



**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ  
И МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**

**Материалы Двенадцатой международной научно-практической  
конференции**

*19-20 ноября 2020 года*

Рубцовск 2020

ББК 65.01

Научно-редакционная коллегия:

*О.В. Асканова*, д.э.н., доцент, зам. директора по НИР (ответственный редактор)

*И.В. Чугунова*, ст. преподаватель, кафедры «ЭиУ» (редактор)

*О.А. Чиркова*, ассистент каф. «ЭиУ» (технический секретарь)

**П 781** Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом: Материалы Двенадцатой международной научно-практической конференции 19-20 ноября 2020 г. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2020. – 245 с.

ISBN 978-5-6045267-1-2

Сборник включает материалы Двенадцатой международной научно-практической конференции «Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом», проходившей в Рубцовском индустриальном институте АлтГТУ им. И.И. Ползунова 19-20 ноября 2020 г. Статьи сгруппированы по основным направлениям работы конференции.

В работе конференции принимали участие ученые и практики из разных городов России, Республики Казахстан и Белоруссии.

Сборник представляет интерес для специалистов предприятий и организаций, преподавателей и научных сотрудников, аспирантов, студентов, а также всех интересующихся актуальными проблемами развития экономики и менеджмента.

Стилистика текстов сохранена в авторской редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов.

ББК 65.01

Рекомендован к изданию научно-методическим советом Рубцовского индустриального института

ISBN 978-5-6045267-1-2

© О.В. Асканова, И.В. Чугунова, О.А. Чиркова, составление, 2020

© Рубцовский индустриальный институт, 2020

## Содержание

### СЕКЦИЯ 1 ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА МАКРОУРОВНЕ

<i>С.Д. Адилова, М.У. Рахимбердинова</i> COMPETITIVE ADVANTAGE AND PERFORMANCE: AN ANALYSIS OF FMCG PRODUCT	8
<i>М.А. Бахматова, Н.Ф. Шарипова, И.Г. Никифорова</i> ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИЗМА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ	11
<i>И.В. Герсонская</i> ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	15
<i>Н.И. Глотова</i> ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕПЛИЧНОГО ОВОЩЕВОДСТВА РОССИИ	20
<i>Т.Л. Данильчик</i> КАЧЕСТВО РАБОЧЕЙ СИЛЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	25
<i>А.Э. Қаныбек, М.У.Рахимбердинова, Э.С.Мадиярова</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ	31
<i>В.Е. Караваев, М.С. Философова, О.Р. Варникова</i> РАЗМЫШЛЕНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕМЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАЕНИЯ	34
<i>А.В. Карпенко</i> ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СИСТЕМЫ ЗАКУПОК ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД	39
<i>М.А. Козлов, К.Л. Тюлькина, А.В. Шеин, А. Саносян</i> ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	46

<i>А.С. Койчубаев, Г.Г. Найзабеков</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНДУСТРИИ СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	49
<i>Д.А. Мамаева, М.У. Рахимбердинова, Д.В. Ремизов</i> ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ	52
<i>Н.Н. Мухамедгалиева, Э.С. Мадиярова</i> ПЕРЕХОД НА ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ	57
<i>Ю.С. Сизова, С.В. Николаев</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА	61
<i>Я.А. Суходолов</i> ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИНДУСТРИИ 4.0 КАК ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	73
<i>К.В. Тарлыков, М.У. Рахимбердинова, А.С. Жанабаева</i> ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	80
<b>СЕКЦИЯ 2 РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА</b>	
<i>О.В. Асканова</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В СВЕТЕ ПРОБЛЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА	85
<i>А.В. Васильева</i> ГРУППИРОВКА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО УРОВНЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	94
<i>Г.А. Ерохина</i> РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ» (БЛАГОУСТРОЙСТВО ОБЩЕСТВЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ Г. БАРНАУЛА)	103

<i>Е.Н. Королева</i> ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕХАНИЗМОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ ГОРОЖАН	105
<i>Ю.Ю. Наземцева</i> ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ЗАЛОГ ЭКОНОМИ- ЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)	108
<i>М.А. Начаркин, Е.К. Грошева</i> ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТА ИМПЛЕМЕНТАЦИИ ЗАКОНОПРОЕКТА ОБ ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ЧИПИРОВАНИИ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ	117
<i>С.В. Карпова</i> ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР МЕСТНЫХ АДМИНИСТРАЦИЙ	120
<i>С.А. Тузовская, Т.М. Берлова</i> ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ Г. БАРНАУЛА	126
<i>В.В. Углинская</i> ТАРИФЫ ЖКХ: ПРИЧИНЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИХ РОСТ	130
<i>О.А. Чиркова</i> РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	138
<i>А.Д. Чуприна, Е. К. Грошева</i> ПРЕВЕНТИВНАЯ ДИАГНОСТИКА И ЦИФРОВОЙ ПАСПОРТ КАК СРЕДСТВО МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ	143
<i>Т.А. Якушина</i> ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЛЕНИНСК-КУЗНЕЦКИЙ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)	145

### **СЕКЦИЯ 3 ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

<i>Т.М. Берлова, С.А. Тузовская</i> ПРОБЛЕМЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК	155
<i>Н.Н. Горлова, Г.В. Медведев</i> ПРОИЗВОДСТВО НОВЫХ КАТАЛИТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МИНЕРАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ «ЗЕЛеноЙ» ЭКОНОМИКИ	160
<i>Л.М. Давиденко</i> ПРОЦЕСС ПЛАТФОРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТЕХНОЛОГИЙ «ПОД КЛЮЧ»	166
<i>Е.Б. Кожевников</i> ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОССТАНОВИТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПРОЦЕДУРАХ БАНКРОТСТВА	170
<i>Қ. Қуатұлы, М.У. Рахимбердинова</i> ВАЖНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	180
<i>Б.М. Нуралханов, М.У. Рахимбердинова, Д.В. Ремизов</i> ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ БРЕНДА	182
<i>Б.М. Нуралханов, Ж.Т. Конурбаева</i> ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К БРЕНДУ ЧЕРЕЗ МОЛОДЕЖНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	188
<i>Е.А. Прищенко, И.В. Прядохина</i> ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА	194
<i>А.А. Прядко</i> ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ	199
<i>Ю.Ю. Свирина</i> ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	205

<i>А.В. Сорокин</i> О МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ ОГРАНИЧЕННОСТИ	211
--	-----

**СЕКЦИЯ 4: КУЛЬТУРНАЯ МИГРАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ:  
ОТ ИДЕИ К ПРОЦЕССУ**

<i>А.Н. Корниенко</i> ПОДГОТОВКА БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВАМИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОЕКТОВ	214
---	-----

<i>М.Б. Красильникова</i> СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РОЛЬ ДЕНЕГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ	219
--	-----

<i>А.И. Чистобаев, З.А. Семенова, Н.А. Грудцын</i> ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДОРОВЬЕ КАК ГЕОСОЦИАЛЬНАЯ КАТЕГОРИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	226
---	-----

<i>И.В. Чугунова, С.К. Севастьянова</i> РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА РУБЦОВСКА	231
--	-----

# СЕКЦИЯ 1: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ НА МАКРОУРОВНЕ

ББК 65.42

## COMPETITIVE ADVANTAGE AND PERFORMANCE: AN ANALYSIS OF FMCG PRODUCT

*С.Д. Адилова, М.У. Рахимбердинова*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева,  
Усть-Каменогорск*

Аннотация: В статье раскрыты особенности формирования конкурентного преимущества на рынке FMCG продуктов. Подробно описан механизм клиентской аналитики в процессе формирования конкурентоспособного продукта. В условиях глобальной пандемии и разразившегося финансового кризиса вопрос оптимизации и эффективного использования организационных ресурсов является одним из ключевых в деле долгосрочного ведения бизнеса отечественных организаций FMCG рынка.

Abstract: The paper reveals the problem of the modern competitive advantage creating in the case of the FMCG product. The author disclosed the issues of client data analytics to form a competitive product. Today, in the conditions of the global COVID-19 pandemic and financial crisis, the issue of optimization and effective use of organizational resources is essential in the long-term business of national FMCG organizations.

Long-term market efficiency of activity, maintenance of high rates of growth, increase of competitiveness of the enterprise and maintenance of branch survival under conditions of globalization and dynamics of markets to a great extent depend on a level of development of the economy of innovations.

The changes that are taking place in the conditions of the global pandemic and quarantine measures in the countries with developing market economy led us to the vital need for retail organizations to master the most relevant and additional methods of forming competitive advantages based on modern marketing concepts.

Today FMCG market (especially for light and food industry products) has a huge potential. This is indicated by several factors, including: the growth of government support through programs for industrial and innovative development of the country, reducing import dependence, increasing production capacity of local enterprises. The situation of differentiation and segmentation of services of these enterprises is inevitable in the conditions of progress and toughening competition. The economy of innovation is called upon to ensure the most effective differentiation of the market position and to form some competitive advantages.

Nowadays the management of the national FMCG holdings has realized the necessity to introduce modern methods of the data-driven economy, branch marketing, sales stimulation, and promotion. It is useful to form a positive information background and image, which is trusted both by customers, contractors, suppliers, partners, and staff. So, the service of each contact person of a retail organization is based on a detailed and comprehensive study of their needs, values, market position, development prospects, and growth points, which is done with the help of specific tools to form a competitive advantage.

One of the actual tools of data analytics in forming a competitive product is the QFD (Quality Function Deployment) matrix. QFD is a methodology for the systematic and structured transformation of customer wishes into quality requirements for products, services and/or processes. The main principle is to compare the wishes of consumers with the characteristics of the product. It is a universal tool used for each product, service or service.

Creating a QFD matrix for our FMCG product actually we pursue several objectives. Here they are:

- “Which product do our customers want?”
- “How to create competitive products that will be in demand among consumers in the conditions of the crisis and extremely limited budget?”

Further, in Table 1, we presented an example of QFD matrix creation for FMCG product.

Table 1

QFD matrix template for the FCMG competitive product

	$\beta$ -weight	TC 1	TC 2	TC 3	TC 4	TC 5	TC 6	
VC 1	0,23 (23%)	0,23* 1/3/9	0,23* 1/3/9	0,23* 1/3/9	0,23* 1/3/9	0,23* 1/3/9	0,23* 1/3/9	$\Sigma$ (V1)
VC 2	0,11 (11%)	0,11* 1/3/9	0,11* 1/3/9	0,11* 1/3/9	0,11* 1/3/9	0,11* 1/3/9	0,11* 1/3/9	$\Sigma$ (V2)
VC 3	0,14 (14%)	0,14* 1/3/9	0,14* 1/3/9	0,14* 1/3/9	0,14* 1/3/9	0,14* 1/3/9	0,14* 1/3/9	$\Sigma$ (V3)
VC 4	0,15 (15%)	0,15* 1/3/9	0,15* 1/3/9	0,15* 1/3/9	0,15* 1/3/9	0,15* 1/3/9	0,15* 1/3/9	$\Sigma$ (V4)
VC 5	0,2 (20%)	0,2* 1/3/9	0,2* 1/3/9	0,2* 1/3/9	0,2* 1/3/9	0,2* 1/3/9	0,2* 1/3/9	$\Sigma$ (V5)
VC 6	0,17 (17%)	0,17* 1/3/9	0,17* 1/3/9	0,17* 1/3/9	0,17* 1/3/9	0,17* 1/3/9	0,17* 1/3/9	$\Sigma$ (V6)
1	1 (100%)	$\Sigma$ (T 1)	$\Sigma$ (T 2)	$\Sigma$ (T 3)	$\Sigma$ (T 4)	$\Sigma$ (T 5)	$\Sigma$ (T 6)	

The matrix consists of columns – technical characteristics (TC) of the product (interviewing the engineering building), and values characteristics (VC) – consumer selection factors (interviewing the company's customers). So, in the first case we form a product (TC), and in the second case we form a brand (VC).

Having received the data, in the left column we write out the factors of consumers' choice of products. In the next column, for each factor, we set the value from zero to one, indicating the weight of these factors (as a percentage) so that their sum gives one. After that, a survey is conducted among product developers: what characteristics would they highlight as the main ones? The selected properties are recorded in the top horizontal of the table. Or, if you are analyzing Customer Journey, make a list of all the contact points the customer encounters.

For the analysis of the received data, we finish filling the table. At the intersections of rows and columns, we multiply the value of weight by one of three values – “1”, “3” or “9”, indicating the degree of the interrelation of engineering

characteristics and client values (“1” – weak correlation, “3” – average, “9” – high). In the foundation (bottom horizontal) we write down the sums of values of each column. Thus, the priorities of the product properties (or the most significant contact points) are defined.

The QFD method is noted for its clarity and simplicity as well as universality. The table is used to identify customer requirements - from technical characteristics to service features (Table 2).

Table 2

Value map for specific FMCG product – result of QFD

	TC No.6	TC No.5	TC No.4	TC No.3	TC No.2	TC No.1
VC No.1						
VC No.2	Less important TCs & The most important VCs			The most important TCs and VCs – “Heart of your business”		
VC No.3						
VC No.4						
VC No.5	Not important TCs & Not important VCs			The most important TCs & Less important VCs		
VC No.6						

The QFD method allows to calculate what the target audience is guided in their choice, how your product with already known properties and characteristics is perceived in the general system of offers, and most importantly – what value these properties have for the already established pool of buyers of your product. QFD methodology (product matrix planning, solution matrix) allows you to listen attentively to the voice of the client, and then quickly and correctly respond to the real needs and expectations of consumers.

This allows not only to formalize the procedure of determining the main characteristics of the developed product taking into account the wishes of the consumer but also to make informed decisions on quality management of its creation processes. Thus, by “deploying” quality at the initial stages of the FMCG product life cycle by the needs and wishes of the consumer, it is possible to avoid adjusting the parameters of the product after its appearance on the market (or at least to minimize it), and, consequently, to ensure high value and at the same time relatively low cost of the product (by minimizing non-productive costs).

The following is an example of a product line segmentation. The source of this segmentation is our QFD analysis. All our products must be divided into some editions (versions/roles). Here they are:

1) “Traffic – magnet”. Objective – generate leads for us. For instance, it may be free but value in some cases information;

- 2) “Tripwire” Objective – getting the very first value from us to the client. It's necessary if the client doesn't trust us with big purchases in the beginning.
- 3) “Core”. Objective – be the bestseller on which we capitalize
- 4) “Revenue maximization”. Objective – make pre-sale to the main products through cross/up-sell events;
- 5) “Re-course product”. Objective – take the lead back again.

Summing up, we would like to note that now at a fairly competitive market FMCG is no longer enough just to make a quality product in the understanding of the organization. We also noted that it is necessary to analyze customer values in greater depth. One such scenario of analytics can be the QFD matrix. This methodology combines product specifications with values that are important to our customers. As we have already demonstrated above, through the formation of a value map, it allows us to understand: “how much do our customers need specifications, how do they help them meet their needs?”, which is especially important in the context of today's global crisis.

#### *References:*

1. Chilakapati, R., An Expert System Based Advisor for the Quality Function Deployment Method, Masters Thesis, Virginia Tech, Blacksburg, Virginia, U.S.A., March 2015.
2. Christensen, C. M. Finding the Right Job For Your Product. MIT Sloan Management Review, v. 48, n. 3, p. 38–47, 2017.
3. Grönroos, C. Critical service logic: Making sense of value creation and co-creation. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 41, n. 2, p. 133–150, 2013.
4. Lusch, R. L., Vargo, S. L. Service-Dominant Logic: premises, perspectives, possibilities. Cambridge: Cambridge University Press, 2014.
5. Vargo, S. L., Lusch, R. F. Institutions and Axioms: An Extension and Update of Service-Dominant Logic. Journal of the Academy of Marketing Science, v. 44, p. 5–23, 2016.

ББК 338.2

### ПРОБЛЕМЫ МОНОПОЛИЗМА В ЭКОНОМИКЕ РОССИИ

*М.А. Бахматова, Н.Ф. Шарипова, И.Г. Никифорова, к.п.н.*

*Филиал КузГТУ в г. Прокопьевске*

Аннотация: в данной статье анализируются проблемы монополизма российской экономики, поскольку роль монополистических объединений очень велика и надлежит тщательному изучению. В связи с этим были рассмотрены негативные последствия и формы проявления монополизации, исследована статистика картельных соглашений в строительстве, медицине и продуктах питания, а также проанализированы мероприятия по ограничению деятельности монополий и созданию конкурентной среды на внутреннем рынке.

На сегодняшний день в экономике России особо остро стоят проблемы, связанные с развитием различных форм собственности. Любая крупная

организация стремится воспользоваться преимущественным положением на рынке, но не каждое общество согласится иметь монополиста, нежели совершенного конкурента. В таких условиях актуальность приобретают проблемы монополизма в российской экономике, ведь роль монополистических объединений очень велика и надлежит тщательному изучению.

Монополизация - это процесс достижения экономическим субъектом доминирующего положения на рынке, поддержание и усиление этого положения [1, с. 112].

Она может привести экономику к негативным последствиям, таким как:

- дефицит товаров;
- концентрация огромной доли доходов в «одних руках»;
- нежелание к развитию;
- рост цен;
- нерациональное расходование ресурсов.

Стоит отметить, что одной из самых распространённых форм проявления монополизации являются картельные сговоры.

Картель - формальная организация производителей с целью регулирования и ограничения конкуренции, предполагающая координацию их маркетинговой, сбытовой и логистической деятельности на основе договора, заключенного в письменной или устной форме, при сохранении финансовой и хозяйственной самостоятельности [2, с. 320].

Он предполагает явный сговор между продавцами относительно:

- установления цен;
- раздела рынков сбыта;
- квот производства и сбыта участников;
- обмена патентами и другой информацией, имеющей коммерческий интерес.

По данным Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации, деятельность картелей в сфере строительства охватила более 1000 электронных аукционов с общей суммой начальных цен более 154 млрд. руб. Антиконтурентные соглашения охватили 79 субъектов России, что составляет почти 93% страны (рисунок 1).



Рисунок 1 - География распространения по состоянию на март 2019 года

В сфере лекарств и медицинских изделий ситуация обострилась ещё хуже, охвачено уже 82 субъекта России. Поэтому антимонопольная служба продолжает активную работу по выявлению картельных соглашений в поставках фармацевтической и медицинской продукции (рисунок 2).

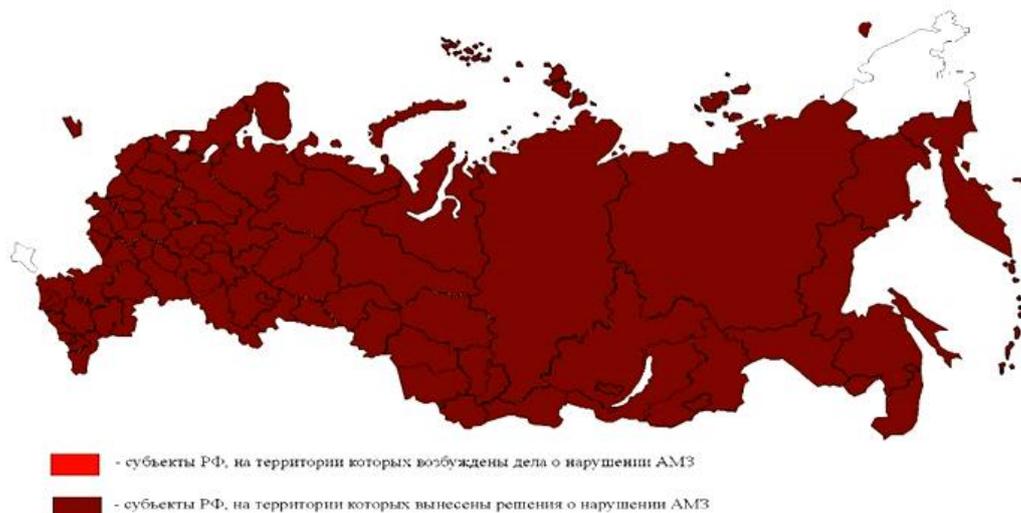


Рисунок 2 - География распространения по состоянию на март 2019 года

В сфере продуктов питания картелизация охватила 51 субъект Российской Федерации, что включает более 1000 электронных аукционов с общей суммой начальных цен почти 6,6 млрд. руб. Ещё в 2018 году ФАС России совместно с экспертами ОНФ исследовали закупки общественного питания регионов, в результате чего было возбуждено более 60 дел о нарушении антимонопольного законодательства в организации питания образовательных и медицинских учреждений, общая сумма которых составила более 5,5 млрд. руб. (рисунок 3).



[3].

Рисунок 3 - География распространения по состоянию на март 2019 года

Возникший высокий уровень картелизации экономики доказывает необходимость предотвращать появление новых монополий и дискриминировать существующие.

На сегодняшний день наше государство старается ограничить появление монополий путем проведения антимонопольной политики, используя экономические, законодательные и административные меры.

