления при президенте также создает онлайн-платформу для предоставления обучающимся возможности освоить учебный материал независимо от места их пребывания в соответствии с их интересами, способностями и потребностями, развитием профессиональных навыков на основе использования информационных технологий.

Как это ни парадоксально звучит, сегодня ни государственные программы, ни международные рейтинговые агентства, а мировой вирус выдвинул в приоритетные три тренда в образовании:

- Массовый перевод обучения в дистанционный формат.
- Необходимость наличия цифрового аналога своих лекций/занятий у каждого преподавателя.
- Актуальность образовательных web – платформ.

Вступая в третье десятилетие XXI века, человечество сталкивается с таким количеством проблем и вопросов, что действительно трудно понять, на чем сосредоточиться. В быстро меняющемся мире, называемом VUCA это - акроним английских слов volatility (нестабильность), uncertainty (неопределенность), complexity (сложность) и ambiguity (неоднозначность) [2] мы должны попытаться переориентировать его на устойчивое развитие, то есть на новый способ действий, направленный на улучшение нашей окружающей среды. Однако изменение невозможно без обучения, так же как обучение невозможно без изменения.

Нынешние реалии, а именно карантин time в связи с пандемией COVID-19 вызвали необходимость кардинальной трансформации системы высшего образования, в том числе исторического, её новой парадигмы в современном цифровом обществе.

Данность сегодняшнего дня показала, что всё в истории имеет свое место и свое время. Модель, которая была традиционно хороша в XX веке, в условиях индустриального общества, когда образование представляла собой ориентацию на знание, умение, навыки, уходит в прошлое. В одном из своих интервью Патрик Гриффин, профессор Мельбурнского университета, руководитель международного научного проекта по оценке и преподаванию навыков и компетенций 21 века, сказал: «Навыки 21 века – направление, привлекающее внимание многих образованных людей в настоящее время. Суть концепции такова: ключевыми навыками, определявшими грамотность в индустриальную эпоху, были чтение, письмо и арифметика. В 21 же веке акценты смещаются в сторону умения критически мыслить, способности к взаимодействию и коммуникации, творческого подхода к делу. Многие исследователи добавляют к этому ещё и любознательность, хотя это, пожалуй, не столько навык, сколько качество, личная характеристика человека» [3].

Сегодня мир развивается в несколько раз быстрее, чем развивается образование. Значит гибкость не присуща системе образования как достаточно консервативной сфере общественных отношений. В условиях нынешнего кризиса стало очевидным что, традиционная система образования с ее существенно отложенными во времени эффектами не успевает перестраиваться под задачи цифровой трансформации. В связи с бурным развитием сегмента онлайн-образования все большую значимость для образовательного процесса начинает приобретать многоканальность - возможность получать знания из разных источников, через офлайн и онлайн-каналы. Последний предусматривает использование образовательных ресурсов, открывающих доступ к качественному образовательному контенту вне границ государств, вне зависимости от финансового положения и социальных статусов. В этом контексте для получения качественного образования и построения карьеры первостепенными становятся вопросы персональной мотивации и самодисциплины, объединяемые понятием «эмоциональный интеллект» — одним из ключевых элементов soft skills (гибких навыков). Настоящее образование начинается там, где есть внутренняя потребность учиться, интерес и креатив.

Понятие «образовательная платформа» уверенно вошло в жизнь исследователей, педагогов и студентов. Образовательная web-платформа» - это ограниченный, личностно ориентированный интернет-ресурсами ограниченная интерактивная сеть подобных, полностью посвященный вопросам образования и развития, непременно содержащий учебные материалы. Образовательные web- платформы предоставляют возможность получать знания, когда возникнет в них потребность, не выходя из дома.

В целом образовательные web – платформы в мире - достаточно популярное и развитое явление. Это проявляется в вовлечении актуальных учебных программ с аналоговыми информационными ресурсами в образовательную практику университетов.

Широкую популярность приобрел проект Coursera (<https://ru.coursera.org/>), основанный в 2012 г. профессорами информатики Стенфордского университета Andrew Ng и Daphne Koller. Платформа Coursera сегодня мировой проект, объединяющий более 190 образовательных учреждений. Помимо Coursera в глобальной сети есть несколько десятков онлайн курсов, дающих возможность получить образование разных уровней через Интернет, учиться онлайн в ведущих университетах мира, пополнять и закреплять имеющиеся знания, участвовать в профессиональных олимпиадах, семинарах, конкурсах, обмениваться знаниями и опытом с коллегами. Образовательные платформы — одна из ниш в онлайн-образовании. Это большой диапазон самых разных проектов: от поддерживаемого государством, организованного наиболее крупными университетами отдельной страны до небольшого сайта, созданного педагогами и студентами в целях изучения одной дисциплины. Эти интернет-проекты позволяют создать виртуальное образовательное пространство учреждений и делают

его доступным для всех интернет-пользователей. Главная цель образовательных платформ привлечь интерес обучающегося самостоятельно стремиться к знаниям и учиться новому.

На современном этапе развития технологий заинтересованному учащемуся доступна любая информация (историческая, философская, политологическая и т.д.), от многочисленных справочников и энциклопедий до телепередач и международной сети «Интернет». Именно поэтому заинтересовать учащихся прежними средствами и приемами удастся далеко не всегда.

Новые возможности онлайн доступа к оцифрованным источникам порождают повышение спроса на расширение арсенала исследовательских инструментов, ориентированных на обработку и анализ вводимых в научных оборот информационных массивов, поиск релевантной информации.

На наш взгляд, историк XXI века помимо базовых исторических знаний, должен обладать необходимыми в компетенциями (softskills) в числе которых, умение работать удаленно, быть профессионалом bigdata – уметь собирать и распоряжаться с большим объемом информации, самообучаться, знать основы IT технологий и др.

Цель современного образования сформировать у обучающихся умение и навыки самообучения и саморазвития. И в этом плане образовательные web –платформы имеют такое преимущество. Центром изучения истории и новых медиа Роя Розенцвайга (RRCHNM) при университете Джорджа Мейсона (США) были разработаны, в частности, два известных бесплатных программных продукта с открытым исходным кодом: Zotero и Omeka ориентированных на будущих историков [4]. Zotero (<https://www.zotero.org/>) – это программа, позволяющая подбирать в сети цитаты со ссылкой на источники, сохранять веб-страницы, видео, ссылки на релевантные материалы в Интернете, формировать персональные тематические библиографические списки, использовать теги и т.д. Omeka (<https://omeka.org>) – онлайн продукт, имеющий функции издательской веб-платформы, ориентированной на потребности музеев, исследователей, любителей истории, образовательных структур. Достоинством этой разработки является простота и доступность работы в данной программной среде в целях подготовки онлайн публикаций, создания цифровых коллекций. Использование технологий Web 2.0 при разработке сайтов историко-культурного содержания на платформе Omeka создает возможности для интерактивного режима и активного вовлечения пользователей при реализации проектов в русле публичной истории и открытого образования.

В 2018 году издание «ТНЕ» (Time higher education) опубликовало доклад, в котором был проведен опрос среди 45 университетов и 63% респондентов ответили что, вероятнее всего только элитные университеты смогут перейти на онлайн преподавание к 2030 году. Но нынешние реалии показывают, что COVID-19 ускорил эту ситуацию как минимум на 10 лет и в чрезвычайных обстоятельствах мы вынуждены переходить на дистанционное, он-лайн преподавание [5]. При онлайн обучении студенты стали больше самостоятельно работать и развиваться. Сейчас в силу сложившейся ситуации, они вынуждены самостоятельно искать и анализировать, а также обобщать учебный материал.

В университетах Республики Узбекистан на данном этапе нет кафедр, в названии которых содержится упоминание цифровых гуманитарных наук. Реальность сегодняшнего времени настоятельно диктует создание направления «Цифровая история» ориентированной на подготовку новых историков обладающих всеми компетенциями (softskills) XXI века и способных адаптироваться в быстро меняющемся мире.