Специальные государственные органы проводят следующие мероприятия:

- контроль цен с помощью установление "потолка цен";
- установление предельного темпа роста цен и уровня нормы прибыли;
- запрещение в осуществлении деятельности фирм-монополистов, которые ограничивают конкуренцию;
- наказание за ведение недобросовестной конкуренции;
- поддержание среднего и малого бизнеса путем предоставления налоговых льгот, субсидий, кредитов под низкий процент;
- развитие внешней торговли, для усиления конкуренции на внутреннем рынке;
- государственное финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

Данные мероприятия позволят защитить интересы покупателей и поспособствуют процветанию конкуренции и экономики в целом [4, с. 450].

Но, к большому сожалению, законодательство России несовершенно, в отличие от стран Европы. Так, например, контроль над монополистической деятельностью во Франции возложен на министерство экономики и Совет по вопросам конкуренции. Для демополизации экономики они используют: применение штрафных санкций до 5% торгового оборота, приостановление деятельности компании или её дисквалификацию с рынка.

В Германии антимонопольные органы - Федеральное Министерство по антимонопольным вопросам и др. высшие органы страны, как и в США, присоединяются к комиссии и вводят запрет на регулирование деятельности рыночных отношений, тем самым уменьшая негативные последствия монополии. Их антимонопольные акты основаны на принципе запрета и контроля регулирования монопольных контрактов (картельных сговоров) и постановлений.

А для того, чтобы понять, какую долю рынка занимают компании, попадающие под действие антимонопольного закона, многие развитые страны применяют различные критерии оценки, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Критерии оценки фирм с доминирующим положением на рынке

Страна	Критерий оценки
Страны Евросоюза в целом	Доля субъекта на рынке составляет более 40%
Франция	Доля определённой продукции одной фирмы составляет более 24% сделок, а оборот в

	совокупности свыше 7 млрд. франков
Германия	Доля субъекта рынка составляет не менее 1/3 или 3 участника имеют 50%, а также, если 5 участников имеют 2/3 совместной доли рынка
Великобритания	Доля субъекта на рынке более 25%
Португалия	Доля субъекта рынка превышает 30%
Швеция	Доля одного субъекта рынка от 40 до 50% - штраф, более 51% - судебное разбирательство
Польша	Доля субъекта на рынке более 40%

Таким образом, можно сделать вывод, что монополизация экономики является серьезным противостоянием в развитии рынка. В Российской Федерации она занимает наибольшую долю некоторых сфер. Но особенно обострена монополия в сфере лекарств и медицинских изделий. Поэтому, чтобы решить возникшие проблемы, Федеральная антимонопольная служба России проводит различные мероприятия, направленные на её ликвидацию, и усовершенствует свою деятельность. Однако в силу того, что монополизация является фактором роста прибыли, полностью уничтожить её не удастся.

#### Список использованной литературы

1. Белоусова Н.И. Практика проведения реформ и теоретические модели государственного регулирования естественных монополий: монография; Либроком - М., 2016. - 112 с.
2. Белоус Т.Я. Международные монополии и вывоз капитала; Наука - М., 2016. - 320 с.
3. Федеральная антимонопольная служба (ФАС) [Электронный ресурс] - Режим доступа: [https://fas.gov.ru/documents/685117#\\_Точ10132540](https://fas.gov.ru/documents/685117#_Точ10132540) – [01.09.2020].
4. Авдашева С.Б., Аронин В.А., Ахполов И.К. и др. Конкуренция и антимонопольное регулирование: учебное пособие для вузов / Под ред. А.Г. Цыганова: Логос - М, 2016. - 450 с.

УДК 338.2

ББК 65.050.1

### ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

*И.В. Герсонская*

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Липецкий филиал*

Аннотация: В статье рассматриваются государственные приоритеты развития национальной экономики на современном этапе. Обосновывается роль и значение государственного сектора экономики в процессе социально-экономического развития территорий. Обобщены основные проблемы в российском обществе, препятствующие инклюзивному экономическому росту. Приводятся направления приоритетных национальных проектов. Рассматриваются негативные явления, возникающие в процессе разработки и реализации национальных проектов в России.

Ключевые слова: государственный сектор экономики, национальные проекты, целевые программы, социально-экономическое развитие, инклюзивный экономический рост

Одной из функций государственного сектора экономики в современных условиях развития является стабилизация социально-экономической системы страны и обеспечение предпосылок, направленных на достижение устойчивого инклюзивного экономического роста и повышение уровня общественного благосостояния. Реализация этой функции обусловлена тем, что рыночный механизм не способен самостоятельно противостоять кризисным явлениям, периодически возникающим в экономике и жизни общества, и прежде всего в социальной сфере. Только на государственном уровне возможно эффективное регулирование всей системы национальной экономики с целью сохранения социально-экономических пропорций и достижения максимально возможного равновесия, справедливое перераспределение национального богатства и производство качественных общественных благ, предоставляемых населению.

В настоящее время в России накопилось множество проблем, к которым можно отнести не только замедление темпов экономического роста, но и снижение уровня и качества жизни большинства населения, которое приводит к еще большему увеличению разрыва в доходах между богатыми и бедными слоями российского общества, а также росту социальной напряженности. При этом перечисленные социально-экономические проблемы связаны не только с общественной жизнью, это, прежде всего, «...проблемы...экономики в целом, в том числе ее эффективности...инновационной активности» [1, с. 2258]. Решение этих проблем невозможно без участия государства, а эффективное функционирование государственного сектора национальной экономики во многом способствует устойчивому социально-экономическому развитию, повышению доходов населения и снижению общественной напряженности. От результативности разработанной государством социально-экономической политики и действенности государственного регулирования национальной экономики во многом зависит не только успешное развитие страны, но уровень и качество жизни населения. Поэтому в современных условиях «трудно переоценить значение госсектора, который обеспечивает общественную безопасность, регулирует деятельность экономических субъектов, защищает от власти монополий все элементы системы национальной экономики, производит общественные блага, обеспечивает социальную защиту и т. д.» [2, с. 34].

Для решения накопившихся социально-экономических проблем в нашей стране осуществляется реализация национальных проектов, разработанных Правительством РФ по приоритетным направлениям общественной жизни,

таким как здравоохранение, демография, образование и жилье, государственная поддержка стратегически важных отраслей национальной экономики, развитие малого и среднего бизнеса, активизация процессов цифровой трансформации и т.д. Приоритеты государства определяют сегодня возможные пути достижения устойчивого инклюзивного (социально ориентированного) экономического роста, повышения уровня общественного благосостояния и увеличения в целом конкурентоспособности всей системы национальной экономики. Поэтому на современном этапе «повышение качества жизни россиян – это ключевая задача государственной политики, которая характеризуется основными факторами, включающими продовольственную безопасность, доступность жилья, образования и здравоохранения, качество труда, наличие современных спортивных сооружений, применение цифровых технологий в инженерной и транспортной инфраструктурах и т.д.» [3], а «...национальные проекты являются важным государственным инструментом решения социально-экономических проблем, который отличает масштабность, ориентация на общественно значимые проблемы» [4, с. 42]. Поэтому реализация приоритетных национальных проектов, разработанных на уровне государства, направлена на обеспечение устойчивого экономического роста, повышение качества жизни населения и увеличения уровня общественного благосостояния. Поэтому можно выделить три направления государственных приоритетов:

- во-первых, это обеспечение комфортной среды для жизни в российском обществе, а именно доступное и качественное жилье для всех граждан нашей страны, сокращение ветхого и аварийного жилищного фонда, повышение уровня благоустройства, развитие общественной инфраструктуры в городах и сельских населенных пунктах, строительство современных и безопасных автомагистралей, поддержание территориальной экологической безопасности;

- во-вторых, всестороннее развитие человеческого капитала, в том числе развитие здравоохранения и обеспечение доступа для всех социальных слоев общества к квалифицированной медицинской помощи, модернизация системы образования и повышение профессионального уровня населения, создание предпосылок для повышения рождаемости, увеличения продолжительности жизни и улучшения демографической ситуации в стране в целом, развитие сети организаций доступного массового спорта, учреждений культуры и искусства;

- в-третьих, создание предпосылок и условий для обеспечения устойчивого экономического роста, а именно, развитие фундаментальной и прикладной науки, цифровая трансформация системы национальной экономики и общества, государственная поддержка предприятий малого и среднего бизнеса, приоритетных отраслей экономики, создание высокотехнологичных рабочих мест и сокращение уровня безработицы, рост производительности труда.

В современных условиях социально-экономического развития России государственное «...регулирование отдельных аспектов экономики является неотъемлемой частью экономической жизни современного общества» [5, с. 36], а приоритеты государства носят общественный характер и направлены, в

первую очередь, на развитие человеческого капитала, обеспечение развитой общественной инфраструктуры во всех регионах, сохранение окружающей природной среды, повышение уровня доходов и качества жизни населения. При этом важное значение отводится развитию системы национальной экономики, то есть на современном этапе развития общества «...государство акцентирует свою деятельность на формировании стабильной социально-экономической среды, благоприятствующей экономической активности населения, усилению социальной мобильности граждан, предпринимательству» [6, с. 23]. В России национальные проекты реализуются по основным направлениям социально-экономического развития как на федеральном уровне, так и на региональном уровне, в том числе и во всех муниципальных образованиях. В субъектах РФ разрабатываются разнообразные целевые программы, которые имеют целевые ориентиры национальных проектов на создание «эффективного государства», «...структурные проблемы развития экономики...в России обуславливают потребность в формировании новой системы, которая позволила бы обеспечить экономическую стабильность государства и социальную защищенность граждан» [7, с. 55]. Поэтому приоритетные национальные проекты и различные государственные целевые программы направлены на устойчивое социально-экономическое развитие определенных территорий, развитие человеческого потенциала и рост качества жизни всех социальных слоев, инновационную трансформацию региональных социально-экономических систем, выполнение государственных социальных гарантий для населения и повышение уровня общественной безопасности, то есть обеспечивают инклюзивный (социально-ориентированный) экономический рост, который предусматривает равные возможности для всех членов общества. При этом «хотя государство играет важную роль в инвестиционной политике и национальной инновационной системе, но его роль возрастает в инклюзивном развитии» [8, с. 24].

Актуальность реализуемых национальных проектов и установленных на государственном уровне целевых ориентиров ни у кого не вызывает сомнения, но сегодня процесс их реализации осуществляется в России довольно сложно и не всегда обеспечивает достижение желаемых результатов для общества. Причины этого довольно разнообразны – от недостаточности бюджетного финансирования, особенно на региональном и муниципальном уровне, до неэффективного управления процессом реализации национальных проектов со стороны руководителей, государственных служащих и специалистов органов местного самоуправления. Также негативное влияние оказывает довольно невысокий уровень качества планирования государственных целевых программ социально-экономического развития, которые разрабатываются сегодня на региональном и муниципальном уровне с целью детализации приоритетных целей, установленных общероссийскими национальными проектами с учетом особенностей территориального развития. При этом до настоящего времени отсутствуют единые нормы, правила и стандарты процесса софинансирования утвержденных общенациональных проектов, что приводит к определенным

проблемам в процессе разработки социально-экономической политики на региональном уровне, а также к трудностям в процессе их реализации.

Таким образом, на современном этапе государственные приоритеты в России направлены на устойчивое социально-экономическое развитие, которое способно обеспечить инклюзивный экономический рост в нашей стране и повышение уровня общественного благосостояния. При этом такой социально ориентированный «экономический рост...можно рассматривать одновременно и как фактор, и как результат функционирования экономики» [9, с. 152]. Этому росту во многом может способствовать эффективная реализация разработанных на государственном уровне приоритетных национальных проектов, которые направлены не только на развитие национальной экономики, но и на развитие человеческого капитала, повышение уровня и качества жизни населения. И как доказала мировая практика, наличие инклюзивной составляющей в процессе социально-экономического развития является главным и основным признаком рационально функционирующего государственного сектора экономики.

#### Список использованной литературы

1. Брагинский О.Б. Выбор приоритетных проектов при реализации государственных программ в условиях ограниченных финансовых ресурсов // Экономический анализ: теория и практика. 2017. Т. 16, № 12. С. 2254-2269.
2. Герсонская И.В. Обновление научного инструментария государственного регулирования национальной экономики // Вестник Челябинского государственного университета. 2020. № 2 (436). С. 34-42.
3. Зозуля А.В., Зозуля П.В., Еремина Т.Н. Современные проблемы реализации приоритетных национальных проектов // Вестник Евразийской науки. 2019. № 1. URL: <https://esj.today/PDF/21ECVN119.pdf> (дата обращения 04.10.2020).
4. Костарева Л.В. Реализация приоритетных национальных проектов в Российской Федерации: проблемы и перспективы // Общество, экономика, управление. 2018. Том 3, № 1. С. 37-44.
5. Овсиенко А.А. Роль государства в рыночной экономике // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 11-2. С. 34-37.
6. Попова М.И. Императивы социальной политики государства // Петербургский Экономический журнал. – 2013. – № 3 (3). – С. 23-35.
7. Ревкуц А.В., Демченко С.К., Подопригора В.Г., Горев В.П. Теоретические основы оценки эффективности функционирования государственного сектора // Экономические науки. 2019. № 12 (181). С. 55-59.
8. Сморгунов Л.В. Государство, сотрудничество и инклюзивный экономический рост / Л.В. Сморгунов // Власть. – 2017. – № 11. – С. 22-30.
9. Юсупов К.Н., Токтамышева Ю.С., Янгиров А.В., Ахунов Р.Р. Стратегия экономического роста на основе динамики валового внутреннего продукта // Экономика региона. 2019. Т. 15, № 1. С. 151-163.

## ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ТЕПЛИЧНОГО ОВОЩЕВОДСТВА РОССИИ

*Н.И. Глотова*

*ФГБОУ ВО Алтайский ГАУ*

Аннотация: В работе аргументируется значимость тепличного овощеводства в структуре агропромышленного комплекса. Проведен анализ производства тепличных овощей в России, что позволило сделать вывод о наметившейся тенденции снижения импортозависимости в этом сегменте. Аргументирована необходимость совершенствования современных тепличных технологий посредством сочетания достижений сельского хозяйства, промышленности и ИТ за счет действующих механизмов государственной поддержки.

В структуре агропромышленного комплекса тепличное овощеводство играет важную роль. Производство закрытого грунта не только стратегически важный сектор, но и инвестиционно-привлекательный.

Осложнение ситуации на международном рынке и введение санкций стало фактором активного роста и развития тепличного производства с 2014 года. За последние пять лет инвестиции в тепличные проекты превысили 200 млрд руб., было заложено более 1,1 тыс. га теплиц.

К сожалению, первая половина 2020 года принесла новый глобальный кризис, который затронул практически все отрасли во всех странах мира.

Тепличное овощеводство стало также одной из наиболее пострадавших от пандемии коронавируса отраслей АПК. Весенние карантинные ограничения затормозили планы по запуску теплиц, а банки стали более осторожны в выдаче кредитов. Вполне возможно, что следствием этих факторов к концу года станет торможение роста площадей под теплицами.

По данным Министерства сельского хозяйства, тепличное производство в 2019 году достигло порядка 1,14 млн т, это на 14% больше результатов 2018 г. и на 26,7% выше среднего показателя за последние пять лет. Валовой сбор овощей в зимних теплицах составил 1,2 млн т, при этом на долю огурца в общем объеме приходится 50-54%, томаты – 40-44% [1].

Производство тепличных овощей согласно предварительным расчетам экспертов в 2020 году может достичь 1,25 млн т, это на 6,1% больше в сравнении с 2019 годом.

Несмотря на то, что в последние годы отмечается ярко выраженная тенденция к замещению импортной продукции, зависимость от импорта по свежим овощам остается высокой – 41% по итогам 2019 года. В 2013 этот показатель составлял 67% [2, 3]. Сокращение доли импорта произошло вследствие увеличения собственного производства огурца на 83% и томата на 164% за этот период.

Обеспеченность населения страны в 2019 г. во внесезонный период огурцом составила 98%, что на 2,1% выше уровня 2018 г., томатом – на 56,9% (прирост 24,5%) [4].

Согласно данным рисунка 1, мы видим, что условная емкость рынка огурцов, а также уровень самообеспеченности за последние пять лет имеет незначительные колебания, составив в 2019 г. 88%. Что касается рынка томатов, уровень самообеспеченности вырос практически в два раза (51%).

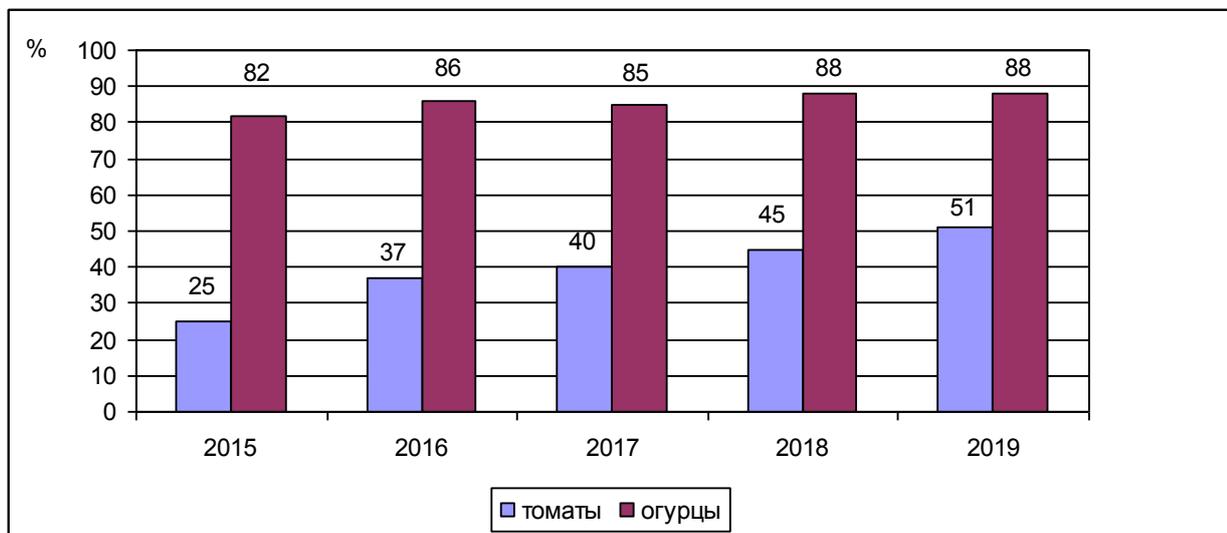


Рисунок 1 – Условная емкость и уровень самообеспеченности овощей в России за 2015-19 гг., %

Рост объема производства тепличных овощей, на наш взгляд, дает отрасли все шансы обеспечить снижение импортозависимости в этом сегменте.

На сегодняшний день регионами-лидерами по производству овощей защищенного грунта являются Липецкая (59,8 тыс. т), Московская (43,8 тыс. т) и Волгоградская (34,8 тыс. т) области, Ставропольский (26 тыс. т) и Краснодарский (25,8 тыс. т) край [5].

Несмотря на положительную динамику в отрасли, необходимо понимать, что сегодня важно не только увеличение объемов производства, но и рост признания отечественной продукции конечным потребителем.

Конкуренция на рынке тепличных овощей с появлением все большего числа игроков обостряется. Больше зарабатывать и быстрее окупать инвестиции получается у тех, кто вкладывается в инновации, совершенствует технологии, наращивает урожайность, оптимизируя затраты.

В сельскохозяйственных организациях площадь зимних теплиц в 2019 году составила практически 2,6 тыс. га, весенних – 1,7 тыс. га. При этом 75% зимних теплиц принадлежит крупным компаниям, а малые хозяйства обладают самыми обширными площадями весенних необогреваемых теплиц (рис. 2).

Стоит также отметить и постепенное увеличение средней урожайности тепличных овощей в зимних теплицах: за последние семь лет на 42% до 43 кг/м<sup>2</sup> в год [6]. Во многом это обусловлено именно совершенствованием технологий и новациями в селекции (рис. 3).

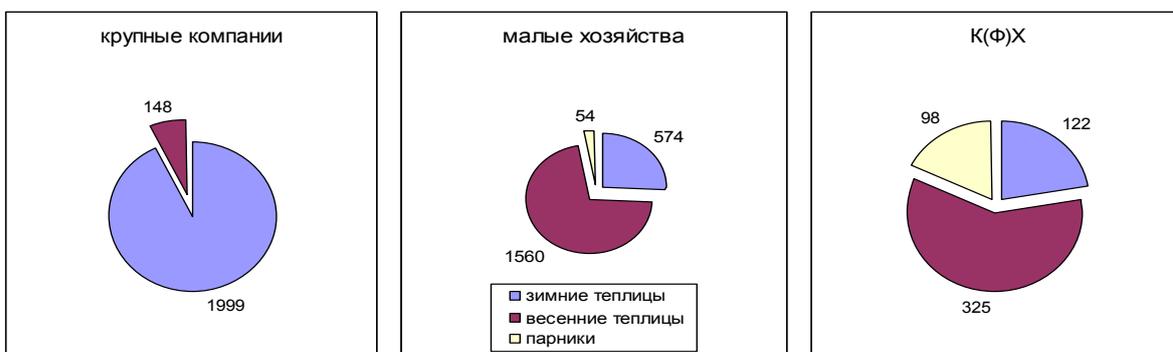


Рисунок 2 – Состав и структура тепличных площадей в России за 2019 год, тыс. га

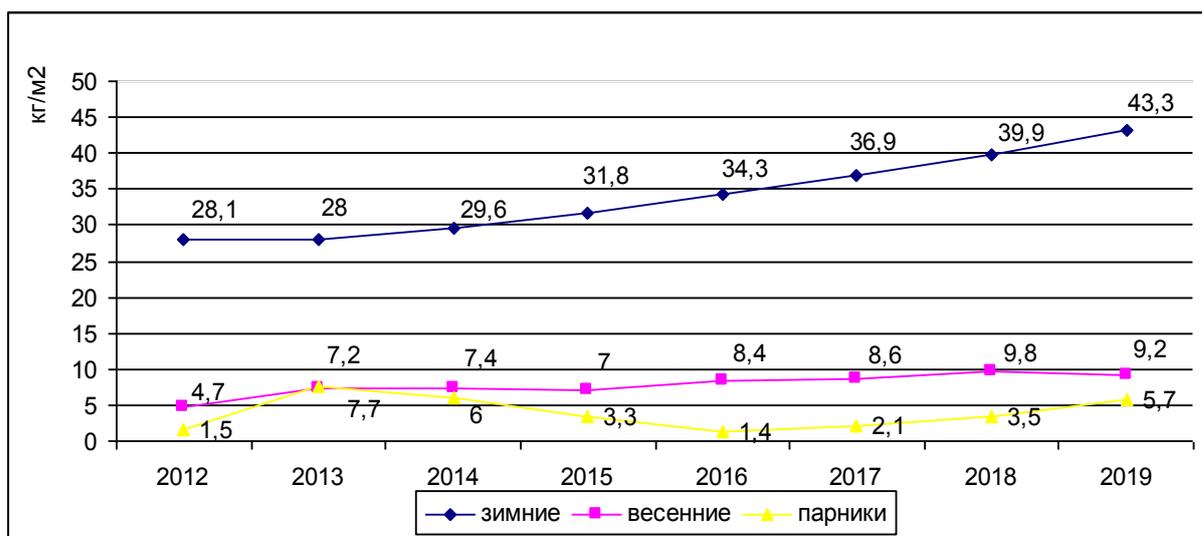


Рисунок 3 – Урожайность в защищенном грунте за 2012-19 гг., кг/м<sup>2</sup>

Успех отрасли во многом связан с уровнем оказываемой государственной поддержки. С 2020 г. действует механизм субсидирования российского АПК, согласно которому аграрии смогут получать два вида субсидий:

- компенсирующую (34 млрд руб.): предполагает использование бюджетных средств на поддержание доходности;
- стимулирующую (27 млрд руб.): связана с софинансированием целых регионов в развитии более перспективных направлений, в том числе и тепличного производства.

Также действуют механизмы грантовой поддержки фермеров и кооперативов, осуществляющих льготное кредитование.

Проведенные исследования говорят о росте спроса на местные, экологически чистые и вкусные овощи. При этом важно понимать, что традиционное производство продуктов не справится с потребностями растущего населения планеты в здоровом и недорогом питании.

По данным ООН, сегодня на Земле живут около 7,7 млрд человек, а к 2050 году население вырастет до 9,7 млрд человек. Высока вероятность того, что

такой рост приведет к нехватке продуктов и голоду. Тем более, сейчас ситуацию усугубляет распространение коронавируса.

При этом население Земли не только увеличивается, но и стареет. Правительствам стран нужно кормить все больше людей все более качественными продуктами. И делать это, не вырубая леса под посевы культур и пастбища для коров – миру необходимо стабилизировать экологическую обстановку.

Сегодня мы с гордостью можем констатировать, что сочетание достижений в сельском хозяйстве, промышленности и ИТ позволяет создать принципиально новые продукты [7, 8]. Так, например, рынок вертикальных ферм.

Рынок вертикальных ферм еще находится в процессе становления. Вертикальные фермы принципиально отличаются от традиционных тем, что растения выращиваются внутри помещений в искусственных условиях. Это позволяет создавать для них оптимальную среду и увеличить интенсивность использования пространства. Такие фермы можно устанавливать где угодно: в городах, пустынях, под землей, на воде, в магазинах, аэропортах и жилых домах [9].

Интерес к вертикальным фермам связан с вызовами, с которыми столкнулось человечество в последние десятилетия. Именно поэтому они обеспечены высокими мировыми инвестициями (рис. 4).

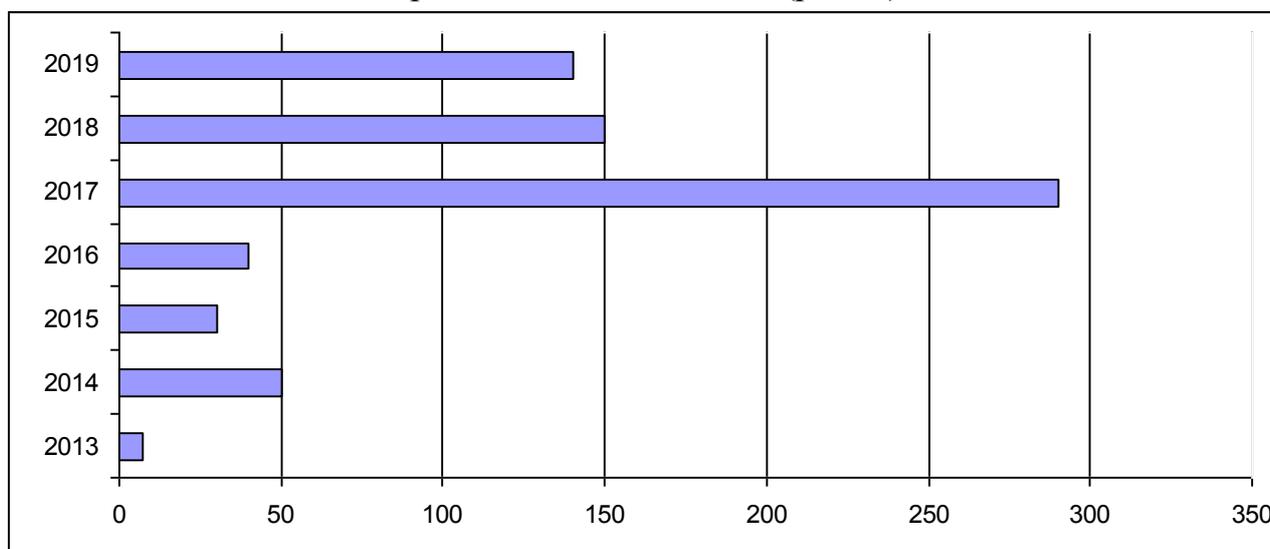


Рисунок 4 – Мировые инвестиции в проекты вертикальных ферм за 2013-2019 годы, \$ млн

Стремление к гармонии с природой и экологическое сознание оказывают значительное влияние на стиль жизни современных горожан и создают запрос на иную городскую среду. Надеемся, что и у брендов вертикальных ферм, способных удовлетворить этот запрос, есть шанс найти немало клиентов, которые захотят приобщиться к городскому фермерству.

К слову, в России в 2020 году разрешили использовать крыши жилых домов для озеленения. Возможно, что и там в скором будущем будут использоваться технологии вертикальных ферм.

В заключение стоит отметить, что выращивание овощей в защищенном грунте постепенно переходит на новую стадию своего развития. В связи с этим необходимо и в дальнейшем совершенствовать механизмы государственной поддержки, которые будут способствовать росту и развитию инвестиционного потенциала тепличного овощеводства.

#### Библиографический список

1. Производство овощей закрытого грунта увеличилось на 19,5% [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://mcx.gov.ru/press-service/news/proizvodstvo-ovoshchey-zakrytogo-grunta-velichilos-na-19-5/>

2. Доскач О.Е., Глотова Н.И. Развитие экспорта продукции АПК Алтайского края: возможности и перспективы // В сборнике: Аграрная наука – сельскому хозяйству. Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции. В 2-х книгах. Барнаул. 2020. С. 83-85.

3. Петухова Е.С., Глотова Н.И. Использование инструментов стратегического анализа в оценке развития экспорта продукции АПК (на материалах Алтайского края) // В сборнике: Общество. Экономика. Культура: проблемы, практика решения. Сборник научных статей X Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Барнаул. 2020. С. 145-152.

4. Итоги года – 2019: Овощи защищенного грунта [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://agrovesti.net/lib/industries/vegetables/itogi-goda-2019-ovoshchi-zashchishchennogo-grunta.html>

5. Производство тепличных овощей стало рекордным [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.agroinvestor.ru/markets/news/33737-proizvodstvo-teplichnykh-ovoshchey-stalo-rekordnym/>

6. Томаты попали в тепличные условия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rg.ru/2020/03/23/v-2020-godu-v-rossii-soberut-rekordnyj-urozhaj-ovoshchey-zakrytogo-grunta.html>

7. Илющенко Е.В., Глотова Н.И. Применение технологий искусственного интеллекта в сельском хозяйстве // В сборнике: Перспективы внедрения инновационных технологий в АПК. Сборник статей II Российской (Национальной) научно-практической конференции. 2019. С. 172-173.

8. Рыжкова М.С., Глотова Н.И. Развитие цифровой экономики в агропромышленном комплексе России // В сборнике: Наука и инновации: векторы развития / Материалы Международной научно-практической конференции молодых ученых. Сборник научных статей. В 2-х книгах. 2018. С. 223-226.

9. Завтра сельхозбизнеса. Как ИТ-предприниматели внедряют вертикальные фермы [Электронный ресурс] – Режим доступа:

ББК 65.012

КАЧЕСТВО РАБОЧЕЙ СИЛЫ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ ЗНАНИЙ:  
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Т.Л. Данильчик*

*ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет  
им. И.И. Ползунова»*

Аннотация: в статье рассматриваются основные компоненты и тенденции изменения качества рабочей силы в современном обществе знаний, обосновывается необходимость формирования и реализации способностей и потребностей человека как взаимосвязанных характеристик и важнейших факторов расширенного воспроизводства качества рабочей силы, обозначена необходимость изменения подходов к решению организационных задач по управлению человеческими ресурсами нового типа

Ключевые слова: качество рабочей силы, способности и потребности человека, управление человеческими ресурсами

Современное общество знаний предъявляет повышенные требования к качественным параметрам рабочей силы, как основного ресурса, способного обеспечить эффективность экономической системы в целом. Необходимо отметить, что идея общества знаний появилась не вчера, она стала предметом широкого общественного интереса еще в конце XX века. В ряде своих научных трудов известный американский ученый-экономист П. Дракер характеризует знание как «силу, способную создать новое общество». При этом речь идет не просто о знании в традиционном его понимании, а непосредственно о знании-информации, то есть о таком знании, которое можно оценить количественно и передать посредством новейших коммуникационных технологий [1, с. 188].

Современная знаниевая экономика основана на развитии информационных технологий, на способности преобразования информации в цифровую форму, на повсеместной передаче ее на любые расстояния с помощью всемирной сети Интернет, на широком распространении технических инноваций, новых принципов управления и стандартизации производственных процессов. В данных условиях сложно переоценить значимость информационных технологий, которые активизируют и позволяют результативно применять информационные ресурсы общества, значительно экономя другие факторы производства (трудовые, денежные, организационные, временные и т. п.). Изначально, будучи инструментом роста персональной результативности сотрудников, они сегодня становятся тем базисом, который позволяет компании «заработать» и удержать конкурентные преимущества в условиях неопределенности. Им под силу выполнение наиболее важных, интеллектуальных функций социальных процессов. Информационные технологии определяют не только функционирование отдельных хозяйствующих субъектов, но и развитие регионов и экономики в целом;

обеспечивают взаимодействие рыночных субъектов в информационном потоке, содействуя массовому воспроизводству знаний. Они довольно легко проникают в социокультурный пласт общества, решая многочисленные бытовые, социальные, технологические, организационные проблемы, увеличивая открытость экономики в плане культурного обмена и миграции населения.

Встроенность информационных технологий принципиально меняет способы коммуникации между отдельными хозяйствующими субъектами, компаниями и государством. Причем эффективность «продвижения» инноваций напрямую определяется развитием творческих потребностей человека к самореализации, что многократно усиливает зависимость инновационной деятельности от уровня и тенденций развития самого субъекта-новатора, интегрирующего новое знание.

Актуальность исследования тенденций изменения качества рабочей силы обусловлена необходимостью разработки эффективных методов управления процессом формирования востребованных в новых экономических условиях трудовых ресурсов.

Роль знаний в современной глобальной экономике имеет тенденцию к постоянному возрастанию. Это связано, во-первых, с тем, что резко увеличивается удельный вес всех видов коммуникаций в производстве, бизнесе, научной, культурной и образовательной сферах. Во-вторых, возрастает роль информационных продуктов и услуг во всех воспроизводственных процессах общества. В-третьих, формируется глобальное информационное пространство, обеспечивающее эффективное взаимодействие людей [1, с. 188].

В мировой экономике, ровно как и в экономике любой страны, знание непосредственным образом влияет на развитие, рост и эффективность хозяйственной деятельности [2, с. 78]. Это утверждение имеет серьезное статистическое обоснование. Так, более половины прироста валового внутреннего продукта в странах с развитой рыночной экономикой дает приращение образованности и знаний человеческих ресурсов. Аналитические исследования зарубежных экономистов показывают, что американские сотрудники, имеющие образовательный ценз свыше 10,5 лет, производят более пятидесяти процентов ВВП США [3, с. 86]. Важно выяснить, какой же должна быть рабочая сила в современном обществе знаний, какими качествами – знаниями, умениями, опытом, личностными характеристиками – должны обладать сотрудники, чтобы быть эффективными в современной экономике, основанной на информационных технологиях.

Не вдаваясь в дискуссию относительно определения самого понятия «качество рабочей силы», можно остановиться на следующей дефиниции, отражающей наиболее полно содержание данной категории. Качество рабочей силы – совокупность психофизиологических, интеллектуально-профессиональных и деловых личностных характеристик работника, которая предопределяет способность выполнения определенных трудовых функций и

готовность к их изменениям в соответствии с объективной трансформацией содержания труда.

Отметим лишь некоторые наиболее актуальные на сегодняшний день качественные параметры рабочей силы, отвечающие современным требованиям общества знаний. С точки зрения психофизиологических характеристик работника компонентами качества рабочей силы является состояние здоровья, гибкость в принятии решений, склонность к инновационной активности. Интеллектуально-профессиональные качества рабочей силы включают в себя образовательный и интеллектуальный уровни, навыки трудовой деятельности. К деловым личностным характеристикам, безусловно, относятся маневренность, готовность сотрудника к активной и результативной деятельности. Даже этот неполный перечень требований к качеству рабочей силы показывает, что современный работодатель заинтересован в здоровом, высокообразованном интеллектуале-инноватике, который обладает достаточным уровнем образования и трудовым опытом, поведенческой гибкостью и готов к активной и продуктивной профессиональной деятельности.

Понятно, что работников, обладающих одновременно всеми перечисленными характеристиками, безусловно, единицы. Однако в штате современной инновационной компании, в структуре ее рабочей силы все вышеуказанные характеристики должны иметь место. Ведь, например, если рабочая сила организации будет иметь достаточный уровень образования и опыта, будет активной в своей трудовой деятельности, коллектив компании в целом будет характеризоваться хорошим физическим и психологическим здоровьем, однако при этом рабочая сила недостаточно адаптивна к инновациям и обладает низкой мобильностью, перспективы у компании незначительны.

Рабочая сила в современной экономике, основанной на знаниях, должна оперативно реагировать на смену отраслевой структуры производства, трудовых функций путем овладения смежными профессиями, смены сфер деятельности, непрерывного обучения в период всего воспроизводства рабочей силы, мобильности в плане территориальных перемещений. К необходимым качествам современного работника также относится умение быстро осваивать и вовлекать в процесс трудовой деятельности возникающие новшества. То есть использовать новые технологии, привлекать новые виды сырья, разрабатывать новейшие виды продукции, что требует от работника профессиональной грамотности и психологической готовности к фактически непрерывному образованию – освоению изменяющихся предметов и средств труда, способов и принципов труда (проявление адаптивности).

Необходимо отметить, что при характеристике качества рабочей силы как совокупности способностей ее носителей нельзя игнорировать его (работника) потребности. Как известно, формирование и реализация качественных характеристик рабочей силы как расширенный производственный процесс иницируются и находятся в постоянном движении благодаря актуализации его

потребностей. Наличие способностей, однозначно, обуславливает осуществление целенаправленной деятельности субъекта, являясь средством достижения результата и в силу этого лишь одним из элементов структуры процесса воспроизводства. Другой составляющей данного процесса являются потребности, существующие до начала деятельности, ее «провоцирующие» и определяющие ее общую направленность вплоть до получения ожидаемого результата. Таким образом, способности и потребности, будучи взаимозависимыми характеристиками человека, должны на равных представлять качество рабочей силы. Именно способность рабочей силы к осуществлению творческой деятельности и потребность в творческой самореализации и становится важнейшим фактором, обеспечивающим развитие инновационных характеристик рабочей силы, как основного производственного фактора экономики знаний.

Поскольку полученное несколько лет назад образование безнадежно устаревает в обществе, основанном на инновациях и коммуникативных связях, возникает необходимость постоянного повышения квалификации и преодоления разрыва между имеющимися и требуемыми компетенциями работников. Поэтому в обществе знаний самым важным становится «научиться учиться». Ранее усвоенные знания в условиях меняющейся внешней среды очень быстро устаревают и становятся невостребованными. В результате снижается результативность и качество рабочей силы [3, с.84]. Только с помощью информационных технологий и инновационных нововведений возможно постоянно обновлять общекультурные и профессиональные компетенции работника [5]. Так, в современном обществе знаний при реализации качественных характеристик рабочей силы условием ее эффективной деятельности не могут быть «усвоенные когда-то знания данной специальности» и имеющийся диплом. Основой функционирования востребованной рабочей силы становится накопленный опыт работника – личный и профессиональный, история его «успехов и неудач», его аналитические способности и возможности создания уникальных практических новшеств в своей профессиональной деятельности [6]. Чтобы соответствовать обществу знаний, «стандартные образовательные программы» должны быть подчинены траектории развития соответствующих качественных характеристик будущей рабочей силы, реализуемы как через формальные, так и неформальные формы образования. На рынке труда сегодня востребован не просто формальный перечень дисциплин, освоенных выпускником образовательного учреждения, а его «интегральный профессионально-образовательный профиль», сочетающий в себе навыки формального образования, включенность в определенный социум и конкретный практический опыт [3, с.85].

Безусловно, переход от трудоемких производств к информационным технологиям характеризуется возрастанием требований к когнитивным способностям работника, которые определяются его умом – способностями

воспринимать, запоминать, анализировать информацию и вырабатывать критический подход к решению производственных задач [4].

Еще одним фактором, формирующим качество рабочей силы, становится смещение акцентов во взаимосвязи «работник – работодатель» в сторону все большего «веса» работника. Конкурентоспособность организации все больше определяется способностью сотрудников эффективно использовать огромный массив информации во благо работодателю. Все большая часть персонала пытается работать с организацией «на равных», а не на организацию. Таким образом, формируются условия, при которых фирма нуждается в сотрудниках даже в большей степени, чем они в ней. Так, осознавая важность креативной рабочей силы в создании информационного продукта, Билл Гейтс, отмечал, что, если из Microsoft уйдут двадцать ведущих специалистов, компания обанкротится.

Расширение требований к современному сотруднику организации предполагает изучение возможности совершенствования качества рабочей силы, как основы моделирования работника нового типа, имеющего благоприятные перспективы эффективной деятельности в сегодняшнем мире. Безусловно, психофизические, интеллектуально-профессиональные и деловые личностные характеристики формируют качество рабочей силы в современном обществе знаний. Однако, наряду с важностью состояния здоровья работника, его уровня образования и трудового опыта, ключевое значение в обществе знаний приобретает способность ориентироваться в потоке информации, когнитивные способности, критический ум, позволяющий отличать полезную информацию от бесполезной, мобильность, поведенческая гибкость и адаптивность к инновациям [7, с. 21].

Сегодня конкурентоспособность любого хозяйствующего субъекта определяется не столько качеством реализуемых на рынке товаров и услуг, сколько скоростью их обновления, адаптацией к меняющейся среде в условиях неопределенности и риска. Постоянно востребованными становятся «продвинутые» идеи, новые подходы, креативный взгляд, а значит, и рабочая сила, способная эту потребность удовлетворить. Нетрудно заметить, что качественные характеристики, необходимые работнику в современном обществе знаний, невероятно схожи с качествами, необходимыми предпринимателю для эффективного ведения своего бизнеса. Именно поэтому можно предположить, что в современном обществе знаний формируется новый тип работника-предпринимателя, который становится предпринимателем относительно своей рабочей силы: он высокомотивирован, активен, рационален, обладает невероятной требовательностью к себе и высоким уровнем самоконтроля. Поэтому управление качественными характеристиками рабочей силы становится важнейшей функцией современной компании, воплощением ее новой структуры и содержанием долгосрочной стратегии, направленной на устранение препятствий развитию инновационной деятельности. Вместо практики фильтрации и просеивания кадрового состава,

управление воспроизводством качества рабочей силы должно стать связующим звеном, обеспечивающим единство обучения, инновационного поведения персонала и творческого процесса. Это, безусловно, предполагает изменение подходов к решению организационных задач по управлению человеческими ресурсами, которое должно стать инновационным по своему содержанию, то есть стать гибкой системой, опережающей инновационный процесс.