Резюмируя вышесказанное, можно заключить, что кризис пошел на пользу образованию. Безусловно, после пандемии высшее образование уже не будет прежним. Эксперты по образовательной политике считают, что после её окончания учебные заведения не захотят полностью возвращаться к привычному формату обучения. Онлайн-образование в формате цифровых образовательных платформ, резко вырвавшись вперед, создаст конкуренцию традиционному образованию. XXI век уже назван веком информационных технологий. Сегодня сложилась беспрецедентная ситуация, такого не было уже достаточно

давно, чтобы весь мир ушел на карантин. И несмотря на все негативные последствия данной ситуации для здоровья людей, для экономики, это определенный знаковый период для всей сферы образования. Потому, как мы уже убедились, нет пути назад, достигнута точка не возврата, и мы все переходим на совершенно новые форматы преподавания и обучения.

Литература

1. Постановление Президента РУз Мирзиёева Ш.М. от 06.09.2018 г. О дополнительных мерах по совершенствованию системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в области корпоративного, проектного управления и государственных закупок. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uza.uz/ru/documents/o-dopolniteynykh-merakh-po-sovershenstvovaniyu-sistemy-podgo-06-09-2018> – (Дата обращения: 01.04.2020).
2. Warren B., Burt N. Leaders: Strategies for Taking Charge // New York: Harper & Row, 1985. – P. 244.
3. Patrick Griffin and Esther Care discuss CPS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coursera.org/lecture/atc21s/5-3-interview-patrick-griffin-and-esther-care-discuss-cps-slXcc> – (Дата обращения: 04.04.2020).
4. Бородкин Л.И. — Историк и мир (больших) данных: вызовы цифрового поворота // Историческая информатика. – 2019. – № 3. – С. 14 - 30. DOI: 10.7256/2585-7797.2019.3.31383. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=31383 – (Дата обращения: 01.04.2020).
5. Махмутходжаева Л.С. Преподавание во время кризиса – новые тренды / Сборник трудов XIV международной научно-практической конференции «Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития в условиях цифровой экономики». – Минск. 2020. – (Дата обращения: 03.04.2020).

ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ТРАЕКТОРИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ СТУДЕНТА

В.А. Пивоваров

Воронежский государственный университет, Воронеж, Россия

wladimirpivovarov@yandex.ru

Аннотация

В данной статье затрагивается проблема определения термина «индивидуальная траектория профессионального развития студента». Проанализированы источники со схожей терминологией. В результате сформулировано авторское определение и обозначена актуальность данной проблематики в современной системе образования.

Ключевые слова

Индивидуальная траектория профессионального развития, высшая школа, индивидуальная образовательная траектория.

Образовательная деятельность в высшей школе должна быть построена на базе индивидуальных траекторий профессионального развития каждого студента, что предполагает акцент на мотивах, целях и интересах учебного процесса для обучающихся, где образовательный процесс должен способствовать приданию личностного смысла овладению будущей профессией, играть на выработку у студента собственной позиции по отношению к выбору профессиональной сферы, к недостаткам и преимуществам будущей профессии. Согласно этому направлению, профессиональная подготовка не может осуществляться без учета индивидуальных особенностей студентов, а более точным методом реализации данной тенденции является проектирование и развитие личностной или индивидуальной траектории.

Проанализировав научные работы, посвященные данной теме, которая находится на стыке психологического и педагогического рассмотрения проблемы, мы пришли к выводу, что разные авторы по-своему оценивают понятие «индивидуальной траектории». Так, к более часто используемым описаниям этого явления относятся термины «индивидуального пути», «индивидуальной образовательной траектории», «индивидуального маршрута обучения» и так далее. Эти понятия носят синонимичный характер.

Индивидуальная образовательная траектория представляет собой целенаправленное движение в рамках освоения учебной программы, знаний и навыков, которые способствуют развитию кругозора обучающегося и формированию личностной позиции по предмету, теме или субъективным правам и интересам субъектам изучения.

К индивидуальной образовательной траектории относятся также процессы по разработке и реализации учебного плана, что является задачей преподавателей в целях саморазвития и самоопределения студентов. Данной позиции придерживаются С. В. Воробьева, Н. А. Лабунская, Ю. Ф. Тимофеева и многие другие.

Существуют и другие описания индивидуального образовательного маршрута, где в центре образовательной программы лежит необходимость реализации потребностей, опыта и индивидуальных способностей студентов высшей школы, что определяет их готовность к освоению учебного плана и выполнению заданий стандартам образовательной системы для определенного курса и формы обучения.

Как уже было сказано, в научной литературе можно встретить синонимичное толкование понятий индивидуальной траектории и индивидуально ориентированного образовательного маршрута. Однако некоторые ученые относят эти два понятия к разным категориям, считая, что

индивидуальная образовательная траектория по сравнению с индивидуальным образовательным маршрутом имеет более широкое значение, что в свою очередь предполагает различные направления реализации учебного плана. С этой позицией согласна группа ученых во главе с Г. А. Бордовским, С. А. Вдовиной и другими.

Если исходить из такого описания, то к направлениям реализации учебных программ относятся: *содержательный* (разнообразие программ обучения с учетом индивидуальных и творческих способностей учащихся); *деятельностный* (использование специальных методов преподавания); *процессуальный* (реализация организационного метода) подходы. Из этого можно сделать вывод, что индивидуальная образовательная траектория включает в себя не только учебный план, который выступает содержательным компонентом, но и специальный метод реализации образовательного маршрута (организация и планирования образования и самообразования).

Отдельного внимания заслуживает позиция А. П. Тряпициной, которая оценивает это понятие, как тип образовательной программы, одновременно являющейся организационно-управленческой деятельностью для реализации личностной ориентации и мотивов учебы, а также своеобразной моделью достижения результатов образовательного стандарта, в том случае, если выполнение стандартов связано с индивидуальными способностями, навыками и знаниями учащихся [4, с. 81-85]. Это уникальная позиция, которая в полной мере отражает специфику такого понятия, как индивидуальная образовательная траектория.

Представим еще одну оценку индивидуальной образовательной траектории. Данное понятие рассматривается, как личный выбор обучающегося по реализации своего потенциала и скрытых возможностей в сфере образования через выполнения определенных задач и целей образовательной программы. А. В. Хуторской. Ученый считает, что для правильного понимания индивидуальной траектории необходимо выделить цель, которая осуществляется через этот маршрут, то есть реализации каких прав и возможностей обучающихся способствует индивидуальная траектория.

Также следует отметить, что А. В. Хуторской рассматривает индивидуальные пути обучения, как совокупность взаимосвязанных компонентов, выделяя основными образы и смыслы образовательной деятельности для каждого обучающегося, возможность постановки и реализации личных целей и задач, право на реализацию образовательного плана в личном темпе, форме и категория обучения, право на рефлекссию, то есть осознания значимости и результатов своей деятельности, на оценку, корректировку и отказ от прежних позиций, вне зависимости от общепринятых позиций в различных научных областях [5, с. 277].

По мнению, Е. А. Александровой преподаватель должен учитывать личностную или индивидуальную образовательную траекторию обучающихся, но это понятие в данном случае не распространяется на процесс самоопределения, и образование не может выступать, как основной механизм формирования «собственного я», то есть не распространяется на сферу воспитания. На основании этого автор высказывания определяет индивидуальный маршрут обучения или *индивидуальную образовательную траекторию* одновременно с позиции А. В. Хуторского (персональный путь развития потенциала учащихся), а также как выполненную совместно с педагогом, *программу* индивидуальной образовательной деятельности, где находит отражение мотивы, *понимание*, обоснование целей общества, а также личностных ориентиров обучающихся, *необходимости их сочетания* с ценностями всего общества и мирового наследия; это также *результат* свободного выбора содержания, тем и формы образовательного процесса [2, с. 141].

Е. А. Александрова выделяет основные индивидуально образовательные траектории, которые на практике представлены в совокупности конкретных знаний, навыков, интересов учащихся, государственных стандартов и содержания учебной деятельности. В настоящее время основными считаются *воспитательная (лично и социально ориентированная) и учебная (творческая, практическая, познавательная) траектории*.

Взаимодействие преподавателя и учащихся в системе общего образования в рамках подготовки и реализации этого комплекса индивидуальной образовательной программы зависит от методологической базы учебного процесса в старших классах, при этом акцент сделан на право

самоопределения и самообразования учащихся, развитие их индивидуальностей. В своей научной работе Е. А. Александрова выявила определенную закономерность, которая устанавливает последовательность этапов разработки и выполнения личностных образовательных траекторий учащихся.