#### Список использованной литературы

1. Шамардин Н. Н. «Общество знаний»: философско-методологическая критика понятия // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. – 2015. – Т. 33. – №. 14 (211). – С.185-192.

2. Винникова А.Б., Данильчик Т.Л. Интеграция обучения и развития как важнейшее конкурентное преимущество компании // Вестник Алтайской академии экономики и права, Барнаул: Изд-во ААЭП. – 2016. – №1(43). – С. 77 – 79.

3. Лясковская Е. А. Управление качеством рабочей силы в рамках концепции непрерывного образования // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2017. – Т. 11. – №. 4. – С.82-89.

4. Суворова Е. Ю. Категория «качество рабочей силы» в инновационном обществе // Baikal Research Journal. – 2017. – Т. 8. – № 1 [Электронный ресурс] / Cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-kachestvo-rabochey-sily-v-innovatsionnom-obschestve> (дата обращения: 10.12.2018).

5. К обществам знания: Всемирный доклад ЮНЕСКО. – Париж, 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141843\\_rus](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000141843_rus) (дата обращения: 10.12.2018).

6. Булатецкая А. Ю. Характерные черты и тенденции развития общества знания // Научная мысль. – 2016. – №. 3. – С. 23-29.

7. Данильчик Т.Л., Винникова А.Б. Человеческий капитал: воспроизводственный аспект // Современная наука: проблемы, идеи, инновации: сборник научных трудов / под. ред. А.Л. Полтарыхина.- Москва : РУСАЙНС, 2015.- С. 15-28.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

*А.Ә. Қаныбек, М.У. Рахимбердинова, Э.С.Мадиярова*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева*

*Аннотация:* В данной статье рассматривается значение использования цифровых образовательных ресурсов в образовательном процессе, формирование цифровой грамотности.

Сегодня цифровизация всех отраслей страны является одной из главных тем повестки дня. Одним из первых направлений активной работы в этой связи является образовательная направленность.

Цифровая грамотность-это готовность и способность человека надежно, эффективно, критически и безопасно применять цифровые технологии во всех сферах жизни. Цифровая грамотность-основа безопасности в информационном обществе, важнейшее образование XXI века. Формированию цифровой грамотности должно быть уделено внимание наравне с читательской, математической и естественнонаучной грамотностью.

В ходе бурного развития науки многие корпорации требуют сотрудников, готовых работать с применением новых технологий на всех уровнях производства, а потребность в сотрудниках, не обладающих специальными навыками, остается далеко позади. Решение этих проблем, безусловно, должно потребовать модернизации образовательного процесса.

Цифровизация напрямую связана с учебными пособиями цифровой технологии, которые открываются для вузов и школ, которые ранее были недоступны. Среди них особенно выделяется онлайн-обучение.

В государственной программе развития образования Республики Казахстан на 2011-2020 годы перед системой образования ставится задача обеспечения всех участников образовательного процесса лучшими образовательными ресурсами и технологиями с использованием системы электронного обучения в организациях образования [1].

В Послании Первого Президента РК Н. Назарбаева народу Казахстана от 10 января 2018 года говорится: «Человеческий капитал – основа модернизации, необходимо развивать цифровые ресурсы в образовании учащихся, размещать в интернете видеоуроки и видеолекции лучших преподавателей средних школ, колледжей и вузов. Это позволит всем казахстанцам, в том числе жителям отдаленных населенных пунктов, получить доступ к передовым знаниям и компетенциям».

Образование и наука являются основными движущими силами процветания социально-экономических сил нашего государства. Развитие сферы образования будет способствовать внедрению инноваций и обеспечит молодежь необходимыми знаниями и навыками, необходимыми для конкурентоспособности на современном рынке труда. По данным исследования международной компании Ernst&Young, наблюдается прямая связь между

образованием и экономикой государства. Так, увеличение охвата начальным образованием на 1% повысит валовой внутренний продукт государства на 0,35%. Увеличение срока обучения старших классов на один год увеличит валовой внутренний продукт государства на 0,44%. Реализация стратегических образовательных программ продолжительностью 10 лет позволит увеличить валовой внутренний продукт государства на 5 процентов. При этом государство, набравшее на 5 баллов выше среднего, может повысить производительность труда на 2,5 процента и валовой внутренний продукт на душу населения на 1,5 процента [2].

А неотъемлемой частью современной системы образования является развитая цифровая инфраструктура. Таким образом, в организациях образования определена необходимость развития ИТ –инфраструктуры, цифровых образовательных ресурсов, сетей и платформ открытых онлайн – курсов, автоматизации государственных услуг и введения в государственную программу развития образования и науки Республики Казахстан на 2020-2025 годы.

Одним из приоритетных направлений национального проекта «Білім беру» является развитие современных методов обучения и воспитания на базе ИТ, оснащение оборудованием, электронными средствами, повышение информационной компетентности работников образования, внедрение современных образовательных технологий с использованием возможностей Интернета [3].

Сейчас видно, что правительство Казахстана стремится к более быстрому развитию освоения информационных технологий. Современные информационные технологии-это главная предпосылка доступа к цифровому сознанию и технологиям.

Актуальность модернизации системы образования Казахстана обусловлена важностью социальной функции-производства и преобразования знаний, которые играют решающую роль в разделении труда в современном обществе. Максимальная успешность модернизации системы образования Казахстана может быть достигнута только в том случае, если все программные установки, основанные на образовательной политике, смогут собрать на себе все возможное из позитивного потенциала, накопленного мировым опытом. И, особенно для многих стран Центральной Азии, вопрос модернизации системы образования по-прежнему остается актуальным.

Мировой опыт показывает, что система цифровизации в образовательном процессе крайне необходима. Таким образом, многие вузы проанализировали долгосрочный опыт системы образования и поняли преимущества этого метода. Эта система необходима для улучшения качества образования, развития новых информационных технологий, ускорения современных бумажных процессов, административного и управленческого персонала учреждения.

Наиболее перспективными на сегодняшний день являются цифровые образовательные ресурсы, признаваемые в качестве доступных наборов данных

в цифровом виде, используемых в учебном процессе как единое целое. Цифровые образовательные ресурсы-это фотографии, видеофрагменты, статистические и динамические модели, объекты виртуальной реальности и интерактивного моделирования, картографические материалы, звукозаписи, символные объекты и деловая графика, текстовые документы и другие обучающие материалы, необходимые для организации учебной деятельности [4].

Общие требования к цифровым образовательным ресурсам:

Современные цифровые образовательные ресурсы:

1) должны соответствовать нормативным актам Министерства образования и науки Республики Казахстан, содержанию учебника;

2) иметь ориентацию на современные формы обучения, обеспечение высокой интерактивности и мультимедийности обучения;

3) обеспечить возможности уровневой дифференциации и индивидуализации обучения, учет возрастных особенностей учащихся и соответствующего отличительного культурного опыта;

4) предложить виды учебной деятельности, направленной на приобретение учеником опыта в решении жизненных проблем, основанных на знаниях, умениях и навыках по предмету;

5) обеспечивать использование самостоятельной и групповой работы;

6) должны содержать инструкции по планированию образования, предусматривающие модульную структуру;

7) должны основываться на надежных материалах;

8) объем соответствующих разделов учебника - без расширения тематических разделов;

9) полноценное восстановление на опубликованных технических платформах;

10) возможность использования наряду с цифровыми образовательными ресурсами других программ;

11) обеспечивать индивидуальную настройку и сохранение промежуточных результатов работы, когда это методически целесообразно;

12) иметь встроенную контекстную помощь по мере необходимости;

13) иметь удобный интерфейс.

В заключение, можно сказать: полноценное внедрение цифровых образовательных ресурсов в учебный процесс при выполнении описанных требований позволяет использовать и дополнять традиционные методы обучения наряду с новыми информационными технологическими методами, объективно оценивать качество обучения по дисциплине.

#### Список использованной литературы

1. Назарбаев Н.А. Послание Президента РК народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана» от 27 января 2012г.

2. Государственная программа развития образования Республики Казахстан на 2011- 2020гг.

3. Об особенностях преподавания основ наук в общеобразовательных организациях Республики Казахстан в 2015-2016 учебном году. Инструктивно-методическое письмо – Астана: Национальная академия образования им. И. Алтынсарина, 2015. – 232 с.

УДК614.2

## РАЗМЫШЛЕНИЯ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕМЫ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ ЗДРАВООХРАЕНИЯ

*В.Е. Караваев, М.С. Философова, О.Р. Варникова*

*ФГБОУ ВО «Ивановская государственная медицинская академия» МЗ РФ*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы современного состояния общественного здравоохранения, экономические аспекты работы системы здравоохранения, повышение эффективности лечебно-диагностической помощи населению и наш взгляд на совершенствование системы управления отраслью, занимающейся сохранением и укреплением здоровья граждан России

С 90-х годов XX века – эпохи перемен, в общественном здравоохранении России сложились противоречивые, порой взаимоисключающие ориентации и установки, когда в отрасли сохраняются и социалистические традиции, и рыночный либерализм. И сегодня, спустя 30 лет жизни при капитализме, политики политиканствуют, олигархи умножают свои богатства, «эффективные» менеджеры «оптимизируют» науку и здравоохранение, некоторые продолжают «пилить» бюджет, а здравоохранение остается в провале [1,2], о чем неоднократно заявлял и Президент Российской Федерации. Повышение уровня жизни оставляет желать лучшего. Переход количества принимаемых решений, на всех уровнях власти, в качество происходит крайне медленно. Если банкротятся предприятия и закрываются «прогоревшие» банки – это мало кого удивляет, повздыхают, но смиряются. Когда банкиры, депутаты и экономисты получают многотысячные зарплаты - это нормально, но если врач или медицинская сестра заводят речь о недостойной оплате нелегкого труда, сразу же начинают звучать дежурные фразы о высоком предназначении профессии, о долге, Клятве Гиппократы, о чистоте белых халатов. Хотя медики ожидают всего лишь достойной оплаты за честно и качественно выполненный труд и повышения социального статуса профессии. В рыночных условиях никто не будет работать, не задумываясь о вознаграждении. Но в погоне за деньгами нельзя «терять лица». Попытки рассуждать на тему медицина и деньги нередко способствуют и вымоганию денег за лечение, что, в представлении большинства людей, является сомнительным и неприличным. В современных условиях в здравоохранении получилась гремучая смесь капитализма с неимоверно живучими остатками социализма. Государство провело дифференциацию, разделило работников на «хороших» и «плохих». «Хорошие» - банковские работники, экономисты, бухгалтера, работники ЖКХ,

строители и др. – могут получать хорошие зарплаты, а «плохие» – бюджетники – обойдутся мизерными окладами. Врачи, учителя, работники культуры, воспитатели изначально поставлены в неравные условия. Вопросы начисления и выплаты заработной платы являются важным компонентом кадровой политики любого учреждения и предприятия, влияющим на подбор, расстановку персонала, его мотивацию и заинтересованность в результатах труда. Врачам постоянно приходится принимать серьёзные решения, касающиеся здоровья пациентов, а нередко и их жизни. Поэтому они надеются, что по трудам и им воздастся.

Молодежь недостаточно и без желания идет в здравоохранение. Если юные дарования и будут работать в медицине, какая участь ждет их и их семьи завтра? Поэтому хорошие специалисты и уезжают из страны, т.к. нет стабильности и уверенности в завтрашнем дне, невозможно реализовать себя, невозможно применить имеющиеся знания.

Савва Морозов говорил, что рост экономики зависит более всего от роста благосостояния рабочего. Следовательно, и качество медицинской помощи зависит от благосостояния медицинских работников. Когда государство, теряющее авторитет среди граждан, делает вид, что ничего не происходит, наступает та самая разруха, о которой говорил М. Булгаков словами профессора Преображенского. Добропорядочные граждане могут, конечно, помнить о старых законах, о клятве Гиппократова. Но жить нам приходится по новым реально существующим законам, а нередко и устанавливаемым улицей. Не случайно многие каналы телевидения проводят благотворительные акции по сбору денег на оказание медицинской помощи тому или иному больному ребенку. Порядок либо есть, либо его нет. Экономическая модель, действующая в здравоохранении, явно несовершенная. Экономическая политика в области общественного здравоохранения нуждается в пересмотре, при котором можно бы было определиться, на что ориентироваться, куда идти дальше.

Если мы хотим, чтобы помощь была качественной и эффективной, необходимы экономически обоснованные тарифы оказания медицинской помощи. Медицинская помощь, оказываемая и в Москве, и в Элисте, и в Адамовке, должна не только соответствовать единым стандартам, но и во всех медицинских учреждениях должны быть примерно одинаковые условия пребывания. И оснащённость медицинской техникой должна быть сопоставимой, для чего необходимо просчитать стоимость лечения среднестатистического пациента по всем нозологическим формам болезней и придерживаться её на всей территории России. Не должно быть такого, что оплата страховыми компаниями за пролеченный аппендицит в Москве одна, в Калмыкии – другая. За одну и ту же качественно и эффективно выполненную работу в социальном государстве должна быть и равная оплата, тем более в федеральных учреждениях.

Отрасли необходимо стратегическое планирование с учетом уровня социальных расходов. Если медицину субсидирует государство, то и

финансирование необходимо осуществляет на 100%. Когда расходы на потребности общества превышают финансовые возможности, то потребности необходимо сокращать. Либо медицину следует отпустить в лоно рынка. И тогда медицинские работники сами будут обеспечивать содержание больниц и расходы на текущие нужды, тогда и претензий к государству не будет. При дефицитном финансировании необходимо определиться с приоритетами, чтобы при недостаточном финансировании медикам не приходилось изворачиваться, а работать настолько – насколько финансируют. А возможно ли исполнение стандарта и достижение должествующего качества лечения в условиях дефицита – вопрос открытый.

Успехи здравоохранения зависят и от профессионализма работников, качества подготовки. Каждый день врачам приходится принимать решения, касающиеся жизни и смерти пациентов. Решения взвешенные, и при этом не идет речи – урвать, ухватить с пациентов больше средств, как это происходит во многих других отраслях экономики, причем медики расплачиваются за оказанные им услуги по таким же тарифам, как и другие граждане. Ни один банк, ни одна организация не будут работать себе в убыток, на такое способны только врачи – «нищоброды». Вызывает нарекание и система распределения имеющихся ресурсов. Перевес оплаты труда в сторону управленческого персонала несоразмерно велик. В условиях капиталистической экономической системы все говорят о рентабельности, почему же в медицинских организациях никто не думает о рентабельности, об улучшении сервиса, о достойном ремонте, не говоря о новом строительстве?

Существенную помощь при реорганизации отрасли могут оказать эксперты, проводящие оценку процесса лечения и диагностики в той или иной медицинской организации (выполнение стандартов и протоколов) [3,4]. Результативность лечения и удовлетворенность пациентов (пациентоцентричность работы общественного здравоохранения), обязательно следует учитывать при совершенствовании системы здравоохранения. Сохранение здоровья должно быть приоритетом не только у пациентов, но и у врачей, а это значит, что профилактическая направленность работы должна быть восстановлена и соответствующим образом оплачиваться. Медицина должна быть эффективной и являться полем приложения экономических законов.

Если в СССР такие понятия, как цена и рынок, для медиков напрямую не имели значения, то в современных реалиях необходимо просчитывать предполагаемые затраты и необходимость их выделения. Гарантии в здравоохранении беспредельны, а ресурсы ограничены. Должно быть понимание, сколько денег необходимо под те или иные гарантии. Реформы следует проводить ради людей, т.е. ради пациентов и работников отрасли, а не ради статистики или отчета.

В условиях ОМС оплата медицинских услуг может осуществляться по плановому принципу (муниципальный заказ, нормативный план посещений).

При этом медицинским организациям выгодно наращивать объем медицинской помощи. Это дискредитирует принцип следования денег за пациентом, т.к. лечебным учреждениям нужны больные, а не здоровые граждане. Не может показателем качества работы врача быть план по болезням. А где же охрана здоровья, его приумножение? Врач должен работать на здоровье. При данном принципе финансирования не учитывается и вариативность лечебно-диагностического процесса.

При подушевом принципе финансирования оказания медицинской помощи, когда оплата осуществляется по конечным результатам за установленный набор показателей, также имеются плюсы и минусы. В данном случае выделяется энная сумма средств, зависящая от количества обслуживаемого населения, прикрепленного к поликлинике. При этом врачи поликлиник понимают, что они, занимаясь профилактикой, предупреждают болезни, и тогда средства остаются в учреждении либо финансы тратятся на лечение, в том числе и в стационарах. Поэтому подушевой принцип финансирования позволяет создать экономическую заинтересованность не в увеличении объема оказываемой медицинской помощи, а в повышении её качества. Чем больше будет больных, тем меньше останется средств в учреждении-фондодержателе (ФОМСе). Но данный подход эффективен только при экономически обоснованном (бездефицитном) финансировании отрасли. Необходимо, чтоб здоровые не болели, а больные – выздоравливали.

Существующие нормативы, регламентирующие время приема пациентов, хотя и носят рекомендательный характер, далеки от фактически затрачиваемого времени необходимого для качественного лечения и профилактики. Право устанавливать штатное расписание и нормативные нагрузки – прерогатива главного врача, при этом он может ориентироваться на министерские рекомендации либо устанавливать индивидуальные с учетом специфики работы, проведя замер хронометража времени на рабочем месте.

В российской медицине система оплаты труда далека от рыночной экономики, и благополучие медицинских работников в большинстве случаев мало зависит, а в ряде случаев совсем не зависит от количества пролеченных больных и от качества оказываемой медицинской помощи. Система оплаты труда не должна быть отдана на откуп административному аппарату (бухгалтерам, экономистам, плановикам, главным врачам). Помочь могут общественные организации по самоуправлению с широким участием медицинского актива и общественности. Они должны быть наделены серьезными правами по развитию медицинской организации, поощрению работы медицинского персонала, стимулированию качества медицинской помощи (инструменты и программа управления качеством), предлагать свои решения возникающих проблем и методов хозяйствования. Это повысит эффективность управления и даст свои реальные результаты. Принимаемые решения по содержанию будут направлены на пользу коллектива, они будут практичны и исполнимы. Состояние дел в здравоохранении свидетельствует о

бессилии власти, не способной и не считающей нужным сохранять здоровье своих граждан.

Кадровое обеспечение, безусловно, одно из важнейших условий совершенствования и инновационного развития общественного здравоохранения. Пока существует ориентация общества на комфорт, доминирование потребительского отношения, проблема укомплектованности медицинским персоналом на альтруистских началах не разрешится. Во главе всего должен стоять пациент, все должно делаться для пациента. Медицина может быть бесплатной для народа, но не для государства. Государство должно заказывать и оплачивать медицинские услуги. Наши руководители заявляют, что в здравоохранении денег достаточно, а нередко когда кого-либо коснется беда, то деньги для лечения приходится собирать всем миром. Государство медиков не только не уважает, но и унижает мизерными зарплатами, а уважают страждущие люди. Профессия врача в новейшей России утратила былой престиж. Произошло падение авторитета врачей и преподавателей.

Вектор развития здравоохранения должен быть направлен на экономический рост отрасли. Состояние отечественного здравоохранения зависит от благополучия экономики страны.

Денежные отношения между врачом и государством должны строиться на взаимной выгоде, тогда в медицинских организациях не будет вакантных ставок. Живем в другой общественно-экономической формации. Классическая формула о вознаграждении врачам известна со времен Древнего Китая. Врачу, лечившему императора, платили зарплату до тех пор, пока император был здоров. Если же он заболел, врачу платить переставали. Это хорошо работает при условии совпадения интересов императора и талантливого врача. Доход врачу приносит здоровье императора, тогда как болезнь - не приносит. У нас врачу выгоднее, когда много больных. Подобный подход к оплате врачебного труда в современных условиях отвергли бы на том основании, что нельзя платить неработающим докторам и не платить работающим. Во главу угла поставлена внешняя видимость работы, в ущерб реальному конечному результату. Поэтому император платил за свое здоровье, а не за работу врача. За решение трудных лечебно-диагностических задач медики должны получать достойную зарплату, чтобы труд был в чести.

Таким образом, современная система российского здравоохранения не всегда отвечает вызовам времени, т.к. изменения не всегда проводятся на экономической основе. Руководители страны и отрасли должны осознать значимость труда и вклад медицинских работников в здоровье нации и применять экономические законы для планирования и расчета бюджета отрасли. Если этого не понять сейчас, время расставит точки над «і», только не было бы поздно, не рухнуло бы здравоохранение так же, как и многие отрасли отечественной промышленности.