Первый этап: преподаватель, основываясь на собственных наблюдениях, поведении обучаемого, проводит анализ черт обучения в отношении каждого, после чего *проектирует* цели и задачи учебной деятельности, *прогнозирует* темпы индивидуального образовательного маршрута и определяет возможные результаты образовательного процесса. Таким образом, создается первая модель индивидуальной образовательной траектории старшеклассника по мнению преподавателя.

Второй этап: педагог-практик *организует* индивидуальные занятия или беседы для каждого старшеклассника, а также, возможно, групповые обсуждения, на которых ученики смогут поразмышлять о своих возможностях, успехах в учебе и сформировать собственную модель индивидуальной образовательной траектории.

Третий этап: в рамках развития у старшеклассников готовности к самостоятельному выбору содержания индивидуальной образовательной траектории, учебной программы, и совершенствования необходимых знаний и навыков, позволяющих реализовать мотивацию и интересы учащихся, преподаватель моделирует различные учебные ситуации и проводит тренинги по коммуникационным.

Четвертый этап: благодаря совместной работе преподавателя и обучающегося может быть сформирована оптимальная индивидуальная образовательная траектория школьника с учетом его творческих способностей, нераскрытого потенциала, навыков и знания.

Пятый этап: преподаватель понимает, что старшеклассник уверен в своих решениях и берет на себя всю ответственность за выбор индивидуальной образовательной траектории – основываясь на этом, педагог разрешает учащемуся действовать самостоятельно на этапе реализации пробной учебной программы, при этом координируя и *консультируя* ученика с целью достижения наилучших результатов самообразования и самоопределения.

Шестой этап: еще одной немаловажной задачей преподавателя является организация и координация профессиональной деятельности других педагогов в школе, а также в других образовательных учреждениях, которые посещает старшеклассник; здесь важна *координация* работы психологов, социальных работников, субъектов общественных отношений, так или иначе связанных с реализацией индивидуальной образовательной траектории школьником.

Седьмой этап: для повышения заинтересованности и корректировки показателей по реализации индивидуальной образовательной траектории педагог проводит мероприятия с целью развития коммуникационных навыков, дебаты, групповые занятия, дискуссии и так далее.

Восьмой этап: учащиеся при реализации индивидуального образовательного курса могут сталкиваться с проблемными ситуациями межличностного общения и достижения положительных результатов в учебе. Таким образом, совместно ученик и преподаватель разрабатывают индивидуальный алгоритм принятия решений в конфликте или спорной ситуации в учебе, а учащийся тем самым получает новый опыт. [2, с. 160-164].

Отдельно стоит отметить, что обязательным условием успеха разработки, поиска и реализации индивидуальных образовательных траекторий старшеклассниками является, по мнению Е. А. Александровой, специально организованное *педагогическое сопровождение*, моделирование *первичных ситуаций* процесса обучения с целью самостоятельного анализа и сознательной разработки своей образовательной траектории обучающимся; также важно представить ученику *вторичные ситуации*, которые он должен научиться решать, за счет адекватного ответственного выбора стратегии обучения, межличностного общения, выбора типа поведения и способа выхода из конфликтных ситуаций, что не должно противоречить соблюдению социокультурных норм и оценочной системе, принятой учащимся.

В настоящее время активно развивается дистанционное обучение, которое также мы рассматриваем, как способ формирования и реализации индивидуальной образовательной траектории студентов; в данном случае принципами такого обучения станут осознанность

перспективы, гибкость личностно-ориентированного обучения, динамика в освоении образовательной программы и важность индивидуального подхода.

С. А. Агапова рассматривает вопросы развития и использования в повседневной деятельности личностно-ориентированного пути обучения, то есть именно индивидуальной траектории учебного процесса для бакалавров. По ее мнению, этот процесс можно сравнить с формой творческой реализации, с личностными смыслами, значениями, целями и этапами, которые нужно пройти самостоятельно или с педагогом. Наиболее оптимальным методом в данном случае является включение преподавателей в организацию конкурсов профессионального мастерства, где каждый педагог-практик представит свою модель индивидуального пути в профессиональном развитии будущих преподавателей, состоящую из мотивационной или мотивационно-психологической, содержательной, оценочной и рефлексивной частей [1, с. 64-66].

Каждый из этих аспектов играет важную роль в успешной разработке и реализации индивидуальной траектории профессионального развития бакалавров. Так, например, часть мотивационно-психологическая связана с компетентностью будущего преподавателя, а это в свою очередь позволяет ему решать проблемы обмена опытом, пробы сил, позитивного настроения в работе. В свою очередь содержательный аспект связан с ключевыми моментами и особенностями в поэтапном выполнении заданий на приобретение знаний и навыков для успешной профессиональной деятельности, поэтапного усложнения профессиональных заданий в рамках образовательного процесса.

На основании всего вышесказанного можно сделать вывод, что вопросы разработки и реализации индивидуальной образовательной траектории являются актуальными, но при этом в настоящее время практически отсутствует научная база по данной проблеме. Стало недостатком обилие противоречивых точек зрения на понятие, особенности и разделение индивидуальной образовательной траектории, как современного явления в обучении в отношении старшеклассников, так и студентов высшей школы. Авторы придерживаются не столько разных точек зрения, сколько предлагают решения описательной проблемы этого явления с учетом различных позиций.

Важно отметить, что индивидуальная образовательная траектория более объемно была изучена в отношении учащихся средней школы - примеры анализа можно найти в работах ученых А. В. Хуторского, Г. М. Кулешова, Н. Н. Суртаева, Е. А. Александровой, но с нашей точки зрения эта проблема является более характерной для среднего и высшего образования (а также для системы дополнительного образования).

Таким образом, *профессиональное развитие* студента в образовательном процессе вуза – это целенаправленное осознание новых знаний и навыков, способностей, свойств и возможностей личных качеств и умений. Студент должен стать субъектом проектирования индивидуальной траектории профессионального развития для избежания недочетов и для самоопределения себя в профессиональной сфере.

В данной связи *«индивидуальной траекторией профессионального развития является персональная стратегия профессионального роста студента, совершенствования его личностных качеств, формирования профессиональных компетенций, выстраиваемая на основе осознания и субъективации профессиональных целей и задач, норм, а также признания уникальности личности и создания условий для реализации ее потенциала»* [3].

На основании этого конструкция индивидуальной траектории профессионального развития включает в себя два элемента – инвариантный и вариативный. Первый компонент направлен на формирование модели бакалавра с необходимыми компетенциями для успешного выполнения профессиональных задач, а также состоит из базовых норм, знаний и навыков в профессиональной сфере, которые зависят от индивидуальных качеств.

В свою очередь вариативный компонент индивидуальной траектории специального или профессионального развития тесно связан с личностью студента, с его психологией и мотивами деятельности, типом поведения, способностями, интересами и потребностями, а их удовлетворение в таком случае требуется для личностного роста в профессиональной сфере, развития индивидуальности будущего специалиста. Внедрение этих механизмов в

существующий образовательный процесс будет возможно только в случае эффективного педагогического проектирования индивидуальных траекторий в рамках совместной работы обучающихся и педагога.

Литература

1. Агапова С.А. Профессиональное развитие педагога/ С.А. Агапова //Среднее профессиональное образование, № 2, 2010. – С. 64-66.
2. Александрова Е.А. Новые ценности образования: Миссия классного воспитателя / Е.А. Александрова. – Вып. 1 (31), 2007. – С. 139-167.
3. Ерыкова В.Г. Формирование индивидуальной образовательной траектории подготовки бакалавров информатики / В.Г. Ерыкова. – дисс. ... к.п.н. – Москва, 2008. – 204 с.
4. Тряпицына А.П. Теория проектирования образовательных программ /А. П. Тряпицына // Петербургская школа – Санкт-Петербург: Питер, 1994. – С. 31-38.
5. Хуторской А.В. Современная дидактика: Учебник для вузов / А.В. Хуторской. – Санкт-Петербург: Питер, 2001. – 544 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ЦИФРОВОГО ОБУЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МАССОВОГО ПЕРЕХОДА НА ДИСТАНЦИОННУЮ ФОРМУ

Т.В. Прохорова

ГУО «Институт бизнеса Белорусского государственного университета»,
Минск, Республика Беларусь

prokhorova@sbmt.by

Аннотация

В статье рассматриваются современные тенденции цифровой трансформации высшего образования, связанные с повсеместным применением дистанционной формы обучения, перспективы рынка EdTech. Анализируется опыт перехода на дистанционное обучение студентов дневной и заочной форм обучения Института бизнеса Белорусского государственного университета. Рассматривается вопрос качества предлагаемых образовательных материалов, размещаемых на образовательных платформах. На основании результатов опроса студентов оценивается востребованность коммерческих образовательных приложений.

Ключевые слова

Цифровизация образования, дистанционное обучение, EdTech, качество обучения.

Цифровая трансформация образования, вызванная широкомасштабным внедрением информационно-коммуникационных технологий и потребностями информационного общества, в 2020 году ускорилась под влиянием сложной эпидемиологической ситуации. Автоматизация и виртуализация всех отраслей национальной экономики побуждает работодателей и работников адаптироваться к новым условиям, осваивать новые знания и навыки. Возникшие проблемы на рынке труда, конкуренция за рабочие места стимулируют сотрудников срочно переучиваться и пробовать себя в новых профессиях

Современная ситуация требует не только от учащихся, но и от педагогов учиться здесь и сейчас, с минимальным ресурсом времени на переформатирование подготовленных заданий и апробирование нового для них программного инструментария. Следует заметить, что на постсоветском пространстве из-за строгого государственного регулирования образование достаточно консервативно, оно относительно недавно подверглось цифровизации. Практический опыт показывает, что механический перенос традиционных уроков в онлайн-пространство не эффективен, снижает качество образования. Следовательно, остро востребовано применение новых подходов.

Цифровизация образования привела к развитию теории и практики применения ИКТ в учебном процессе; разработке онлайн-курсов, использующих технологичные образовательные инструменты; внедрению LMS и EMIS систем. В результате сформировался рынок EdTech (EducationTechnology). На данный момент он представляет собой динамично развивающийся сегмент мирового рынка с довольно большой конкуренцией. В 2016 г. Дэвид Бэинбридж объявил EdTech новым Финтехом, который никогда не подведет инвесторов [1]. Но действительно крупные капиталовложения в эту сферу наблюдаются только в последнее время. В соответствии с исследованиями, проведенными Citi Global Perspectives & Solutions (Citi GPS) на образование в 2018 году в мире было потрачено около 6 трлн. \$, и только около 2,5% из этого (150 млрд. \$) было направлено в сторону Edtech. Распределение средств по странам идет крайне неравномерно. Наибольшее количество инвестиций направляется в Китае. Совокупный среднегодовой темп роста расходов на EdTech в Азии составил 17%, в

Африке 16% и Латинской Америке 15%, – это три самых быстрорастущих региона по оценке Citi GPS [2].

По всему миру ведется разработка образовательных приложений, основанных на использовании современных цифровых технологий. Лучшие стартапы становятся достоянием всего человеческого общества [3].

Исследования аналитиков Forbes выделяют следующие тренды 2020 года, свойственные сфере цифрового обучения [4]:

1. Качественное обучение в дистанционном формате становится более доступно с точки зрения преодоления языковых, территориальных, физических и финансовых барьеров.
2. Использование технологий искусственного интеллекта и BigData позволяет реализовать индивидуальный подход к каждому учащемуся.
3. Интеллектуальные инструменты освобождают преподавателей от решения рутинных задач и позволяют больше времени посвящать персональным консультациям.
4. Виртуальная реальность позволяет эмоционально окрасить и приблизить к практической действительности многие изучаемые темы учебных дисциплин.
5. Внедрение smart- систем позволяет повысить эффективность автоматизации административной и хозяйственной деятельности учреждений образования от контроля посещаемости по системе распознавания лиц на входе до контроля коммунальных расходов благодаря датчикам освещения и отопления.

В результате на рынке появляются образовательные центры, бизнес-школы, курсы повышения квалификации, корпоративные университеты, все эти учреждения готовы более гибко реагировать на требования рынка по сравнению с традиционными вузами. Происходит коммерциализация образования.

В этой связи возникает вопрос о роли вуза в условиях цифровой трансформации общества. Пока открыт вопрос, насколько классическое образование сможет приспособить свои программы и планы к изменяющимся требованиям экономики, особенно в условиях современных вызовов и форс-мажорных обстоятельств. Массовый переход учреждений образования по всему миру в результате распространения коронавирусной инфекции явился серьезным вызовом высшей школе и проверкой на способность перейти в дистанционный формат. Возникает закономерный вопрос о качестве предлагаемого контента. С одной стороны преподаватели государственных вузов располагают научно достоверным, проверенным учебным материалом, но с другой стороны на образовательных коммерческих платформах зачастую работают профессионалы, которые создают учебные материалы изначально под дистанционный формат.

Студенты Института бизнеса БГУ открыты знаниям и активно наращивают свой интеллектуальный капитал. В марте – апреле 2020 года с использованием Google – форм автором исследования было проведено анкетирование студентов специальностей «Бизнес-администрирование» и «Управление информационными ресурсами». Результаты показали, что 2/3 опрошенных не ограничиваются только предлагаемыми преподавателями материалами, размещаемыми на учебном портале Института. Причем только чуть более 10% считают, что в этом нет никакой необходимости. Остальные 90% либо изучают, либо открыты для изучения учебных материалов в Интернет.

Подавляющее большинство студентов в первую очередь обращают внимание на бесплатные приложения и платформы. В настоящее время такая возможность расширилась благодаря тому, что коммерческие фирмы в связи с пандемией открыли бесплатные доступы к своим разработкам.

Анкетирования показали, что студенты достаточно высоко оценивают труд наших преподавателей. Причем наивысший балл ставит взрослая аудитория – студенты, получающие заочное образование (рис. 1).

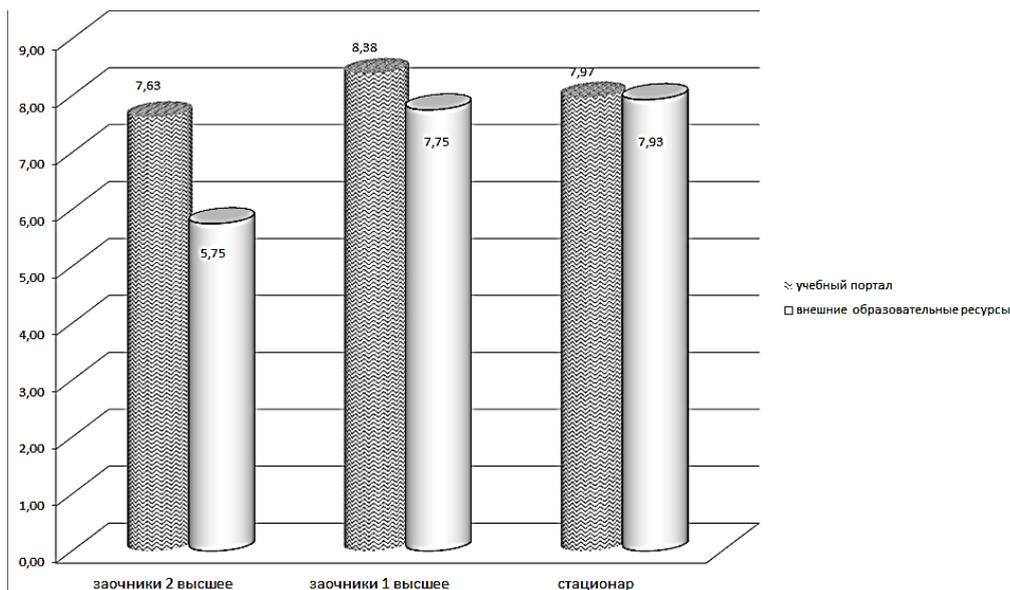


Рисунок 1. Оценка удовлетворенности дистанционным обучением

Оценка по 10-балльной шкале степени удовлетворенности работой на учебном портале в этом семестре в целом по всем формам обучения составила 7,98 баллов. Что можно оценивать как очень хороший результат, принимая во внимание, что многие преподаватели в экстренном режиме расширяли присутствие в образовательной дистанционной среде. По альтернативным образовательным платформам и программам студенты выставили 7,76 баллов.