### Список использованной литературы

1. Федеральный закон «Об основах здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011. №323 – ФЗ.
2. Золотовицкая Н., Тэгай Н. Проблемы здравоохранения глазами медицинских работников // Бюллетень национальной медицинской палаты. 2012. – С.29-34.
3. Караваев В.Е., Философова М.С. Качество медицинской помощи: некоторые проблемы и пути их решения // Главврач, 2020 – № 1 (207) – С. 43-49.
4. Караваев В.Е., Варникова О.Р., Лихова И.Н. Состояние качества медицинской помощи и его значение в управлении здравоохранением // Материалы XXI национальной научной конференции (с международным участием). Модернизация российского общества и образования: новые экономические ориентиры, стратегии управления, вопросы правоприменения и подготовки кадров. – Таганрог, 2020 – С. 26 – 28.

УДК 351.712.4

## ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ СИСТЕМЫ ЗАКУПОК ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД

*А.В. Карпенко*

*КГБПОУ «Рубцовский аграрно-промышленный техникум»*

Аннотация: В настоящей статье на основе открытых данных проводится анализ ключевых индикаторов развития отечественной системы государственных закупок. Отдельное внимание уделяется государственному прокьюременту в рамках реализации национального проекта «Образование». Рассматриваются основные недостатки и проблемы в функционировании контрактной системы в сфере закупок товаров (работ, услуг) для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Государственные закупки представляют собой важнейшую составляющую экономики любой страны. Роль государственного и муниципального заказа в формировании и развитии рыночных отношений трудно переоценить. Контрактная система в сфере закупок обеспечивает экономию бюджетных средств, покрывает дефицит определенных товаров, способствует реализации потенциала субъектов малого и среднего бизнеса, аккумулирует значительные ресурсы, влияя на развитие государства и общества в целом.

Долгое время государственные закупки оставались областью научных интересов, которая развивалась в практической плоскости с точки зрения совершенствования или реформирования сферы закупок. В настоящее время, когда пришло понимание важности академических исследований, происходит стирание границ между теоретической и практической составляющими процесса осуществления госзакупок, открывая новый этап в развитии государственного прокьюремента – создания «умной» системы закупок, основанной на применении блокчейна, умных контрактов и нейросетей [1].

Основу российского законодательства о контрактной системе составляет значительное количество нормативно-правовых актов (более 300), регулирующих отношения в сфере закупок. Ключевым из таких нормативных документов является Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», вступивший в силу с 1 января 2014 года. Данный закон регламентирует отношения, направленные на удовлетворение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности и результативности осуществления закупок товаров (работ, услуг), обеспечения гласности и прозрачности таких закупок, предотвращения коррупционной составляющей и других злоупотреблений, а также призван устранить те существенные недочеты, которые имелись в действующем ранее законодательстве.

Необходимо отметить, что за все годы своего действия отдельные положения Федерального закона непрерывно изменялись и дополнялись, пытаясь отвечать современным реалиям отечественной экономики. На сегодняшний день принято более 70 изменений, регулирующих сферу государственных и муниципальных закупок. В частности, принят обширный пакет поправок в отношении электронных форм закупок, принудительного исполнения контракта, возможности изменения цены контракта и закупки из единственного источника и др. Значительное количество изменений в законодательстве о закупках вступило в силу с 1 апреля 2020 года в свете пандемии COVID-19.

Развитие отечественного рынка государственных и муниципальных закупок обусловлено рядом причин: во-первых, необходимостью удовлетворения общественных потребностей в товарах и услугах; во-вторых, рациональным использованием материальных и трудовых ресурсов, вовлекаемых в хозяйственный и торговый оборот; в-третьих, стимулированием справедливой конкуренции между поставщиками. В этой связи вопросы повышения эффективности функционирования системы госзакупок являются первостепенными для обеспечения высоких темпов экономического роста и достижения национальных целей.

Следует отметить, что объем средств бюджетов всех уровней, которые обращаются в рамках контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд, ежегодно растет. В 2019 году он составил 8,1 трлн. руб., или порядка 7,4% ВВП [2] (рис. 1).

В 2019 году в единой информационной системе в сфере закупок (ЕИС) было размещено около 2,96 млн. извещений об осуществлении закупок на общую сумму 9,6 трлн. руб. Прирост стоимостного объема закупок произошел в основном за счет увеличения объема закупок региональных и муниципальных заказчиков – 22% и 26,8% соответственно. Причем рост объема крупных закупок (свыше 1 млрд. руб.) также связан с увеличением объема региональных и муниципальных закупок при реализации ими национальных проектов. В среднем цена одного контракта, заключенного на федеральном уровне,

составляла порядка 4,48 млн. руб., на региональном уровне – 2,96 млн. руб., а на муниципальном – около 2,72 млн. руб.

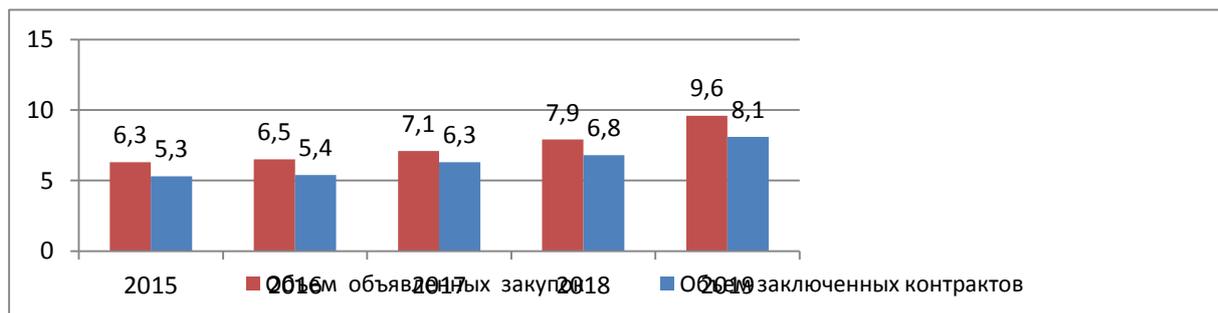


Рис. 1. Общий объем закупок, трлн. руб.

По состоянию на конец отчетного периода в ЕИС было зарегистрировано 307 003 заказчика, из которых 59% (141 721) заказчиков подтвердили свою регистрацию и осуществляли закупки. По результатам анализа данных ЕИС о зарегистрированных заказчиках и о заказчиках, осуществлявших закупки, можно сделать вывод, что наиболее преобладающими в структуре заказчиков, работающих в рамках контрактной системы, являются заказчики муниципального уровня (табл. 1).

Таблица 1

Структура заказчиков в разрезе уровней власти

Уровень заказчика	2017 г.		2018 г.		2019 г.	
	Ед.	%	Ед.	%	Ед.	%
Федеральный уровень	14 653	9,7	14 143	9,5	13 453	9,5
Уровень субъекта РФ	29 366	19,4	29 043	19,4	28 782	20,3
Муниципальный уровень	107 424	70,9	106 241	71,1	99 486	70,2
<b>Всего</b>	<b>151 443</b>	<b>100</b>	<b>149 427</b>	<b>100</b>	<b>141 721</b>	<b>100</b>

Несмотря на тенденцию роста объемов государственных закупок и ориентацию системы закупок на повышение эффективности закупок через увеличение конкуренции, на протяжении всего периода функционирования контрактной системы значимых изменений в показателях конкуренции и экономии не происходило. Так, если в 2014 г. среднее количество заявок на один лот составляло 2,88, то в 2019 г. уровень конкуренции в закупках находился на уровне 3,12 заявок на один лот (рис. 2). Общая экономия по итогам осуществления в 2019 году закупок конкурентными способами составила 371,7 млрд. руб., увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 18,8% (в 2018 году составляла 312,9 млрд. руб.).



Рис. 2. Динамика уровня конкуренции за период 2014-2019 гг.

Продолжается тенденция снижения количества поставщиков, принявших участие в закупках, что свидетельствует в целом о снижении привлекательности и доверия к системе государственных и муниципальных закупок. Так, если в 2015 году число поставщиков (исполнителей) в период действия федеральной контрактной системы составляло 374,6 тыс. ед., в 2017 году – 339,6 тыс. ед., то в 2019 году их насчитывалось уже 246,1 тыс. ед.

По способам осуществления закупок основная доля объявленных закупок (по сумме) приходилась на электронные аукционы, которая в 2019 году составила в суммарном выражении почти 77% (против 60,0% в 2016 г.) (рис. 3). В рамках национальных проектов (программ) основным способом закупок также выступает электронный аукцион, на долю которого в 2019 г. приходилось 68,6% общего стоимостного объема закупок. Преимущественно государственные закупки осуществлялись с использованием функционала восьми операторов электронных площадок. При этом порядка 80% госзакупок (по количеству размещенных лотов) проведено на трех – ЗАО «Сбербанк-АСТ», РТС Тендер, АО ЕЭТП [3].

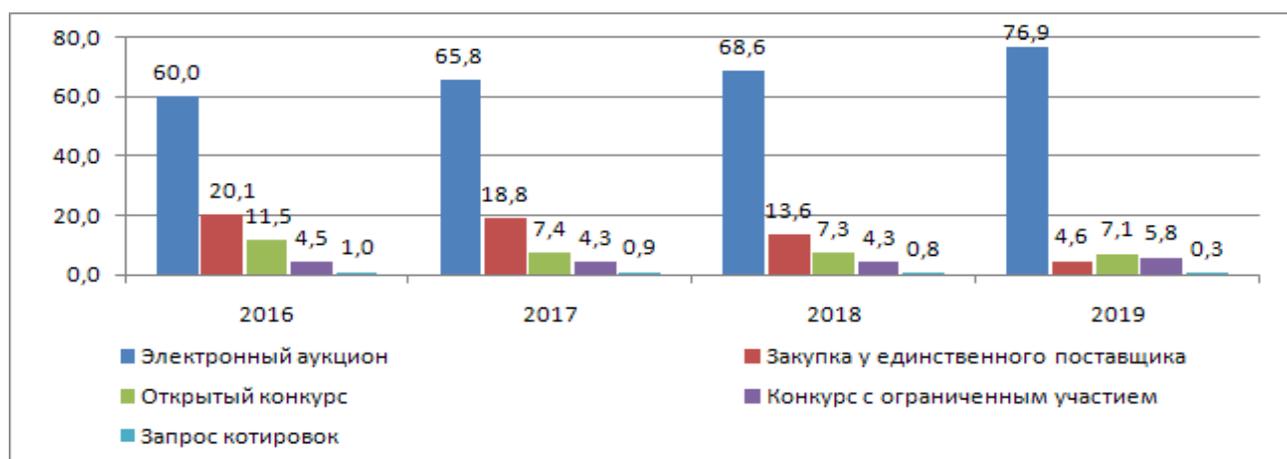


Рис. 3. Распределение объема закупок по способам их осуществления, %

По результатам закупочной деятельности в 2019 г. более половины закупок (58,5%), осуществленных заказчиками конкурентными способами, на сумму

5,66 трлн. руб. были признаны несостоявшимися. Следует отметить, что преобладание несостоявшихся закупок характерно для контрактной системы с начала ее функционирования, при этом доля таких закупок ежегодно увеличивается. Наиболее распространенной причиной признания закупок несостоявшимися является подача только одной заявки на лот (65% случаев), что обусловлено, как правило, установлением заказчиком в закупочной документации избыточных требований, приводящих к ограничению конкуренции (например, наличие не связанных с объектом закупки лицензий и сертификатов; нереальные сроки поставки товара; недостаточная проработка описания объекта закупки).

Показателем невысокой эффективности отечественной контрактной системы также является значительное количество ежегодно выявляемых нарушений, а также подаваемых в ФАС России жалоб на действия (бездействия) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы и других лиц. Так, по итогам 2019 года ФАС России выявлено 39,1 тыс. нарушений законодательства о контрактной системе в сфере закупок (за 2017 год – 52,0 тыс., за 2018 год – 38,9 тыс. нарушений).

Отдельно хотелось бы остановиться также на результатах закупок, осуществленных в рамках реализации национальных проектов и, в частности, НЦ «Образование».

Общий объем объявленных закупок в рамках реализации национальных проектов (программ) составил в 2019 году 910,6 млрд. руб., из которых 6,1% объема закупок (55 849,2 млн. руб.) осуществлялись в рамках реализации нацпроекта «Образование». В частности, часть данных денежных средств была направлена на приобретение устройств автоматической обработки данных для внедрения целевой модели цифровой образовательной среды в образовательных организациях в рамках реализации федерального проекта «Цифровая образовательная среда», на обновление материально-технической базы в рамках федерального проекта «Современная школа», на приобретение музыкальных инструментов и инвентаря для занятия физкультурой и спортом в рамках федерального проекта «Успех каждого ребенка» и др.

Общее количество поставщиков (подрядчиков, исполнителей), зарегистрированных в едином реестре участников закупок, подававших заявки на участие в закупках в рамках реализации национального проекта «Образование», составило 1388 участников. При этом наибольшее число заявок приходилось на закупки, осуществляемые по федеральному проекту «Учитель будущего» (7 заявок на один лот), наименьшее – по федеральному проекту «Экспорт образования» (1,5 заявки на один лот).

Стоимостная эффективность закупок нацпроекта «Образование», характеризующая суммарную экономию при закупках, относительно высока и составляет 21,1% (273,35 млн. руб.). При этом наибольший процент снижения

начальной (максимальной) цены контракта (НМЦК) зафиксирован по федеральному проекту «Новые возможности для каждого» – 46,7% [4] (рис. 4).



Рис. 4. Доля экономии при закупках в рамках НЦ «Образование», %

В целом, подводя итог данной работы, можно выделить основные недостатки и проблемы в функционировании контрактной системы в сфере закупок:

1) **Сложность и несовершенство законодательства о контрактной системе в сфере закупок.** Существующая нормативно-правовая система в области государственных и муниципальных закупок характеризуется избыточной регламентацией. Это объясняется затяжным периодом становления российской контрактной системы и, как следствие, наличием множественных пробелов в правоприменительной практике, непродуманным и спорадическим вступлением в силу подзаконных актов, регламентирующих процессы планирования закупок, заключения и исполнения контрактов, а также контроля за соблюдением законодательства в сфере государственных и муниципальных закупок.

2) **Сложности с обоснованием начальной (максимальной) цены контракта.** Обоснование НМЦК в условиях низкого уровня конкуренции является одним из факторов, негативно влияющих на эффективность осуществления государственных закупок. При этом в Федеральном законе № 44-ФЗ отсутствует единый порядок применения методов обоснования НМЦК. В настоящее время он является рекомендательным, что влечет риски завышения НМЦК.

3) **Существенные издержки участников закупок делают участие в закупках непривлекательным.** Для примера, в странах ЕС средний размер издержек на проведение закупочных процедур составляет 1,4% от стоимости закупок [5]. В то время как в РФ относительные расходы на проведение аукциона не превышают 1,4% от стоимости аукционных закупок, 8% для котировок и 5,7% – для закупок у единственного поставщика [6]. Данная

величина, как правило, варьируется и определяется расходами на содержание контрактной службы, членов конкурсной комиссии, сотрудников финансовой службы и др. Таким образом, большие затраты на проведение закупок сводят на нет любые положительные эффекты от их проведения, особенно в части проведения закупок малого объема.

4) **Преобладающая доля неконкурентных закупок.** Для действующей системы государственных закупок характерен рост доли несостоявшихся закупок, а также увеличение числа контрактов, заключенных с единственным поставщиком (76% общего объема закупок). Данное обстоятельство не способствует эффективному расходованию бюджетных средств, несет риски негативного влияния на уровень конкуренции, а также коррупционные риски.

5) **Недостатки информационного обеспечения контрактной системы в сфере закупок.** Несмотря на ежегодные усилия по совершенствованию и развитию ЕИС, в настоящее время сохраняется ряд существенных недостатков, влияющих на эффективность закупочной деятельности заказчиков и поставщиков. В частности, по данным Счетной палаты РФ, общее время неработоспособности отдельных функций ЕИС в 2019 г. составило 1 435 часов, или 16,2% от общего периода работы ЕИС [2]. Не в полной мере реализован функционал ЕИС в части структурирования электронных документов. До сих пор не решена проблема размещения недостоверной (противоречивой) информации в ЕИС.

6) **Необходимость совершенствования института оценки конечной эффективности закупок.** Утвержденные стандарты внешнего государственного аудита (контроля) в сфере закупок ориентированы, прежде всего, на процедурный контроль. Орган парламентского контроля должен получить расчетные методики оценки результативности и эффективности расходов на закупки по планируемым к заключению, заключенным и исполненным контрактам.

#### Список использованной литературы

1. Бижоев, Б. М. Перспективы развития публичных закупок в цифровой экономике / Б. М. Бижоев, Ю. И. Обаляева // Публичные закупки: проблемы правоприменения. Материалы V Международной конференции. – М.: Юстицинформ, 2017. – С. 65.

2. Отчет о результатах экспертно-аналитического мероприятия «Мониторинг развития системы государственных и корпоративных закупок в Российской Федерации за 2019 год» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Счетной палаты РФ. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/fea/fea86920fc7f4c8b39262ce74beb32d8.pdf> (дата обращения: 29.09.2020).

3. Сводный аналитический отчет по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и

муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам 2019 года [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: [https://www.minfin.ru/common/upload/library/2020/06/main/Svodnyu\\_analiticheskiy\\_otchet\\_2019.pdf](https://www.minfin.ru/common/upload/library/2020/06/main/Svodnyu_analiticheskiy_otchet_2019.pdf) (дата обращения: 29.09.2020).

4. Стоимостная эффективность закупок в нацпроектах // Проект «Госрасходы»: [сайт] . – URL: <https://spending.gov.ru/analytics/indicators/100> (дата обращения: 29.09.2020).

5. Public procurement in Europe. Cost and effectiveness [Электронный ресурс] // [https://www.pwc.de/de/offentliche-unternehmen/assets/public\\_procurement\\_in\\_europe.pdf](https://www.pwc.de/de/offentliche-unternehmen/assets/public_procurement_in_europe.pdf) (дата обращения: 29.09.2020).

6. Яковлев, А. А. Затраты на проведение госзакупок в России слишком высоки // Научно-образовательный портал IQ ВШЭ [сайт] . – URL: <https://iq.hse.ru/news/177666269.html> (дата обращения: 29.09.2020).

УДК 658.5

## ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*М.А. Козлов, К.Л. Тюлькина, А.В. Шейн, А. Саносян*

*Тольяттинский государственный университет*

Аннотация. В статье рассматриваются особенности стандартов качества и основные проблемы внедрения системы менеджмента качества в деятельность российских организаций. Система менеджмента качества необходима для компаний, которые вышли на международный уровень, в то же время она требует значительных затрат. При этом для успешной реализации рассматриваемой системы менеджмента необходимо придерживаться системного подхода.

Качество товаров и услуг компании играет основную роль в конкурентной борьбе на рынке. Улучшение показателей качества ведет к повышению конкурентоспособности организации и к увеличению числа удовлетворенных потребителей. Одним из основных факторов поддержания соответствующего качества продукции и постоянного его роста является система менеджмента качества предприятия (СМК). Большое количество организаций по всему миру используют требования стандартов ИСО серии 9000 как методологическое пособие при выстраивании СМК.

Зафиксированное число выданных сертификатов данного стандарта демонстрирует, насколько сегодня востребованной является сертифицированная система менеджмента в мировой экономике.

За последние несколько лет Россия значительно сбавила позиции в рейтинге стран, несмотря на то, что еще в 2010 году была второй в мире по приросту получаемых сертификатов после Китая. На данный момент в России предприятий, которые прошли сертификацию ИСО, в десятки раз меньше, чем в том же Китае.

Помимо этого, эффективность внедрения СМК в компаниях, базирующихся в Российской Федерации, подвергается сомнению со стороны ряда зарубежных экспертов. Причиной этому является тот факт, что в этой стране преобладает собственная аккредитация организаций, которые проводят сертификацию системы менеджмента качества предприятий.

Вследствие увеличения конкуренции на рынках внутри страны и за ее пределами российским предприятиям необходим переход на новый уровень качества деятельности, и одним из первых шагов будет построение грамотной системы управления с помощью стандартов ИСО 9000. Процесс создания или перестройки СМК, реализация стандартов на российских предприятиях зачастую сопровождаются широким спектром проблем.

Причины, по которым большинство предприятий проходит сертификацию ИСО, довольно специфичны. Первая причина состоит в том, что серьезные международные компании предпочитают работать с организациями, система менеджмента которых соответствует требованиям ИСО 9001 и имеет подтверждающий документ. Вторая причина заключается в желании фирмы следовать современным тенденциям, то есть держаться уровня своих конкурентов.