Следует уточнить, что 1/3 студентов (35%) глубоко не вникали в суть этих приложений и выходили, ознакомившись с предлагаемым им функционалом.

Таким образом, студенты более удовлетворены предоставляемыми им учебными ресурсами со стороны профессорско-преподавательского состава Института бизнеса, чем теми, что находят и осваивают самостоятельно.

В целом, лекционные занятия логичнее и проще перенести на учебный портал, что совершенно правильно воспринимается студентами. Почти 2/3 студентов указали, что они готовы в дистанционной форме слушать более 80% лекций.

Однако точки зрения, касающиеся практических занятий, более вариативные: рис. 2.

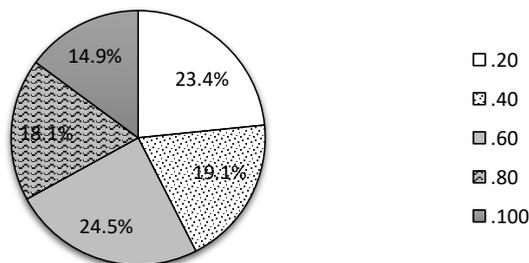


Рисунок 2. Востребованность в дистанционном формате практических занятий

Такая разница в оценках лекционных и практических занятий говорит не только о необходимости индивидуальных дополнительных консультаций при решении практических задач, но и о форме и качестве организации семинаров онлайн. В силу специфики учебных дисциплин бывает сложно подобрать соответствующий формат занятий. Да и далеко не каждый преподаватель владеет современными программными инструментами.

Соответственно, студенты начинают искать недостающие знания на внешних образовательных ресурсах.

Только 17,9% указали, что им абсолютно достаточно знаний, получаемых на учебных занятиях и в дополнительных учебных курсах и программах, они не нуждаются. Среди платформ наиболее часто называется TED, Coursera, Skyeng, Edx; SoloLearn, а также программы обучения иностранным языкам. 48% опрошенных используют приложения еженедельно или систематически.

Т.е. интерес к дополнительным образовательным ресурсам является очень высоким и преподавателям следует задуматься о концепции:

- использования ресурсов;
- сотрудничества с компаниями, работающими на рынке образовательных услуг;
- создания более качественного контента на основании изучения опыта конкурентов.

С точки зрения автора статьи наиболее целесообразен третий подход. Дополнительное исследование выявило, что в качестве основных проблем, связанных с использованием альтернативных программ и ресурсов, студенты указывают недостаток времени (44,6%), необходимость оплаты качественного платного контента (21,4%).

Качество обучения, с точки зрения студентов, позволяют повысить видеолекции, электронные учебники, а также приемы геймификации. Также студенты достаточно позитивно оценивают роль искусственного интеллекта и виртуальной реальности.

Среди рисков внедрения цифровых технологий в образование 47% студентов отметили снижение уровня эмоционального интеллекта, более трети предполагают снижение общего уровня подготовки. 39% отмечают отрыв теории от практики. Только 7% отметили, что не видят рисков либо считают, что риски несущественны.

Таким образом, современное поколение студентов готово к самостоятельным занятиям в дистанционном формате. Исследование показывает, что в большей степени в таких занятиях заинтересованы студенты заочной формы обучения. Ближайшая задача профессорско-преподавательского состава – овладеть на высоком уровне цифровыми инструментами для адаптации учебных курсов под новый уровень требований образовательной системы.

Литература

1. David Bainbridge. EdTech is a new fintech. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://techcrunch.com/2016/08/13/edtech-is-the-next-fintech>. Date of access: 10 May 2020.
2. Education: power to the people [Electronic resource]. – Mode of access: <https://ir.citi.com/5BipmxFO%2BOdeRJGWpUH7wwFfwgXRQCFumBO6%2FGsE%2FUpYqTrRGlddrgsjzgIU8nWFPc5WP%2BP%2FEw%3D>. – Date of access: 10 May 2020.
3. Trajkovska B. 10 European EdTech startups changing the face of education in 2020. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.eu-startups.com/2020/02/10-european-edtech-startups-changing-the-face-of-education/>. – Date of access: 10 May 2020.
4. Bernard Marr. The Top 5 Tech Trends That Will Disrupt Education In 2020 - The EdTech Innovations Everyone Should Watch. [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2020/01/20/the-top-5-tech-trends-that-will-disrupt-education-in-2020the-edtech-innovations-everyone-should-watch/#55c82cb72c5b>. – Date of access: 10 May 2020.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ

М.Я. Ходжаева

Филиал Российского экономического университета, Ташкент, Узбекистан

ms.merihod@mail.ru

Аннотация

Актуальность исследования трансформации национальных систем образования под натиском глобальных тенденций и угроз возрастает с каждым днем. Первостепенной задачей экономической науки на современном этапе становится глубокая аналитическая работа по сбору и систематизации эмпирических фактов, изучению реальных процессов и практического опыта оперативного перевода учебного процесса в онлайн режим, создание и развитие инновационных методов исследования новой реальности, развитие научных коммуникаций и многое другое.

Ключевые слова

Инновации, модернизация, образовательная среда, образовательный контент, процесс образования, развитие, цифровизация, экономический кризис, эффективность.

При появлении новых технологий по мере их коммерциализации и диффузии на рынке происходит актуализация накопленных ранее и адекватных переменам знаний и опыта, которые ускоряют процессы освоения и внедрения в жизнь новых методов повышения качества и производительности.

Исследователи инициируют актуализацию спорных вопросов и приоритетных аспектов, возникающих в процессе инновационного и цифрового развития. Для сферы образования в условиях цифровизации и усиления влияния кризисных факторов существует целый спектр разномасштабных направлений исследований. Резкий переход на дистанционное обучение национальных систем образования в период кризиса 2020 года выявил не только проблемные зоны, но и мощный интеллектуальный и технологический потенциал.

Анализ публикаций по проблемам трансформации образовательной среды под влиянием цифровых технологий осуществлен с целью сопоставить степень актуальности, поднимаемых авторами проблем в докризисном периоде и сегодня.

Современные национальные системы образования переживают очень интересный и насыщенный новыми беспрецедентными ситуациями этап. Это время проверки образовательных организаций на устойчивость, обеспечиваемую кадровыми и материально-техническими ресурсами, время конфликта традиционных и новейших подходов к организации учебного процесса, период смены поколений в сфере образования, что само по себе уже придает национальным системам образования и образовательным организациям технологический импульс [1, с. 29-35].

В этом плане интересен опыт европейских государств, где эти процессы ощущаются наиболее остро. Европейские и российские исследователи отмечали, что новые технологии в образовании и цифровые компетенции персонала и студентов позволят поднять систему образования на флагманский уровень в достижении экономической стабильности. Европейские образовательные ресурсы обслуживают спрос на глобальном уровне в формате социальных университетов постиндустриального общества. Этот опыт подчеркивает, что

эффективность образовательной среды достигается только при условии реформ общегосударственного масштаба.

Опыт США показывает, что под влиянием роста конкурентного давления со стороны новых международных университетов на глобальной образовательной площадке и при сокращении государственной поддержки очень важно сконцентрировать ресурсы на внутреннем развитии. Поэтому университеты США развиваются в направлении создания практико-ориентированных учебных программ, а также развития новых форм масштабируемого онлайн-обучения.

В то же время для стремительно растущих экономик очень важен вопрос о сбалансированном распределении ресурсов, наличие которых определяется технологиями их создания. Исследователи констатируют недостаточность для прорыва в образовании экстенсивного подхода, но также отмечают его необходимость на этапе формирования материально-технического и кадрового обеспечения процесса цифровизации.

При нормативной и институциональной поддержке со стороны государства все более реально ощущается рост качества образования на уровне регионов страны. При этом современные правительства придерживаются политики упрощения доступа населения к образовательным ресурсам, то есть либерализации образования. И в этом направлении в научной литературе предлагается немало подходов к созданию концепций развития с использованием зарубежного опыта.