Одной из первостепенных проблем является недостаточная клиентоориентированность фирмы. Система менеджмента качества предприятия призвана способствовать достижению максимально возможного удовлетворения потребностей потребителей, а также помогать организации успешно осуществлять деятельность по достижению своих целей и миссии. Таким образом, система менеджмента, не направленная на клиента, становится бессмысленной.

Следующая проблема заключается в том, что стандарт ИСО 9001 не имеет конкретных требований по отношению к производимой продукции или услугам, а нацелен на оптимизацию и документирование всех процессов внутри компании. Зачастую предприятия имеют сложности с тем, как соблюсти требования общих стандартов на их уникальном производстве. Однако получение сертификата о соответствии предоставляет:

- преимущество в конкурентной борьбе;
- возможность заключать контракты на международном рынке.

Основной особенностью при внедрении СМК на российских предприятиях является то, что процедура сертификации фирмы вынуждает ее принимать только те меры, которые необходимы для прохождения аудита. Таким образом, главная цель внедрения СМК (повышение качества деятельности организации) отходит на второй план.

Полученный документ о соответствии предприятия стандартам ИСО не является абсолютным индикатором эффективно выстроенной, результативной СМК, способствующей удовлетворению требований потребителей. Статистика показывает, что более 80% предприятий в России имеют малоэффективную или вовсе недееспособную систему менеджмента качества. Так как предприятия

пытаются обеспечить лишь формальное соответствие стандартам, то отсутствие желаемого эффекта - это закономерный результат. Поэтому проводящим аудит СМК и проверяемым организациям следует более досконально рассматривать её влияние на качество конечной продукции, чтобы оценить её фактическую эффективность.

Разработка и внедрение результативной СМК, соответствующей стандартам, требуют крупных трудовых и финансовых затрат, на что не всегда готовы идти компании, но экономия на этих процессах может привести в будущем к еще более значительным потерям и отразиться на конечной эффективности системы. Реализация этих процессов проходит крайне проблематично, так как каждая система менеджмента качества специфична и подстроена под определенное производство, а сотрудники зачастую выступают против любых изменений в устоявшихся процессах.

Вовлеченность руководства при внедрении СМК на предприятии требует особого внимания. Высшее руководство играет основополагающую роль в управлении всей системой, ее постоянном улучшении и принятии ключевых решений и подходов на основе менеджмента качества для достижения поставленных целей организации. Слабая заинтересованность лидеров организации влечет за собой перекалывание ответственности за внедрение СМК, что оказывает непосредственный негативный эффект на конечный результат.

Система менеджмента качества требует постоянной диагностики, улучшения и периодического решения ряда проблем. С этими задачами создан справляться процессный подход, согласно которому возникающие проблемы и узкие места стоит располагать внутри самих процессов, чтобы их решение приводило к непосредственному улучшению данного процесса. Процессный подход следует осуществлять, придерживаясь данных рекомендаций:

- процесс должен включать как можно больше проблем и «узких мест»;
- процесс должен пересекать как можно больше границ подразделений;
- в процессе должны быть задействованы сотрудники различных подразделений.

Реализация процессного подхода на предприятии требует перестройки всей системы менеджмента с основательной ориентацией на потребителя. Стоит отметить, что применение данного подхода не имеет смысла, если компания не ставит своей главной целью максимальное удовлетворение потребностей потребителя. У организации не будет оснований и мотивации осуществлять переход на горизонтальное управление.

Система менеджмента качества играет важнейшую роль в деятельности современного прогрессивного предприятия. При грамотном и основательном подходе к внедрению этой системы российские предприятия могут достигать высокой эффективности деятельности, выхода на международный рынок, расширения своего влияния на нем и удовлетворенности своих клиентов. Однако отсутствие мотивации у компании или недостаточные основания к

внедрению СМК могут привести к появлению большего числа проблем, финансовым потерям и упадку эффективности предприятия.

#### Список использованной литературы

1. СМК В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.quality.eup.ru/MATERIALY14/smk-rus.htm> (дата обращения: 03.11.2020).
2. Системы менеджмента качества в России. [Электронный ресурс]. URL: <https://ria-stk.ru/stq/adetail.php?ID=5389> (дата обращения: 03.11.2020).
3. Проблемы функционирования СМК и рекомендации по их устранению. [Электронный ресурс]. URL: [https://alfaregister.ru/stati/funkcionirovanie\\_sistemy\\_menedzhmenta/](https://alfaregister.ru/stati/funkcionirovanie_sistemy_menedzhmenta/) (дата обращения: 03.11.2020).

ББК У31я7

### ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНДУСТРИИ СТРОИТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

А.С. Койчубаев, Г.Г. Найзабеков

*НАО «Университет имени Шакарима города Семей»*

*(Республика Казахстан)*

Аннотация: В статье обоснована важность внедрения инноваций в строительство в современных экономических условиях. Рассмотрены основные научные подходы к определению строительных работ и особенности их составляющих. Классифицированы ключевые проблемы строительной сферы, требующие применения технологических инноваций. Рассмотрены особенности и ключевые аспекты внедрения инноваций в строительство в соответствии с поставленными задачами с целью повышения эффективности производственного процесса. Проанализированы основные инновационные решения, применимые к практике строительной деятельности за рубежом и в Республике Казахстан в соответствии с этапами реализации инвестиционно-строительного проекта. Проведено исследование основных преимуществ и рисков внедрения инноваций в строительство. Сформулированы основные предложения, направленные на решение выявленных проблем строительной сферы с помощью инновационных технологий. Изучены проблемы, препятствующие внедрению современных инновационных технологий в строительство, и предложены пути их решения.

*Ключевые слова: инновационные технологии, строительство, экономика, недвижимость*

Совершенствование производственного процесса в сфере строительства за счет внедрения инновационных технологий становится острой необходимостью в условиях ужесточения конкурентной среды строительного бизнеса, усложнения инвестиционных отношений в Республике Казахстан и повышения требований к качеству строительной продукции.

Актуальность внедрения инноваций в строительство обосновывается повышенным спросом на объекты недвижимости и, соответственно, ростом объемов строительства, необходимостью ускорения ввода объектов в

эксплуатацию, минимизации затрат на строительные-монтажные работы и обеспечения наиболее эффективного использования ресурсов. При этом наращивание объемов строительных работ должно обеспечиваться интенсивным образом.

Согласно научной экономической литературе, интенсификация производства - это процесс развития общественного производства, основанный на достижениях научно-технического прогресса, направленный на эффективное и устойчивое использование всех видов ресурсов. Научно-технический прогресс является движущей силой как интенсификации производства, так и внедрения инноваций.

Принципы устойчивого развития основаны на убежденности в том, что потребности нынешнего поколения должны удовлетворяться таким образом, чтобы не ослаблять возможности будущих поколений [1]. Их роль заключается в поощрении жизни в ее многообразии, основанной на принципах демократии, гендерного равенства, солидарности, уважения верховенства права и прав человека, включая мир и равные возможности для всех.

Потребность в устойчивости все в большей степени влияет на развитие новых технологий, бизнес-процессов, организацию бизнеса и практику работы. Это нововведение является важной частью любой предпринимательской деятельности. Инновация характеризуется как передача идеи нового или усовершенствованного бизнес-процесса, используемого в промышленности или в бизнесе. Техническая инновация характеризуется появлением новых продуктов, процессов и значительных технических изменений в производственных процессах.

Целью инноваций является, прежде всего, снижение нагрузки на окружающую среду. Внедрение инноваций является приоритетной задачей развития строительной сферы на государственном уровне. Для этого разработаны различные программы, направленные на активизацию внедрения инновационных решений и позволяющие кардинально улучшить производственный процесс.

Инновация представляет собой ключевой элемент с точки зрения предприятия для его дальнейшего развития и повышения конкурентоспособности в рамках современного глобализированного рынка. В соответствии с международной терминологией эти виды инноваций выделяются:

- Инновация продукта, которая в основном предполагает внедрение новых или значительно улучшенных продуктов или услуг, особенно в области технических параметров или удобства пользования;

- Технологические инновации, направленные на внедрение новых или существенно измененных методов производства, изменения процессов или поставок;

- Инновации в области маркетинга, которые направлены на новые методы маркетинга в области поддержки продуктов, оценки, дизайна и в других областях;

- Организационные инновации, ориентированные на новые организационные методы, изменения в организационной структуре или внешних связях.

Казахстан, делая каждый год полный анализ и опираясь на опыт зарубежных стран, выделяет ключевые проблемы строительства, которые могут быть решены благодаря инновационным инструментам и цифровым технологиям:

1. Высокая себестоимость строительных работ, неэффективное использование ресурсов предприятиями строительной отрасли из-за устаревших технологий строительных работ и организации труда, что приводит к низкому качеству строительной продукции и низкой эффективности строительных работ;

2. Длительные сроки реализации инвестиционных и строительных проектов и несоблюдение сроков;

3. Неэффективное энергопотребление объектов капитального строительства на стадии эксплуатации в связи с устаревшими строительными материалами и технологиями.

Нанотехнологии сегодня успешно применяются в производстве строительных материалов, помогают изменить их нормативные свойства, улучшить качество и структуру [2]. Около 20% строительных компаний Японии, США, Китая и стран Европы используют материалы на основе нанотехнологий. Комплексный подход к внедрению инноваций в сферу строительства направлен на повышение эксплуатационных характеристик объектов капитального строительства за счет достижения синергетического эффекта от использования технологических и организационных инноваций.

Инновации в строительной деятельности направлены на повышение эффективности и устойчивости сферы строительства за счет использования в производственном процессе новых усовершенствованных технических средств, технологий, материалов и методов производства, принципиально отличающихся от применяемых ранее традиционных организационно-технологических решений.

Строительство требует внедрения технологических инноваций, при этом в Республике Казахстан этот процесс значительно отстает от мировых тенденций. Основные составляющие процесса строительства (строительные материалы, способ организации и управления производственным процессом) в последние годы получили значительное развитие [3].

Внедрение инновационных технологий или материалов в строительную деятельность позволяет снизить производственные затраты, минимизировать затраты на эксплуатацию объекта капитального строительства, повысить энергоэффективность здания, срок службы строительных материалов и

конструкций и всего объекта в целом, улучшить экологическую составляющую без ущерба для основных эксплуатационных свойств материалов и объектов капитального строительства.

Развитие инновационных технологий зависит, прежде всего, от состояния и перспектив развития науки. Строительство - наукоемкая сфера, использующая цифровые технологии при проектировании зданий, сооружений и в ходе строительно-монтажных работ. Развитие инновационного строительства требует поддержки и обеспечения развития национальной экономики. Таким образом, перспективы совершенствования научно-технического прогресса в Республике Казахстан в сфере строительства требуют более пристального внимания со стороны государства. Необходимо разработать программы развития науки, финансирования, привлечения венчурного капитала для проведения научно-исследовательских работ. Инновационные разработки должны быть неразрывно связаны с практикой, которая дает социально-экономический эффект.

#### Список использованной литературы

1. Бессонов А.К. Инновационный потенциал строительных предприятий. Формирование и использование в процессе инновационного развития / А.К. Бессонов, Н.Г. Верстина, Ю.Н.Кулаков. - М.: Издательство Ассоциации строительных вузов, 2019. - 168 с.
2. Дудин М.Н. Инновационный форсайт как инструмент конкурентоспособного развития предпринимательских структур / Дудин Михаил Николаевич. - М.: Наука, 2016. - 714 с.
3. Каганов В.Ш. Информационные технологии как инструмент повышения конкурентоспособности образовательных программ в системе корпоративного обучения / В.Ш.Каганов.-М.:Синергия, 2017.- 807 с.

ББК У31я7

#### ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ

*Д.А. Мамаева, М.У. Рахимбердинова*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева,*

*Усть-Каменогорск*

*Д.В. Ремизов*

*Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*

Аннотация: В статье раскрыты особенности формирования оценки системы управления качеством в строительном комплексе. В настоящее время качество строительной продукции находится на недопустимо низком уровне, о чем свидетельствуют размеры затрат на исправление брака и различных дефектов в строительных организациях, а также участвовавшей в последнее время аварии на объектах строительства. За последние 10 лет в Казахстане много сделано для совершенствования системы управления качеством в строительном комплексе.

К началу XXI века строительный комплекс Казахстана оказался в непростой ситуации. Разбалансированность экономики, высокие цены на материалы, конструкции, технику и энергоресурсы, недостаточность государственного финансирования и собственных средств и, как результат, неконкурентоспособный уровень качества выпускаемой строительной продукции заставляют предприятия строительного комплекса искать выход из создавшегося кризисного положения.

Скорейшему и эффективному решению проблем в строительном комплексе Казахстана может способствовать использование мирового опыта по управлению качеству на основе стандартов ISO, а также концепции всеобщего менеджмента качества (TQM).

К этапу разработки систем менеджмента качества на казахстанских предприятиях в соответствии со стандартами ISO серии 9000 подходим с учетом имеющегося значительного опыта работы в области качества.

Во многих работах казахстанских и зарубежных ученых и специалистов под управлением качества понимается воздействие на производственный процесс с целью обеспечения требуемого качества продукции. В соответствии с международным стандартом ISO 8402 «Управление качеством – это методы и виды деятельности оперативного характера, используемые для выполнения требований к качеству» [1].

Очевидно, что для решения проблем управления качеством необходимо четко определить объект управления.

В отечественной и зарубежной литературе существует стандартное понимание качества. В стандарте ISO серии 8402 качество определялось как совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять потребности. В стандарте ISO 9000 качество определено как степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. В этой связи управление качеством – это управление показателями качества (характеристиками объекта).

Кроме этого стандартами ISO 9000:2000 введено понятие менеджмента качества. «Менеджмент качества – скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией применительно к качеству». Взаимосвязь менеджмента качества с управлением качеством и некоторыми другими понятиями согласно версии стандарта ISO 9000 представлена на рисунке 1.

Управление качеством, как и любое управление, начинается с выбора цели. Можно сформулировать следующие типовые цели управления качеством [2]:

- поддержание достигнутого уровня качества при минимальных затратах поставщика. Поддержание достигнутого уровня качества предполагает неизменность состава и значений показателей качества, установленных в технических документах поставщика и (или) в контрактах;

- повышение качества до заданного уровня при поддержании конкурентоспособной цены. Повышение уровня качества предполагает не только повышение значений, но и возможность расширения или изменения состава показателей качества;



Рисунок 1 – Понятия, относящиеся к менеджменту качества

- перманентное повышение качества при увеличении прибыли поставщика. Непрерывное повышение уровня качества имеет предел, создаваемый экономикой (цена, объем реализации, прибыль);

- обеспечение желаемого уровня качества при минимальных затратах покупателя. Надлежащий уровень качества требует постановки и поиска решений задач в зависимости от вида объекта и стадии его жизненного цикла.

Важнейшей среди задач управления качеством является выбор (установление) состава (номенклатуры) и значений показателей качества. Необходимо отметить, что на выбор показателей качества влияют ситуация на рынке, потребительские предпочтения покупателей и требования государства. Государство через законы, нормативные акты правительства, через стандарты и равные им по статусу технические нормы прямо определяют состав и значение обязательных и предпочтительных показателей качества. Состав и значение показателей качества определяют все последующие технические и организационные управленческие решения. Окончательный выбор определяется финансовыми возможностями субъекта управления.

Долговременное управление качеством и организацией в целом международными стандартами ISO определено термином «общее руководство качеством» (total quality management – TQM). В дальнейшем, после некоторого периода уточнения имеющихся разночтений, этот термин трансформировался в понятие «Всеобщее управление качеством». Это подход к руководству организацией, нацеленный на повышение качества и основанный на участии всех ее членов и направлений в достижении долгосрочного успеха путем удовлетворения требований потребителя и выгоды для членов организации общества.

Необходимо подчеркнуть, что Всеобщее управление качеством является концепцией, предусматривающей всестороннее целенаправленное и хорошо скоординированное применение систем и методов управления качеством во всех сферах деятельности – от исследований и разработок до послепродажного

обслуживания при участии руководства и работников всех уровней и при рациональном использовании технических возможностей.

Многие из элементов TQM описаны серией международных стандартов ISO 9000. В этих стандартах обобщен накопленный в мировой практике опыт организации работ по качеству путем создания эффективных систем качества.

TQM основываются на принципах управления качеством. «Принципы управления качеством и руководство по их применению» были разработаны в рамках технического комитета Международной организации ISO в виде проекта международного стандарта. Однако в качестве стандарта не были утверждены, а выпущены как методическое пособие в помощь руководителям предприятий и организаций с целью формирования системного подхода к управлению качеством на предприятии.

Принципы управления качеством – это основные правила, определяющие руководство предприятием и его деятельность, направленную на постоянное и долгосрочное удовлетворение нужд потребителей с одновременным учетом потребностей всех заинтересованных лиц и организаций [3].

Рассмотрим содержание и особенности применения принципов управления качеством:

1) Организация, ориентированная на потребителя. Организации зависят от своих клиентов, поэтому они должны понимать текущие и будущие нужды клиентов, идти навстречу их требованиям и стремиться предвосхитить их ожидания. Применение данного принципа требует:

- понимания потребностей и ожиданий потребителей по срокам доставки и цене;
- обеспечения сбалансированного подхода к запросам потребителей и потребителям других заинтересованных сторон (владельцев, акционеров, поставщиков и т.д.);
- доведения информации об этих потребностях и ожиданиях до всех подразделений организации;
- измерения степени удовлетворенности потребителей и реагирования на результаты этого измерения;
- управления взаимоотношениями с потребителями.

2) Роль руководства. Руководители устанавливают единство целей организации и ее управления. Применение данного принципа требует:

- демонстрации приверженности качеству собственным примером;
- понимания и реакции на изменение внешней среды, рассмотрение нужд всех участников, включая потребителей, собственников, персонала, поставщиков и общества в целом;
- четкого видения будущего;
- культивирования доверия и ликвидации страха;
- передачи полномочий подчиненным путем обеспечения свободы действий с ответственностью и отчетностью;
- стимулирования работников и признания их вклада;

- обучения работников;
- установления перспективных целей и задачи применения стратегии для их достижения.

3) Вовлечение работников. Работники являются основой организации, их полное вовлечение дает возможность использовать их знания и опыт для получения выгоды компании. При полном вовлечении работники будут:

- брать ответственность за решение проблем на себя;
- активно искать возможности для совершенствования;
- свободно делиться знаниями и опытом в группах и бригадах;
- быть инициативным и созидательным в достижении целей организации;
- лучше представлять свою организацию клиентам и обществу;
- гордиться тем, что являются частью своей организации.

4) Подход как к процессу. Желаемый результат достигается более эффективно, когда управление ресурсами и всеми видами деятельности рассматривается как процесс. Применение данного принципа требует:

- определения процесса для достижения желаемого результата;
- идентификации характеристик процесса и функций организации;
- установления четких прав полномочий и ответственности за управление процессами;
- идентификации входа и выхода процесса;
- при разработке процесса внимание уделяется этапам (всем операциям), мерам контроля, обучению, оборудованию, методам и материалам для достижения желаемого результата.

5) Системный подход к управлению. Эффективность и результативность строительной организации улучшаются при определении, понимании и управлении системой взаимосвязанных процессов в соответствии с установленной целью. Применение данного принципа требует:

- определения системы путем установления и разработки системы процессов, обеспечивающих достижение заданных целей;
- проектирования такой системы, при которой цели достигаются наиболее эффективным путем;
- понимания взаимозависимости процессов в системе;
- постоянного улучшения системы через измерения и оценку;
- определения прежде всего возможностей ресурсов, а затем принятия решений о действии.

6) Постоянное улучшение. Непрерывное совершенствование должно быть постоянной целью организации. Применение данного принципа требует:

- формирования потребности у каждого работника предприятия в постоянном улучшении продукции, процессов и систем в целом;
- применения основных концепций постоянного улучшения с помощью постепенных действий и нетрадиционных решений;
- периодической оценки соответствия установленным критериям совершенства для определения области потенциального улучшения;

- постоянного повышения эффективности всех процессов;
- определения измерителей и целей для организации улучшения.

Кроме этого, элементами системы TQM являются такие принципы, как «Метод принятия решений, основанных на фактах», «Взаимовыгодные отношения с поставщиками» и т.д.

Рассмотренные выше принципы управления качеством - основа для проведения всей работы на строительном предприятии. Реализация этих принципов позволяет предприятию вести непрерывное совершенствование своей деятельности.

В результате исследований можно сделать вывод, что показатель качества, интегрирующий в себе другие технико-экономические показатели строительства, является одной из основных характеристик деятельности строительных организаций. В то же время изменение качественного уровня невозможно без его объективной количественной оценки и конкретного методического определения.

Невозможность удовлетворения требований к качеству продукции каждого потребителя привела к необходимости разрабатывать другие показатели качества, например, устанавливать для всех предметов материального производства общественно оправданный уровень качества, которому должны удовлетворять эти предметы. Этот общественно оправданный уровень качества, закрепленный в нормативных документах и обязательный для всех предприятий и организаций, назывался нормативным уровнем качества.

Таким образом, проведенный анализ понятий, структуры и показателей оценки системы управления качеством в строительном комплексе показывает необходимость разработки и совершенствования методических подходов к формированию и применению системы управления качеством на строительных предприятиях Республики Казахстан.

#### Список использованной литературы

1. Молчанов А.Ю. Методы управления качеством в строительном комплексе. - СПб.: СПбГУЭиФ, 2012.
2. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики. - СПб.: СШГИЭА. 2015.
3. Окрепилов В.В. Всеобщее управление качеством. Учебник. - СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2009.

ББК 74.2

#### ПЕРЕХОД НА ДИСТАНЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

*Н.Н.Мухамедгалиева, Э.С.Мадиярова*

*Восточно-Казахстанский технический университет, Усть-каменогорск*

Аннотация: В статье раскрыты особенности перехода на дистанционное обучение в учебных заведениях. В период пандемии коронавируса образовательным учреждениям пришлось перейти на иную образовательную технологию. Дистанционное обучение является одним из наиболее активно развивающихся направлений в образовании.

В современных условиях появилась необходимость формирования гибкой системы непрерывного образования, с помощью которой человек может иметь доступ к мировым ресурсам информации и базам данных, повышать свои профессиональные навыки и быть профессионально мобильным и творчески активным в течение жизни.

Дистанционное обучение - это одна из форм системы непрерывного образования, которая реализует права человека на образование и получение информации. Дистанционное обучение – это новая, специальная форма обучения, которая сильно отличается от обычного дневного или заочного обучения. Оно предлагает иную форму взаимодействия обучающегося и преподавателя, иное учебное пособие и методику, форму организации обучения. В то же время его состав состоит из компонентов, существующих в любой форме обучения, в любой системе и во всех формах обучения, из целей, покрывающих социальную потребность; из содержания, существующей программы в зависимости от учебного заведения; состоит из методик, организационных форм, учебно-методических пособий.

В целях обеспечения безопасности населения Республики Казахстан президент страны Касым-Жомарт Токаев с 16 марта 2020 года ввел чрезвычайное положение [1]. В связи с этим все школьники, студенты и магистранты перешли на дистанционное обучение с помощью создания электронной информационной образовательной среды, включающей в себя: интерактивные лекции, вебинары, видео-лекции, адаптивные тест – тренинги, различные тестирующие и аттестационные программы, онлайн-консультации, синхронное и асинхронное взаимодействие участников образовательного процесса.

Несмотря на то, что система дистанционного образования в нашей стране в полной мере используется в условиях чрезвычайной ситуации и выглядит как новая тенденция, на базе многих мировых университетов эта практика уже существует давно.

Все учебные заведения, предлагающие возможность дистанционного образования, отличаются друг от друга определенными свойствами. Их особенности различаются по содержанию и уровню образования, количеству и составу обучающихся, техническим и финансовым возможностям. Страны, в которых развита система дистанционного образования, также получили финансирование на уровне государства. Все вузы развивающихся стран мира работают над дистанционными образовательными технологиями. Например, в Соединенных Штатах Америки с 1995 года 58% высших учебных заведений практиковали дистанционные технологии обучения, утверждая, что эта технология эффективна [2]. В настоящее время в США по данной технологии работают тысячи учебных заведений.

В странах, использующих дистанционное обучение, даже речи не идет о том, какое образование лучше – очное или дистанционное. Ведь всегда, во всяком случае – на главном месте – качественное образование.

Через дистанционное обучение обучающемуся предлагаются новые возможности, такие как самостоятельное выполнение заданий на основе многократных, многоуровневых дидактических условий, объективная оценка знаний и навыков, передача уникальных информационных материалов в мультимедийной форме, внедрение в виртуальную жизнь и многое другое. Кроме того, такие программы позволяют самостоятельно осваивать материал с использованием усовершенствованных психологических и педагогических методов, выбирать дистанционное обучение в зависимости от индивидуальных психофизиологических особенностей студента. В период между сессиями дистанционная форма обучения предлагает обучающимся самостоятельно изучить теоретический материал и получить дистанционные консультации у тьюторов.

Вузы ведут учебный процесс и принимают итоговую аттестацию с использованием известных мировых программ и собственных информационных систем. Конечно, в этой форме обучения есть и немало трудностей. Неспособность студентов и магистрантов, особенно проживающих в сельской местности, получить доступ к высокоскоростному интернету, отсутствие у многих обучающихся технических возможностей не позволяют им выполнять поставленные задачи вовремя. Это оказывает влияние не только на студентов и магистрантов, но и на преподавателей. Поэтому в дистанционном образовании преподаватели, особенно ведущие занятия в группах с большим количеством студентов и магистрантов, проводят больше времени в обратной связи с ними, чем раньше.

Также одной из проблем в дистанционном образовании долгое время была невозможность проведения зачетных работ в лабораторных условиях. В настоящее время эта проблема частично была решена через использование виртуальных лабораторий, где студенты и магистранты могут освоить основы тестирования без непосредственного контакта с преподавателем. Все процессы в виртуальных лабораториях моделируются с помощью компьютера.

Эффективность дистанционного обучения заключается в том, что студент или магистрант, находясь в удобном для себя месте, не посещая университет, выполняет поставленную задачу, а во – вторых, низкая стоимость обучения, возможность учиться и получать дипломы в отдаленном зарубежном вузе, находясь в своей стране [3].

Сегодня невозможно продвинуться в любой социально-экономической сфере, не придав особого значения системе информационного обеспечения и не внедрив дистанционные технологии образования, а именно электронные учебники и видеофильмы и другие электронные издания.

Важность дистанционного обучения для нас заключается в повышении уровня знаний студентов путем создания единой информационной системы образования. Кроме того, если мы сможем открыть доступ к мировому информационному пространству, расширить научный и творческий поиск учащихся, подготовить квалифицированных специалистов и создать их на

благо нашего государства, то мы можем выиграть. Сегодня, когда обработка информации и распределение видов труда на международном уровне являются основными особенностями мировой экономики, получение образования остается основным источником личного и профессионального успеха любого специалиста. Влияние образования на уровень трудоустройства и жизни человека стало значительно сильнее, чем раньше. Конечно, изменились и требования к знаниям: наряду с основными знаниями каждого человека и его постоянным обновлением, современный специалист должен успешно использовать информационные ресурсы и осваивать основы права и экономики. От современных специалистов требуется творческое мышление, принятие на его основе решений и обучение на протяжении всей жизни.

Специалисты по стратегическим проблемам отмечают дистанционную форму обучения как систему образования XXI века. На сегодняшний день ему уделяется большое внимание. Тот факт, что результаты общественного прогресса, ранее ориентированного на технологии, сегодня централизованы в информационной зоне, повысил значимость этой формы образования. Дистанционная форма обучения сегодня формирует и реализует систему непрерывного общего образования, взаимного обмена информацией, независимо от временных и пространственных поясов. Кроме того, система дистанционного обучения обеспечивает право человека на получение образования и информации независимо от социального положения и проживания в любом районе страны и зарубежья. Эта система наиболее гибка и эффективна в обеспечении права гражданина страны на образование и в удовлетворении потребностей общества. Исходя из вышеизложенных факторов, дистанционное обучение является наиболее эффективной системой в XXI веке в подготовке специалистов и поддержании их высокого квалификационного уровня.

#### Список использованной литературы

1. Сатова Р.К. Особенности организации и планирования дистанционного обучения в вузах РК на период пандемии Covid-19 // Электронный ресурс [https://online.zakon.kz/Document/?doc\\_id=31716253](https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31716253).
2. Соколова С.А. Современные инновационно-информационные технологии в образовательном процессе // Педагогические науки. – 2015. - № 36-1. - С. 45-53.
3. Баймухамедов М.Ф., Аймурзинов М.С. Экспертные системы дистанционного обучения: монография. – Костанай: изд-во «MasterReprint», 2015. - 296 с.

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА

*Ю.С. Сизова, С.В. Николаев*

*ФГБУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», г. Москва*

*ПАО «Россети ФСК ЕЭС», г. Москва*

Актуальность исследования обусловлена сохраняющейся в настоящее время в развитии мировой экономики тенденцией, связанной с трансформацией глобальных экономических отношений, что оказывает непосредственное влияние на социально-экономическое развитие России, устойчивость и конкурентоспособность национальной экономики в целом и отдельных экономических агентов. В статье исследуются отдельные приоритетные направления совершенствования и повышения эффективности организационно-управленческого механизма, обеспечивающего конкурентоспособность национальной инновационной системы России.

При реализации внутренней экономической политики по конкретным направлениям (сферам, отраслям и т.д.) государство, в первую очередь, опирается на создаваемые под его эгидой специализированные институциональные системы, к числу которых относится национальная инновационная система (далее – НИС). Данные институциональные системы призваны решать комплекс различных задач по достижению целевых показателей.

Институциональные системы, входящие в них подсистемы и элементы (звенья), выстраиваемые между ними взаимосвязи и обеспечивающие их устойчивость и безопасность интеграционные механизмы, образуют ядро организационно-управленческого механизма.

Данный механизм является связующим звеном в организации взаимодействия (относительно ее подсистем, внутренних элементов) и координации (относительно элементов других институциональных систем, создаваемых, например, за рубежом или в рамках интеграционных объединений (например, ЕС, ЕАЭС и др.).

Одной из целей организационно-управленческого механизма становятся достижение и поддержание конкурентоспособности как национальной экономики в целом, так и ее отдельных отраслей в частности. В первую очередь, инновационный путь развития национальной экономики поддерживается за счет функционирования национальной инновационной системы в целом, и применительно к отдельной отрасли (например, электроэнергетике) – отраслевой инновационной системе.

В связи с этим, одним из важных и приоритетных направлений развития механизма достижения и поддержания конкурентоспособности следует рассматривать синтез дальнейшей интеграции НИС России с другими общенациональными институциональными системами и усиления взаимосвязей НИС России с отраслевыми инновационными системами (на примере электроэнергетики).

Вопросы формирования НИС России, ее развития с целью укрепления экономики страны и стимулирования инновационной деятельности занимали умы многих отечественных исследователей, таких как С.Ю. Глазьев, В.В. Ивантер, Г.Б. Клейнер, Б.Н. Кузыка, М.Я. Лемешев, В.П. Логинов, Д.С. Львов, В.Л. Макаров, Л.В. Никифоров, Н.А. Новицкий, Ю.М. Осипов, К.В. Павлов, В.К. Сенчагов, С.Н. Сильвестров, Д.Е. Сорокин, В.Н. Щербаков и др. Область их исследований лежит в теоретическом и методологическом обосновании развития инновационных процессов в экономике нашей страны.

Значимость работ зарубежных ученых лежит в области изучения (теоретически и эмпирически) влияния макроэкономических процессов на развитие инноваций и, соответственно, темпы экономического роста. В этой связи стоит отметить работы Дж. Гелбрейта, Р. Дэниелса, П. Друкера, Р. Коуза, Б.А. Лундвалла, К. Менара, Л. Мизеса, А. Мишеля, У. Мэрса, Р. Нельсона, Д. Норта, В. Ойкена, М. Портера, Дж. Ролза, П. Ромеро, П. Самуэльсона, Б. Санто, Б. Селигмен, К. Фримена, Ф. Хайека, Й. Шумпетера и др.

К основным институциональным системам следует отнести *систему стратегического планирования, систему обеспечения национальной безопасности, систему управления в области науки, технологий и инноваций, система образования* (таблица 1).

Таблица 1. Институциональные системы в Российской Федерации

Наименование институциональной системы	Определение понятия (с указанием нормативного правового акта)	Субъектный состав институциональной системы
СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ	<p><u>Дано определение</u></p> <p>механизм обеспечения согласованного взаимодействия участников стратегического планирования при осуществлении разработки и реализации документов стратегического планирования, а также мониторинга и контроля реализации документов стратегического планирования в рамках целеполагания, прогнозирования,</p>	<p><b><u>Федеральный уровень:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Президент Российской Федерации</li> <li>- Совет безопасности Российской Федерации</li> <li>- Федеральное Собрание Российской Федерации</li> <li>- Правительство Российской Федерации;</li> <li>- федеральные органы исполнительной власти, иные органы и организации</li> <li>- Счетная палата Российской Федерации;</li> <li>- Центральный Банк Российской Федерации</li> </ul> <p><b><u>Региональный уровень</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательный (представительный) орган государственной власти субъекта;</li> <li>- высшее должностное лицо субъекта (руководитель высшего исполнительного органа</li> </ul>

	<p>планирования и программирования с использованием нормативно-правового, информационного, научно-методического, финансового и иного ресурсного обеспечения <b>(Федеральный закон «О стратегическом планировании в Российской Федерации»)</b></p>	<p>государственной власти субъекта; - высший исполнительный орган государственной власти субъекта - исполнительные органы государственной власти субъекта, иные органы и организации - контрольно-ревизионная палата субъекта <b><u>Муниципальный уровень</u></b> - органы местного самоуправления; - муниципальные организации</p>
<p>СИСТЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ</p>	<p><u>Дано определение</u> <b>совокупность</b> осуществляющих реализацию государственной политики в сфере обеспечения национальной безопасности органов государственной власти и органов местного самоуправления и находящихся в их распоряжении инструментов  <b>(Стратегия национальной безопасности)</b></p>	<p><b><u>Федеральный уровень:</u></b> - Президент Российской Федерации - Совет безопасности Российской Федерации - Федеральное Собрание Российской Федерации - Правительство Российской Федерации; - федеральные органы исполнительной власти (в части их компетенции) <b><u>Региональный уровень</u></b> - органы государственной власти субъектов федерации <b><u>Муниципальный уровень</u></b> - органы местного самоуправления</p>
<p>СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ В ОБЛАСТИ НАУКИ, ТЕХНОЛОГИЙ И ИННОВАЦИЙ</p>	<p><i>(на базе советов по приоритетным направлениям научно- технологического развития)</i>  <b>(Стратегия научно- технологического развития Российской Федерации)</b></p>	<p><b><u>Федеральный уровень</u></b> - Минобрнауки России, - Минпромторг России, - Минэкономразвития России, - Минэнерго России, - Минздрав России, - ФАНО России, - ФГБОУ «Российская АНО «Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации», - государственные корпорации, институты развития; - фонды поддержки научной, научно- технической и инновационной деятельности</p>

СИСТЕМА ОБРАЗОВАНИЯ	<p>Отсутствует определение</p> <p><b>Федеральный закон</b> <b>«Об образовании в Российской Федерации»</b></p>	<p>Система образования включает в себя:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные государственные требования, образовательные стандарты, образовательные программы различного вида, уровня и (или) направленности;</li> <li>2) организации, осуществляющие образовательную деятельность, педагогических работников, обучающихся и родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся;</li> <li>3) федеральные государственные органы и органы государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющие государственное управление в сфере образования, и органы местного самоуправления, осуществляющие управление в сфере образования, созданные ими консультативные, совещательные и иные органы;</li> <li>4) организации, осуществляющие обеспечение образовательной деятельности, оценку качества образования;</li> <li>5) объединения юридических лиц, работодателей и их объединений, общественные объединения, осуществляющие деятельность в сфере образования.</li> </ol>
------------------------	---	--

*Источник: Составлено авторами по материалам СПС КонсультантПлюс [2].*

Указанные системы взаимосвязаны с **национальной инновационной системой** в силу определенных условий и факторов: отдельные элементы (звенья) субъектного состава присутствуют в тех или иных системах (в частности, глава государства, законодательный орган, правительство, специализированные министерства и ведомства), общий или смежный характер тех или иных программных документов (в том числе документов стратегического планирования).

Одной из особенностей функционирования и развития НИС России является активная роль государства. Государственный механизм как система органов государственной власти различных ветвей власти и уровней не только

создает и обеспечивает деятельность организационно-управленческого механизма НИС России, но оказывает финансовую поддержку для ее развития.

Так, например, в рамках действующей НИС можно выделить отдельную подсистему – **систему государственных институтов развития в сфере инноваций**. Данная подсистема включает в себя следующие элементы (звенья), то такие институты развития, как: институты предпосевного и посевного финансирования, венчурные фонды с государственным участием (АО «Российская венчурная компания»), государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ», АО «Роснано», ФГБУ «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере» (Фонд содействия инновациям). Цели создания данных институтов отражены в таблице 2.

Таблица 2. Основные элементы системы государственных институтов развития в сфере инноваций

Наименование института развития, организационная форма	Цель создания
Государственная корпорация развития «ВЭБ.РФ» («ВЭБ.РФ», «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)»)	- содействие в обеспечении долгосрочного социально-экономического развития России; - создание условий для устойчивого экономического роста, повышения эффективности инвестиционной деятельности и расширения инвестирования средств в национальную экономику посредством реализации проектов в России и за рубежом.
Акционерное общество «Российская венчурная компания» (АО «РВК»)	- государственное стимулирование венчурных инвестиций и финансовой поддержки высокотехнологического сектора.
Акционерное общество «Роснано»	- развитие инновационных процессов в области nanoиндустрии.
Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической среде (Фонд содействия инновациям)	- оказание финансовой поддержки молодых инноваторов и малых предприятий, которые занимаются высокотехнологичными разработками с потенциалом коммерциализации.

Источник: составлено авторами по материалам СПС Консультант Плюс [2].

Основные направления взаимодействия институтов развития внутри подсистемы государственных институтов развития в сфере инноваций РФ показаны на рисунке 1.

Другой важной институциональной системой, задействованной в обеспечении функционирования организационно-управленческого механизма, является **система институтов и инструментов поддержки внешнеэкономической деятельности**, обеспечивающей выход российской инновационной продукции на мировые рынки.

Меры поддержки могут носить как финансовый, так и нефинансовый характер. Так, например, в комплекс экономических мер реализуется

уполномоченными субъектами, к числу которых относится ранее упомянутый «Внешэкономбанк», не только предоставляющий льготные экспортные кредиты, но и за счет государственных гарантий обеспечивающий обязательства экспортеров и иностранных покупателей.



Рисунок 1. Основные направления взаимодействия институтов развития внутри подсистемы государственных институтов развития в сфере инноваций РФ

*Источник: составлено авторами.*

Среди наиболее известных мер поддержки нефинансового характера следует отметить информационно-консультационные. Их реализация обеспечивается за счет деятельности отдельных российских торговых представительств за рубежом (например, в Финляндии они объединены в единую сеть), региональных центров поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства, а также АО «Российский экспортный центр».

Другим направлением развития организационно-управленческого механизма НИС России является использование и адаптация к российским условиям зарубежного опыта в данной сфере отдельных стран (например, Финляндии), регионов (например, Балтийского региона), интеграционных объединений (в первую очередь, Европейского Союза).

В частности, в настоящее время России отсутствует единый, унифицированный и консолидированный программный документ, касающийся повышения конкурентоспособности и инновационного развития национальной экономики и отдельных ее субъектов, а также не сформирован единый центр разработки и принятия решений в указанной сфере.

В качестве успешных примеров в таблице 3 приведены наиболее известные европейские наднациональные программные документы в области повышения конкурентоспособности и инновационного развития (например, Рамочная программа по конкурентоспособности и инновациям (Competitiveness and Innovation Framework Programme) и Программа повышения конкурентоспособности предприятий и малых/ средних предприятий (Programme for the Competitiveness of enterprises and SMEs). Кроме того, заслуживают отдельного внимания основные элементы институциональной инфраструктуры, обеспечивающие реализацию указанных программных установок, и используемые в практической деятельности механизмы интеграции.

Таблица 3. Общеευропейские механизмы достижения и поддержания конкурентоспособности

Наименование программы	Период реализации	Институциональная система	
		Ключевые элементы («кураторы»)	Интеграционные механизмы
Рамочная программа по конкурентоспособности и инновациям (Competitiveness and Innovation Framework Programme)	2007-2013	Европейское агентство по конкурентоспособности и инновациям (Executive Agency for Competitiveness and Innovation)	Европейская сеть поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network)
Программа повышения конкурентоспособности предприятий и малых/ средних предприятий (Programme for the Competitiveness of enterprises and SMEs)	2014-2020	Исполнительное агентство для малых и средних предприятий (Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises)	Европейский инвестиционный фонд (European Investment Fund)

Источник: Составлено авторами по материалам Европейской Комиссии [1].

При реализации подпрограммы развития предпринимательства и инноваций Европейское агентство по конкурентоспособности и инновациям (EACI) уделяло особое внимание созданию условий для сотрудничества между малыми и средними предприятиями, в первую очередь, в области трансграничного сотрудничества. Для достижения поставленной цели важным стратегическим управленческим решением стало формирование с начала 2008 года сетевой инфраструктуры Enterprise Europe Network/ «Европейская сеть поддержки предпринимательства» путем объединения ранее созданных сетей: европейских информационных центров (EIC) и центров ретрансляции инновации (IRC) [1].

В настоящее время данная сеть, ориентированная на внедрение инноваций и выход предприятий на международный уровень, охватывает более 600 субъектов – членов, среди которых организации поддержки инноваций, университеты и научно-исследовательские центры, региональные организации развития, торгово-промышленные палаты, свыше 3000 экспертов и более 60 государств-присутствия. Члены сети Enterprise Europe Network связаны системой баз данных обмена знаниями и поиска технологий и бизнес-партнеров во всех странах-участниках сети.