Современная образовательная среда включает разнообразные доступные ресурсы онлайн обучения, в том числе некоммерческие онлайн курсы, количество которых постоянно растет, что расширяет её границы. Очень популярным теоретическим и практическим примером современной цифровизации обучения в свободной образовательной онлайн среде является массовый открытый онлайн-курс (Mass open online course (MOOC), разработанный Американским музеем естественной истории в Нью-Йорке для платформы Coursera.

Существуют различные мнения о том, как подобные ресурсы влияют на образовательную среду и насколько они эффективны с точки зрения повышения охвата аудитории, расширения географии вуза и достижения им устойчивого роста эффективности и конкурентоспособности. MOOC в принципе не рассматривается исследователями как альтернатива высшего образования. Данные ресурсы могут рассматриваться как дополнения к электронным библиотечным ресурсам, вспомогательные источники при изучении дисциплин, предусмотренных образовательными программами вузов, и как рекламные инструменты на рынке образовательных услуг, открывающих перспективы роста на новых сегментах при минимальных ресурсных затратах.

Опыт европейских университетов свидетельствует об улучшении академических результатов обучающихся при комбинированном обучении. На их фоне более остро начинают восприниматься преимущества офлайн обучения, которое происходит в аудиториях, где живой интерактив обладает сильным мотивирующим эффектом, дает возможность развития профессиональных коммуникативных навыков работы в команде, социализирует личность обучающегося и т.д. Исследователи сходятся во мнении, что вузовская образовательная среда в будущем будет использовать закрытые онлайн-курсы как тренажеры и дополнительные элементы для получения компетенций не предусмотренных учебными планами, но востребованных на рынке труда.

Широкий спектр мнений представлен по вопросам обеспечения прав интеллектуальной собственности и повышению инновационной активности вузов не только в части внедрения нововведений типа LMS (Learning Management System), но в организационно-технологическом обеспечении активизации мощного интеллектуального потенциала, имеющегося в системе образования. Эти исследования стали особенно актуальны в условиях кризиса и всеобщего перехода на дистанционное онлайн образование.

Анализ рисков цифровизации образования является перспективным направлением исследований, поскольку сам процесс цифровизации открывает огромные возможности комбинирования технологий и методов для различных форм обучения. Новые варианты

организации образовательной среды будут сопряжены с новыми рисками, что необходимо учитывать при антикризисных программах в сфере образования.

Ученые, исследуя эмпирический материал, формируют понимание таких новых категорий как цифровой преподаватель, цифровая грамотность, цифровой образовательный контент и др., создают инновационные методики контроля успеваемости, средства обеспечения качества обучения и предупреждения возможных рисков его снижения. Широкие перспективы в развитии инновационного потенциала в условиях цифровой экономики открываются в межвузовском сотрудничестве и создании ассоциаций университетов. Цифровые технологии становятся фактором ускорения обмена знаниями, обогащают образовательный контент новаторскими идеями и позволяют повысить устойчивость в период кризиса, сохранить и даже развить цифровую образовательную среду.

В докризисном периоде шла полемика о преимуществах традиционных форм перед онлайн-обучением, о недостаточности цифровых компетенций преподавателей, неразвитости цифровой инфраструктуры большинства вузов, неготовности самих обучающихся к восприятию цифрового образования. Кризис и необходимость продолжения обучения в дистанционном режиме снял с повестки дня вопрос выдвинул более актуальные практические задачи организационно-функционального и содержательного характера. В новых условиях появляются новые аспекты и формируются новые модели, характеризующие новые возможности развития деятельности вузов.

Будущее каждого вуза будет зависеть от наличия ресурсов, необходимых для цифровизации образовательной среды и создания качественного образовательного контента. При этом, эксперты подчёркивают, что существует опасность инертного отношения к цифровизации в условиях растущего спроса на услуги высшего образования в развивающихся странах.

Ещё одним фактором цифровой трансформации образовательной среды становится развитие системы государственных образовательных стандартов и их сближение с отраслевыми квалификационными требованиями. С одной стороны, такие нормы создают условие предопределённости результата обучения, с другой – усложняют требования не только к учебному процессу, но и к самим обучающимся. Эта тенденция характерна для многих стран. Международным сообществом выработаны универсальные подходы к созданию квалификационных требований. Вопросы трудоустройства выпускников сегодня широко обсуждаются в совместных дискуссиях представителей сфер бизнеса, науки и образования, государственных структур и общественных организаций [2, с. 264-270]. Акцент ставится на привлечение к трудовой деятельности ещё в период обучения, что не может быть осуществлено в онлайн режиме для большинства профессий. Здесь актуализируется вопрос о соотношении онлайн и офлайн обучения в основных образовательных программах.

Стратегическим направлением становится повышение качества образовательного контента и его доступности на уровне дошкольного и школьного образования. Исследователи подчёркивают необходимость учета возрастных особенностей обучающихся и роли цифровых технологий в формировании ценностных моделей подростков при цифровизации дошкольного и школьного уровней системы образования. Благодаря цифровизации школьные учителя получают больше возможностей для создания прогрессивных методик работы с детьми.

Цифровые технологии несут в себе огромные преимущества и перспективы для развития всей системы образования, но также они требуют существенных капиталовложений и, как следствие, удорожание стоимости обучения. Эта зависимость скорости цифровизации от экономического развития страны сегодня определяет масштабы и глубину реформ в национальных системах образования [3, с. 13].

Каждое новое поколение цифровых технологий преобразует образовательную среду, повышая её качество и развивая интеллектуальную составляющую учебного процесса. Сегодня большинство вузов активно применяют цифровую технику в учебном процессе при проведении аудиторных и дистанционных занятий, разработке студенческих проектов,

проведении фундаментальных и прикладных исследований, рейтинговой оценке знаний и мониторинге посещаемости и успеваемости. Развиваются инновационные способы использования цифровых технологий в образовательном процессе, к которым можно отнести разработку симуляторов для практико-ориентированного обучения, развитие коммуникационных приемов в дистанционном образовании, создание учебных аудио и видеоматериалов, электронных учебных пособий и др. [4, с. 33-44]

При создании современной цифровой образовательной среды вузы сталкиваются с трудностями в кадровом и материально-техническом обеспечении. Для решения этих проблем наиболее адекватными являются технологии и механизмы менеджмента, позволяющие проектировать бизнес-процессы и оперативно трансформировать образовательную среду в соответствии с актуальными потребностями и условиями рынка.

Процесс цифровизации образовательной среды в системе высшего образования на локальном уровне должен происходить поэтапно с последовательным формированием базы необходимых кадровых и материально-технических ресурсов, трансформацией бизнес-процессов и подготовки медиаконтента, сбалансированной финансовой политикой вуза. Учебно-методическая и научно-исследовательская работа под влиянием цифровизации должны сформировать превалирующий инновационный потенциал, позволяющий непрерывно обновлять структуру и методы планирования учебного процесса, способы его мониторинга и контроля результативности. Учебные заведения в целях своевременной модернизации технических средств и программных инструментов, формирования условий информационной безопасности развивают внутрикорпоративный документооборот и системы организационной поддержки, что неизбежно влияет на трансформацию организационных структур управления. При выполнении данных условий, сформированная цифровая образовательная среда как комплекс образовательных и информационно-коммуникационных ресурсов, обеспеченный системой информационной безопасности и защиты прав всех участников образовательного процесса, станет фактором конкурентоспособности и эффективности национальной системы образования.

Литература

1. Абдурахманов К.Х., Кудбиев Ш.К., Магрупов А.Ю. (2020) Эффекты и риски использования цифровых технологий в экономике. В сборнике: European research: innovation in science, education and technology Collection of scientific articles LXI International correspondence scientific and practical conference. 2020. – С. 29-35. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42574113> – (Дата обращения: 27.04.2020).
2. Васильева Е.Р. Взаимодействие бизнеса и власти в целях устойчивого социального развития Республики Узбекистан // В сборнике: Глобальная трансформация России в эпоху цифровизации: проблемы, особенности, тенденции Материалы XIII международной научно-практической конференции. Под общ. ред. Г.Ф. Графовой, А.Д. Монсеев. 2019. – С. 264-270. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37170615> – (Дата обращения: 27.04.2020).
3. Ходжаева М.Я. Роль Узбекистана в формировании региональных международных интеграционных процессов // Иннов: электронный научный журнал. 2018. № 6 (39). – С. 13.
4. Abdurakhmanov K., Zokirova N. Economic trends of the youth labor market in Uzbekistan Regional Science Inquiry. 2019. T. 11. № 1. 2019. – С. 33-44.

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. ИНСТРУМЕНТЫ И МЕХАНИЗМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ	4
Бурдуковский В.Н., Чудесова Г.П. Актуальные вопросы использования медицинских киберфизических систем	5
Вериго А.В. Теоретические аспекты повышения эффективности стратегического управления деятельностью страховых организаций	10
Воинова Ю.Д. Приоритетные направления совершенствования системы электронного декларирования в таможенных органах Республики Беларусь	13
Гасич А.С. Электронные навигационные пломбы как средство цифровизации таможенной процедуры таможенного транзита в Республике Беларусь	17
Гацура Ю.Д. Стратегический менеджмент нефтегазовой компании будущего: механизмы адаптации к кризисным явлениям	20
Горина М.С. Актуальность корректировки развития HR-бренда в условиях пандемии	24
Горчаков С.Е. Ценностные аспекты научного сотрудничества	29
Григорьева И.Д. Математические модели оценки инвестиций	33
Григорян Э.А., Медведева О.Е. Секторальные особенности инвестиционной среды в Армении	35
Epikееva A.L. Labor and employment transformation in the era of economic digitalization	40
Желтова Н.С. Продвижение HR-бренда в сфере IT как механизм кадрового ресурсосбережения во время коронакризиса	44
Иванов М.В., Шаронова А.Д. Социально-экономическое положение среднего и малого бизнеса в условиях кризиса	48
Иванова А.И. Цифровые подходы в экономике перевозок	51
Игнатьева Т.А. Тенденции глокализации в мировой туристической индустрии	55
Инюшева К.В. Стоматологический рынок в условиях пандемии	58
Йулдашева Ю.Х. Формирование специальных функций в системе управления качеством на основе цифровой экономики	61

Кабулов А.А. Цифровая логистика: инновационные комплексы транспортных услуг	66
Карпов И.Г., Гаврилюк Е.С. Перспективы применения инструментов предиктивной аналитики для улучшения качества производственных процессов на малых и средних предприятиях	73
Кефели И.Ф., Колбанев М.О. Стратегия и теоретические основания цифровой экономики	77
Кузнецов Ю.В., Анохина Е.М., Мелякова Е.В. Новые подходы к управлению регионами России с низким уровнем социально-экономического развития в условиях кризиса	82
Матершева В.В., Ляшенко И.Ю., Жуков П.М. Малый бизнес в современных российских реалиях	85
Метечко Т.О. К вопросу о совершенствовании методического инструментария планирования	90
Мисюченко Д.А. Предварительное электронное таможенное декларирование товаров для личного пользования	94
Мясникова О.В. Формирование структуры производственно-логистических систем в современных условиях	98
Негреева В.В., Филимонова А.В. Влияние пандемии на формирование тенденций внешнеэкономической деятельности и мировую торговлю	103
Nematov J.A., Sidikova F.K. The role of legal state policy in the epoch of digitalization of economy on the example of the Republic of Uzbekistan	109
Osnovin S.V., Osnovina L.G. Assessing doing business with a doing business index	114
Павловский Е.В. Сравнительный анализ динамики показателей миграции населения (на примере России, Беларуси и Казахстана)	118
Пуйто О.А. Цифровизация лизинговой отрасли как драйвер ее информационного развития	122
Rajchev I.P. Features of implementation of the public procurement system in the Republic of Belarus	125
Рубеж М.Г. Сопоставительный анализ механизма управления предприятиями государственной формы собственности Китая и Беларуси	129
Рябова С.С. Стабильность и изменчивость налогообложения в Республике Беларусь: объективная необходимость	134
Sereda A.E. Digitalization of logistics processes as a factor of enhancing productivity of logistics	138
Сотникова М.Д. Что означает пандемия коронавируса для поиска работы?	143
Степанова Т.В., Замятина А.А. Оценка рисков транспортной компании при перевозке опасных грузов	148

Султыгова М.Б. Особенности проектного подхода в экономической безопасности учреждений МЧС	152
Тагарян Э.А. Роль Армении в рамках высокотехнологичного сотрудничества ЕАЭС	157
Хусейнов М.Т. Методика SMART эффективная система в менеджменте качества на основе цифровой экономики	160
Чуйко Д.Р. Специфика управления развитием брендов в туристской индустрии	164
Шкуть П.В., Жужома А.И. Информационная безопасность и интеллектуальная собственность в сфере LifeScience	168
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС	172
Алексахкина Е.И., Дружинин А.Е., Башмакова К.В. Регулирование закупочной деятельности организации	173
Антонова Т.К., Чайка В.Н. Оценка компетентности эксперта как юридическая проблема, порождаемая законодательным неурегулированием	177
Архангельская Е.Г. Правовое регулирование экономической безопасности и развития предпринимательства в условиях цифровизации экономики Узбекистана	182
Бондаренко К.К. Международно-правовое регулирование предупреждения от чрезвычайных ситуаций техногенного и природного характера	187
Зубова Л.В., Коровин Э.В. Концепция оценивания хозяйственных рисков научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ на основе проектно-процессного подхода	191
Казакевич Р.А., Крупейченко О.Е. Поддержка белорусского малого и среднего бизнеса государством в условиях пандемии коронавируса	196
Кирилюк Л.М. Влияние военных ритуалов и традиций на формирование правового сознания кадетов	201
Крючкова Л.В., Крючков А. В. Экономическая безопасность здравоохранения, как показатель эффективного развития экономической системы	204
Мартыненко О.В., Толмачев Л.А. Территориальные органы МЧС России как представители исполнительной ветви власти в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечении пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах	208
Маторина О.С., Харин В.В. Меретукова О.Г. Анализ подходов к мирному урегулированию гражданских споров по делам, связанным с причинением имущественного вреда в результате пожара	213
Протасов В.В. Особенности правовой культуры сотрудников (представителей) МЧС России	217
Романович М.А. Влияние демпингового импорта на экономическую безопасность ЕАЭС	220

Романькова Т.В., Бобров Н.А. Расширение рынков деятельности транспортного предприятия	225
Сидорова В.Н. К вопросу о комплексных междисциплинарных принципах правового регулирования российской экономики	228
Сычева Э.В., Кривошеев К.А., Кривошеев И.А. Исследование условий и охраны труда в системе МЧС России	232
Телелева Е.А. Правовые основы и моральные аспекты таких категорий, как честь, достоинство и деловая репутация сотрудника МЧС России	237
Шленчак В.В., Печеневская М.А. Особенности оказания адвокатом юридической помощи гражданам, пострадавшим при чрезвычайных ситуациях (на примере некоторых регионов РФ)	241
Щелакова В.А., Дубровская Т.В., Ярушинская Ю.Д. Крупные отечественные предприятия: роль в экономике и взаимодействие с организациями МЧС России	246
Щербатов А.Б., Чайка В.Н. Обеспечение безопасности в системе функций современного государства	251
РАЗДЕЛ 3. ИНВЕСТИЦИИ, ИННОВАЦИИ, ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ИННОВАЦИЙ	254
Agatayeva A.A., Amangali D. Motivation of foreign direct investment of transnational corporations	255
Александров К.Н., Иванова Н.Г. Успешная имплементация инновационных решений как фактор конкурентоспособности компаний на мировом рынке	258
Базака В.В. Блокчейн-технологии на принципах «зеленой» логистики	263
Башмакова К.В., Хабиров Д.А. Реализация инновационной стратегии развития предприятий строительства и инжиниринга	266
Будрина Е.В., Дурнева А.Ф., Матусевич В.М. Сущность концепции VMI посредством анализа сфер ее применения	270
Вахитова Л.Р., Гайченя А.А. Маркетинговые коммуникации в предпринимательской деятельности по продвижению услуг в сфере культуры и досуга	273
Гирш Л.В. Инструменты преодоления организационных кризисов в интеллектоемких компаниях	278
Гордеева А.О. Особенности разработки и реализации коммуникационных стратегий спортивных инновационных проектов в DIGITAL-среде	283
Землянная А.С., Савостин Д.А. EVENT-маркетинг как инструмент формирования потребительского опыта	286
Западнюк Е.А. Социальное предпринимательство как институциональная форма бизнеса	289
Казанская А.А., Мишура Л.Г. Улучшенная модель линейной регрессии при выборе инвестиционного проекта	292
Капорцева О.Н. Инновации как фактор повышения эффективности деятельности организации	295

Коваленко Б.Б., Маргарян А.Ш. Бизнес-процесс: ключевая категория для анализа предпринимательской деятельности	299
Когель А.С. Внедрение геймификации в DIGITAL-коммуникации бренда	305
Комарова А.Р., Ярукова А.А. Способы повышения инновационной активности предприятий	309
Ларионова Г.Н., Круглова Р. Оценка инновационного потенциала нефтеперерабатывающей компании (на примере АО «ТАИФ-НК»)	311
Мальцев Д.С. Проблемы внедрения беспилотного транспорта в России и его влияние на логистические затраты в обозримом будущем	314
Маргарян А.Ш., Сергеева И.Г., Петросян А.А. Инновационное взаимодействие национальных экономик в рамках интеграционного формата стран-членов ЕАЭС	317
Маргарян А.Ш., Терзян А.Т. Сравнительный анализ индекса инновационных связей стран СНГ	322
Матузов А.О., Кошелева Ю.А. Трансфер технологий в Российской Федерации. Состояние и перспективы развития	327
Новикова А.Ю., Минченко Л.В. Внедрение искусственных нейронных сетей для решения задач здравоохранения	329
Орлова А.В. Тенденции развития женского предпринимательства в Европейском союзе	332
Пригульный А.Г. Информационное обеспечение бизнес-процесса	335
Румянцева Ю.Д. Применение концепции развития потребителя для формирования HR-бренда компании в условиях кризиса	340
Салманов А.Б., Орехов В.О., Трахалева А.М. Исследования инвестиционного климата Северо-Западного региона	343
Сбитнева А.А., Галиуллина А.Ш., Тимофеева В.А. Разработка бизнес-модели для продукта «Газоанализатор ИДК-10»	348
Селькова Т.А., Торлопова П.А. Анализ региональных проектов поддержки брендов местных производителей в республике Коми	354
Смирнова И.В., Шугаева М.В., Лихолай О.А. Роль научно-технического прогресса в области цифровизационного оснащения МЧС России	359
Соловьева Д.В., Егорова А.М. Маркетинговые исследования нишевых сегментов потребителей инновационного рынка	363
Унанян А.У. Тенденции инновационного развития в Армении и позиционирование на мировом рынке	368
Фарбер В.А. Развитие предпринимательства как условие восстановления экономики	373
Хайдаров Н.У. Вопросы повышения конкурентоспособности малого бизнеса	375

Шапиро Н.А., Хаустов А.П. Цифровизация как основание анти-хрупкости современного предпринимательства	379
РАЗДЕЛ 4. ИНФРАСТРУКТУРА БИЗНЕСА, УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ И РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ	382
Алферов Н.Ю. Контекст организации как ключ к разработке системы менеджмента качества	383
Анварова Ф.А. Направления развития персонала организации	386
Андреев М.А., Мясникова А.А., Жукова Л.А. Управление малым и средним бизнесом	389
Анкудинова Ю.Е. Управление экологическими рисками в электроэнергетической отрасли России	392
Бабинская Е.А. Проблемы стандартизации интеллектуального учета электроэнергии	395
Василенок В.Л., Маргарян А.Ш., Мочалова С.В., Пастухова А.Д. Аудит поставщика как элемент управления качеством продукции	398
Гнилозуб А.В. Развитие бренда предприятия сферы гостеприимства на основе стратегии управления персоналом	402
Дубгорн А.С., Светуных С.Г. Принципы управления территориально-распределенной медицинской организацией	406
Ибрагимов А.К., Рузиев Х.Х., Ачилов Ф.Ш. Совершенствование бухгалтерского учета обязательств в Республике Узбекистан	410
Иевкова Е.В. Эволюция взглядов на менеджмент качества	413
Календаров Ф., Портнягин О.Б. Интеграция системы управления бизнес-процессами и системы менеджмента качества	416
Мельчакова А.И., Мажанов М.О. Анализ несоответствий при производстве аэрозольного баллона	421
Почуева О.С. Маркетинг для поколения Z, как ключевая концепция построения коммуникационной стратегии бренда	425
Сергеева И.Г., Маргарян А.Ш., Ушакова Е.А. Методы менеджмента качества в логистике	428
Смирнова А.Г., Изотова А.Г. Цифровые инструменты в системе менеджмента качества	431
Соколова А.С., Сергиенко О.И. Мониторинг Финского залива с использованием дистанционного зондирования в рамках водной директивы ЕС	434
Толкунова Ю.И., Сергиенко О.И. Улучшение системы менеджмента качества испытательной лаборатории на основе IT технологий	438
Ширинкина Е.В. Условия кредитования субъектов малого предпринимательства и их особенности	443
Шпакович Д.К., Кожина А.В., Круглова А.И. Развитие принципов управления качеством	446
Щеголькин Д.Д., Игнатъева Т.А. Энергоэффективность как фактор развития экономики	451

РАЗДЕЛ 5. ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ	454
Верезубова Т.А., Романовская В.В. Иновационные технологии в банковской системе Республики Беларусь	455
Кагиян О.А. Развитие цифровизации в российской металлургической отрасли	460
Королева Л.А. Новые составляющие в оценке цифровой трансформации	465
Лёвина А.И. Интеграция технологий промышленных предприятий в условиях цифровой трансформации	469
Мазоль С.И. Реализация целей устойчивого развития в корпоративном управлении	473
Мальгина И.В. Цифровая трансформация малого и среднего предпринимательства	478
Maltsevich I.V Mobile technology conditions digital transformation marketing	480
Maltsevich N.V Prospects and basic technologies in the conditions of digital transformation	484
Новокшонова Е.Н., Оганезова Н.А. Развитие цифровой экономики в Российской Федерации	488
Сливянчук Ю.В., Зайченко И.М. Электронная коммерция как способ развития бизнеса в условиях цифровой трансформации экономики	493
Смирнова А.М., Вербина А.С. Особенности управления бизнесом в формате цифровой экономики	498
Шитова Е.С., Багаева И.В. HR-TECH: вызовы и возможности на российском рынке	502
РАЗДЕЛ 6. СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ	506
Абдураимова Н.О. Внутренний мониторинг и оценка качества образовательных услуг	507
Abirova G.R. Traditional and modern approaches in teaching foreign language	511
Бомбин А. Ю. Проблемы и развитие молодежного предпринимательства в России	516
Веретенникова О.И. Актуализация специальностей среднего профессионального образования – залог качества образования	519
Камалова Л.А. Онлайн-тренажеры как средство формирования профессиональных компетенций студентов-бакалавров Казанского университета	522
Клочкова А.В., Машина А.Э. Формирование кадрового резерва организации	527
Королев К.В. Концепция S&OP: кросс-функциональный процесс планирования в логистике	531
Мальхина В.А., Мальхина К.А. Человеческий капитал в инновационной деятельности: ГИИ и причины оттока квалифицированных кадров из России	535

Матаева М.Е. Professional approach in teaching foreign languages is a key factor in the formation of competencies of future specialists in the digital economy	540
Махмутходжаева Л.С., Шамсиева И.М. Цифровые средства обучения исторических дисциплин	545
Пивоваров В.А. Индивидуальная траектория профессионального развития студента	548
Прохорова Т.В. Обеспечение качества цифрового обучения в условиях массового перехода на дистанционную форму	554
Ходжаева М.Я. Актуальные аспекты цифровизации образовательной среды	558

Главный редактор
Василёнок Виктор Леонидович

**СТРАТЕГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ
УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ:
отраслевой и региональный аспект**

**Материалы IX Международной научно-практической конференции
15 мая 2020 г.**

Подписано в печать 19.03.2021

Заказ № 503

Формат 70×100_{1/16}

Печать цифровая

Объем 35,63 п.л.

Тираж 24 экз.

Отпечатано в Полиграфическом центре ТК
ФГБОУ ВО Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России
196105, Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 149