Сетевые центры и региональные консорциумы выполняют следующие функции: развитие деловых партнерских отношений с контрагентами, предоставление онлайн-инструментов для мониторинга тендеров в госсекторе, оказание помощи в поиске источников финансирования (в том числе, в получении грантов), консультирование, оказание содействия предприятиям в получении доступа к исследовательским программам и подаче заявок на получение грантов. Наряду с этим сетевые центры выполняют коммуникативную функцию, выступая своего рода каналом обратной связи от различного рода предприятий до европейских правительственных структур и учреждений.

Сетевая структура Enterprise Europe Network не является единственным механизмом реализации подпрограммы развития предпринимательства и инноваций. Так, например, Генеральным директоратом по вопросам внутреннего рынка, промышленности, предпринимательства и МСП (Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, DG GROW, DG Enterprise and Industry) были поддержаны такие инициативы, как создание Европейского инвестиционного фонда, обеспечивающего венчурное финансирование МСП, а также высокотехнологичных компаний на ранней стадии развития.

Трансформация и преемственность европейских рамочных программ, ориентированных на повышение конкурентоспособности европейских предпринимательских структур, в первую очередь, МСП, влияют на формирование уполномоченных органов. Так, например, куратором программы СІР выступало Европейское агентство по конкурентоспособности и инновациям (ЕАСІ). На Исполнительное агентство для малых и средних предприятий (Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, ЕASME) возложены Европейской комиссией кураторские функции по контролю за ходом реализации программы COSME.

Третьим направлением развития механизма достижения и поддержания конкурентоспособности НИС России является использование потенциала партнерских связей и каналов (в рамках международного сотрудничества на различных уровнях).

В частности, примером заимствования зарубежного опыта и использования потенциала международного сотрудничества является деятельность Союза информационно-технологических центров России (Союза ИТЦ России). Так,

учрежденная в 2000 году данная структура с целью создания и поддержания благоприятных условий для развития малого и среднего предпринимательства в научно-технической сфере является активным участником международных проектов по поддержке развития инноваций и технологий.

Среди наиболее известных проектов можно назвать установление в 2007 году партнерских связей с Европейской бизнес-инновационной сетью (EBN), являющейся одной из ведущих региональных сетей, охватывающих более 200 бизнес-инновационных центров и инкубаторов.

Другим важным шагом для развития НИС России стало участие с 2008 года Союза ИТЦ России в реализации международного проекта Gate to Russian Innovation Networks (Gate2RuBIN – Российская бизнес-инновационная сеть), обеспечивающий интеграцию инновационных агентов в Европейскую сеть поддержки предпринимательства (Enterprise Europe Network, EEN) [3]. Цель данного проекта заключается в оказании содействие развитию технологической и бизнес-кооперации малых и средних компаний и научных организаций России и ЕС.

Организационным ядром данного взаимодействия является созданный совместно с Европейским агентством по конкурентоспособности и инновациям (EACI) консорциум, координатором которого с российской стороны выступал ранее упомянутый Союз ИТЦ России, что позволило обеспечить взаимодействие между российскими и зарубежными участниками. В дальнейшем (с мая 2014 года) функции координатора были переданы Фонду содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, а его новым участником стало Российское агентство поддержки малого и среднего бизнеса. Наряду с этим заявку Консорциума на участие в работе в EEN Минэкономразвития России, Торгово-промышленная палата Российской Федерации.

Наряду с региональным сотрудничеством следует выделить отдельно примеры взаимодействия российских инновационных агентов на глобальном уровне. Так, например, с 2012 года Союз ИТЦ России является участником Всемирного Альянса по Инновациям (World Alliance for Innovation, WAINOVA), созданного в 2005 году для содействия мировому экономическому и социальному развитию путем поддержки инноваций, трансфера технологий и создания инновационных компаний.

Другим элементом международной инновационной инфраструктуры, в которую интегрированы представители российских инновационных агентов, является Международная Ассоциация Научных Парков (International Association of Scientific Parks, IASP), созданная в 1984 году с целью повышения конкурентоспособности компаний и предпринимателей в различных странах, а также развития глобальной экономики за счет внедрения успешного опыта международного предпринимательства, передачи и обмена знаний, инноваций и технологий.

Сохраняющаяся практика интеграции российских инновационных субъектов и их представительств (либо уполномоченных структур) позволяет охватить наибольший круг элементов НИС. Так, например, было подписание в 2013 году соглашения о вступлении Союза ИТЦ России в Международную Сеть Поддержки Малых и Средних Предприятий (International Network for Small and Medium Enterprises, INSME) позволило обеспечить развитие международного сотрудничества между представителями малого и среднего бизнеса из различных стран.

Участие Союза ИТЦ России в Сети INSME предоставляет дополнительные возможности российским инновационным предприятиям для научно-технологического сотрудничества с мировыми инновационными организациями (например, ЮНИДО; Всемирная ассоциация бизнес ангелов (World Business Angels Association, WBAA); Европейская Ассоциация Агентств по Развитию (EURADA), Всемирной Ассоциацией Технополисов (World Technopolis Association, WTA).

Четвертым направлением развития механизма достижения и поддержания конкурентоспособности НИС России является ее интеграция в глобальную инновационную систему в целом либо отдельных элементов НИС в глобальные инновационные цепочки добавленной стоимости в частности.

Немаловажную роль в данной сфере играет комплексная поддержка развития инновационных территориальных кластеров. При этом организационно-управленческий механизм НИС России позволил выстроить работу на данном направлении следующим образом.

В частности, на первоначальном этапе по поручению Президента России разработан и утвержден перечень инновационных кластеров, к которым отнесены кластеры, охватывающие на своей территории предприятия, которые характеризуются сочетанием мирового уровня конкурентоспособности, высокой динамикой роста объемов производства, научно-техническим потенциалом исследовательских и образовательных организаций.

В дальнейшем, на региональном уровне государственная поддержка программ развития инновационных кластеров была закреплена в мероприятии по поддержке регионов – инновационных лидеров подпрограммы «Стимулирование инноваций» госпрограммы «Экономическое развитие и инновационная экономика».

Таким образом, инновационный территориальный кластер представляет собой специальный инструмент развития регионов и расположенных на их территории производственных и научных активов в целях стимулирования предпринимательской и инновационной активности и ориентация российских предприятий и организаций, в том числе являющихся инновационными агентами, на глобальные инновационные цепочки добавленной стоимости.

Важную роль в данном процессе играет синхронизация и полная интеграция разработанных и утвержденных региональными властями стратегий развития инновационных территориальных кластеров с основными

государственными проектами в сфере развития высоких технологий и привлечения инвестиций, среди которых: во-первых, это Национальная технологическая инициатива, во-вторых, программа развития университетов «5 в 100», проект «Вузы как центры пространства создания инноваций».

В частности, возможность дальнейшей углубленной интеграции и участия инновационных территориальных кластеров с проводимыми под эгидой НТИ исследованиями и разработками в рамках профильных «дорожных карт» позволяет не только сократить издержки на поиск соответствующей инфраструктуры, персонала и источников финансирования, но обеспечить единое коммуникационное пространство между различными участниками, задействованными в инновационном преобразовании национальной экономики.

Таким образом, целесообразность выбора тех или иных направлений развития механизма достижения и поддержания конкурентоспособности НИС России, оценка эффективности ожидаемых результатов, по мнению автора, во много зависит от следующих факторов:

Так, действующая нормативная правовая база в указанной сфере требует в определенной степени ревизии ввиду имеющей место «зарегулированности», необходимости восполнения пробелов понятийного аппарата, выработки единых, унифицированных (либо комплексных) программных документов, определения субъектного состава с разделением полномочий и функциональных обязанностей.

В частности, следует отметить, что национальной инновационной системе России присущи отдельные характерные черты государственного механизма и государственного управления. В частности, необходимо подчеркнуть «тройственность» позиции и роли государства в развитии НИС.

Во-первых, на государство возложено осуществление административно-регуляторных функций, то есть фактически НИС России представляет собой одну из созданных институциональных систем управления конкретной сферой.

Во-вторых, представляющие интересы государства компании и акционерные общества, являясь инновационными субъектами, создают заведомо неконкурентные условия для участников инновационного процесса, получая напрямую или через другие каналы и механизмы государственную поддержку. Однако в сложившейся ситуации государство провозглашает подконтрольные себе структуры (в первую очередь, госкорпорации и холдинги) «драйверами инновационного развития и роста».

В-третьих, НИС России является организационно-структурным ядром, оптимальной структурой для взаимодействия с аналогичными национальными инновационными системами. В частности, в условиях развития глобальной экономической системы существенную роль играют перспективные каналы международного сотрудничества (как на межгосударственном, корпоративных уровнях), в первую очередь, в научно-производственной кооперации, обеспечивающей инновационный потенциал инновационных субъектов и их интеграцию в глобальные инновационные цепочки добавленной стоимости.

В связи с этим, по мнению автора, на современном этапе развития НИС России государство, являясь системообразующим элементом данной институциональной системы, заинтересовано в сохранении и стимулировании развития ранее рассмотренных механизмов интеграции как в целом, так в отраслевых институциональных системах в частности.

Важность дальнейшего развития такого трансграничного механизма интеграции в НИС, как технологическая платформа, отмечена в утвержденной Президентом России Концепции участия Российской Федерации в объединении БРИКС [2]. В частности, формирование общих технологических платформ отвечает российским национальным интересам и ориентировано на стимулирование инвестирования в развитие высоких технологий, исследовательских и инновационных центров как на территории России (в том числе, «Сколково») и в странах-участницах БРИКС.

Дальнейшее совершенствование механизмов управления и повышения конкурентоспособности НИС России может быть связано с ее дальнейшей интеграцией с другими общенациональными институциональными системами и отраслевыми (межотраслевыми) инновационными системами, в первую очередь на общегосударственном, на ведомственном и корпоративных уровнях.

Так, например, внедрение цифровых технологий в электроэнергетике как одном из «драйверов инновационного развития» не является самоцелью, а ориентировано на получение экономических, технологических, социальных эффектов. В первую очередь, цифровая трансформация влечет за собой изменение бизнес-моделей на основе новых технологических решений. Наряду с этим не менее важным и по-прежнему актуальным остается вопрос подготовки кадров и обмен опытом.

В связи с этим в настоящее время Минэнерго России совместно с другими заинтересованными участниками прорабатывается вопрос о реализации мероприятий по кадровому обеспечению цифровой трансформации с использованием следующих механизмов путем:

- взаимодействия отраслевых систем профессиональных квалификаций в области разработки и внедрения цифровых компетенций;
- взаимодействия систем профессионального образования в области подготовки кадров для цифровой трансформации;
- обмена лучшими практиками обучения работников организаций ТЭК в целом и электроэнергетической отрасли в частности.

Таким образом, интеграция НИС России, системы образования и институциональной системы инновационного развития электроэнергетической отрасли может быть достигнута, в первую очередь, в результате межведомственного взаимодействия между Минэнерго России и другими заинтересованными органами государственной власти федерального и регионального уровней по решению задач, связанных с цифровой трансформации электроэнергетики и смежных с ней отраслей экономики (в первую очередь, энергетического машиностроения), в том числе по развитию

научно-технического потенциала и выполнению научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ.

В рамках указанной работы также требуется непосредственное участие отраслевых ассоциаций (сообществ), центров компетенций и независимых экспертных организаций для осуществления анализа, координации и оценки поступающих отраслевых предложений.

Так, например, в рамках межведомственного взаимодействия в качестве основных необходимо рассматривать следующие направления деятельности:

- выработку единых принципов и подходов к осуществлению мероприятий в указанной сфере;

- определение потребностей субъектов электроэнергетики в разработке и внедрении новых технологий;

- создание единого каталога лучших решений и практик, объединяющего в себе информацию о существующих программных решениях (разрабатываемых на данном этапе либо уже внедренных).

Все вышеперечисленные меры, по мнению авторов, нацелены на совершенствование организационно-управленческого механизма, повышение его эффективности, что, в свою очередь, обеспечит высокий уровень конкурентоспособности НИС России.

#### Список использованной литературы

1. About Enterprise Europe Network// Официальный сайт Европейской Комиссии [Электронный ресурс] - URL: <https://een.ec.europa.eu/about/about>. (дата обращения 29.10.2020).

2. Концепция участия Российской Федерации в объединении БРИКС// КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_143690/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_143690/) (дата обращения 30.10.2020).

3. Проект Gate to Russian Innovation Network// Официальный сайт Союза ИТЦ России [Электронный ресурс] - URL: <http://ruitc.ru/projects/the-project-gate-to-russian-innovation-networks/>. (дата обращения 27.10.2020).

УДК 338.2

## ПОНЯТИЕ, СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ИНДУСТРИИ 4.0 КАК ОТРАСЛИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

*Я.А. Суходолов*

*Институт экономических исследований ДВО РАН, г. Хабаровск*

Аннотация: Индустрия 4.0 представляет собой новый вектор развития промышленности, который представлен лишь в некоторых промышленно развитых странах и занимает незначительную долю их реального сектора, однако в будущем после полномасштабной модернизации может вытеснить другие отрасли промышленности. Индустрия 4.0 обладает потенциалом изменения существующего технологического уклада. Универсальность новой индустриальной модели, предлагаемой индустрией 4.0, открывает возможность для новой промышленной революции, в результате которой индустрия 4.0

станет новым мировым промышленным ориентиром и стандартом для развития реального сектора экономики.

Одной из наиболее обсуждаемых экспертами-практиками в системе государственных экономических регуляторов и исследуемых в научных кругах глобальной проблемой современности является экономический рост. Данная проблема является настолько многоаспектной, что в ее рамках сложилось множество концептуальных подходов. Важной особенностью решения данной проблемы является то, что инициатива традиционно исходит от ученых, предлагающих новый подход к управлению экономическим ростом, который практически сразу находит свое отражение в хозяйственной практике социально-экономических систем.

Так, научным обоснованием возможности и необходимости специализации на промышленности для поддержания высокой глобальной конкурентоспособности был инициирован процесс индустриализации хозяйственных систем. Впоследствии научные доводы в пользу пост-индустриализации запустили механизм реструктуризации экономик стран мира в сторону увеличения доли сферы услуг. Последовавший за этим глобальный финансово-экономический кризис стал аргументом для пересмотра концепции пост-индустриализации и причиной возникновения концепции «экономики знаний».

В господствующей в настоящее время научной парадигме в качестве ключевого ориентира развития хозяйственных систем выдвигается устойчивость, имеющая две характеристики – стабильность и сбалансированность. Практическая реализация принципа устойчивого социально-экономического развития хозяйственных систем предполагает опору на реальный сектор экономики, в котором должна проявляться высокая инновационная активность, обеспечиваемая за счет создания инноваций в смежных отраслях народного хозяйства, относящихся к сектору услуг – образование, наука и т.п.

Сочетание всех указанных характеристик достигается в индустрии 4.0, относящейся к реальному сектору экономики и ориентированной на инновационные способы промышленного производства. Интенсификация развития индустрии 4.0 в современных хозяйственных системах обеспечит их инновационное развитие, стабильный экономический рост и баланс отраслевой структуры народного хозяйства (одновременное развитие и промышленности, и сферы услуг). Рассмотрим основные понятия, сущность и особенности индустрии 4.0 как отрасли промышленности.

Методологический аппарат данного исследования базируется на методе контент-анализа научной литературы, методе систематизации и классификации научных знаний, а также методе системного анализа и методе структурно-функционального анализа. Информационно-аналитическую поддержку данного исследования составили материалы официальных нормативно-правовых документов правительств стран мира. Проведенный обзор данных документов

показал, что практически все развитые и интенсивно развивающиеся страны уделяют пристальное внимание становлению индустрии 4.0 на государственном уровне.

Об этом свидетельствует разработка и принятие в 2012 г. в Германии государственной промышленной стратегии «Индустрия 4.0» (Industrie 4.0), выступившей в качестве одного из приоритетных национальных (федеральных) проектов в области высоких технологий» [11]. В США индустрия 4.0 закреплена в качестве ключевого инструмента реализации национальной стратегии инновационного развития [27], а также признана одной из наиболее перспективных передовых промышленных технологий [9]. В США в настоящее время предпринимаются различные инициативы по практической реализации концепции развития индустрии 4.0. В частности, осуществляется развитие генома материалов [10], робототехники [28] и др.

В Великобритании индустрия 4.0 заявлена в качестве передовой отрасли промышленности [25]. Мероприятия по развитию индустрии 4.0 предусмотрены в национальном проекте «Восемь великих технологий» [26]. Промышленная реформа современной Франции (2013 г.) также предусматривает акцент на индустрии 4.0 [15]. В Японии развитие индустрии 4.0 отражено в качестве приоритетного направления реализации плана научно-технологической модернизации страны на пятилетний период с 2016 по 2020 гг. [23]. В Китае реализуются многочисленные проекты по развитию промышленности, в основе которых находится концепция индустрии 4.0 [24].

Термин «Индустрия 4.0» впервые прозвучал на Ганноверской ярмарке в 2011 г. для обозначения трансформации в глобальных цепях создания стоимости. В представленном К. Швабом на всемирном экономическом форуме отчете «Четвертая промышленная революция» указано, что к индустрии 4.0 были отнесены бизнес-процессы в промышленности, предполагающие организацию глобальных производственных сетей на базе новейших информационно-коммуникационных и Интернет-технологий, с помощью которых осуществляется взаимодействие производственных объектов [4].

Ученые из Массачусетского технологического института Э. Бринйолфссон и Э. МакАфи описали индустрию 4.0 как расцвет машинного промышленного производства, организационного на основе цифровых технологий и полностью автоматизированного [1].

Как пишет российский ученый В.Н. Княгинина, важнейшей специфической чертой, отличающей индустрию 4.0 от традиционного промышленного производства, является абсолютная интегрированность (тесная взаимосвязь) и интерактивность (адаптация к ситуации в реальном времени) всех производственных процессов промышленного предприятия, обеспечиваемая за счет современных цифровых технологий [2].

Российские ученые определили индустрию 4.0 как революционный способ организации промышленного производства, в основе которого лежит повсеместная цифровизация и автоматизация производственно-

распределительных процессов в промышленности, стирающая границы между физическими объектами, превращая их в целостную, комплексную систему взаимосвязанных и взаимозависимых элементов. Эксперты также выделяют базовые характеристики индустрии 4.0 [3]:

- переход от ручного труда к робототехнике, обеспечивающий автоматизацию всех производственных процессов;
- модернизация транспортно-логистических систем, обусловленная массовым распространением беспилотных транспортных средств;
- повышение сложности и точности производимой технической продукции, производство новых конструкционных материалов благодаря усовершенствованию производственных технологий;
- развитие межмашинных коммуникаций и самоуправления физических систем, производимое с помощью «Интернета вещей»;
- применение самообучающихся программ для обеспечения постоянного развития производственных систем.

По результатам контент-анализа, систематизации и классификации существующей научной литературы можно выделить четыре основных концептуальных подхода к трактовке понятия «индустрия 4.0» (табл. 1).

*Социально-ориентированный подход* акцентирует свое внимание на том, что развитие индустрии 4.0 оказывает сильное влияние на современное общество и имеет позитивные и негативные проявления. С одной стороны, индустрия 4.0 позволяет создавать новые блага, тем самым способствуя повышению качества жизни населения. С другой стороны, сокращение участия человека в производственных процессах может вызвать массовую безработицу, что является сдерживающим фактором на пути развития индустрии 4.0.

*Компетентностный подход* предполагает, что развитие индустрии 4.0 требует новых компетенций от современного промышленного специалиста. Структурные изменения – замена ручного (физического) труда интеллектуальным – также сопровождаются качественными изменениями – обслуживание самоуправляемых физических производственных систем требует от современного промышленного специалиста обладания новыми компетенциями, среди которых знание и умение использовать новейшие информационно-коммуникационные технологии.

*Производственный подход* предполагает, что развитие индустрии 4.0 означает модернизацию промышленности, посредством крупномасштабной автоматизации производственных процессов. Акцент делается на организационной компоненте функционирования промышленных предприятий.

*Бихевиористский подход* акцентирует свое внимание на том, что развитие индустрии 4.0 предполагает переход на объект-объектное взаимодействие, то есть устранение субъекта (человека) из системы взаимоотношений неодушевленных предметов (технических устройств).

**Концептуальные подходы к трактовке понятия «индустрия 4.0»**

Подход	Трактовка понятия «индустрия 4.0»	Представители подхода
Социально-ориентированный	развитие индустрии 4.0 оказывает сильное влияние на современное общество и имеет позитивные и негативные проявления	Longo F., Crnjac M., De Aguirre, I.F., Pereira A.C.
Компетентностный	развитие индустрии 4.0 требует новых компетенций от современного промышленного специалиста	Aranburu-Zabalo, Chiu Y.C., Spendla L., Nardello, M.,
Производственный	развитие индустрии 4.0 означает модернизацию промышленности, посредством автоматизации крупномасштабной производственных процессов	Kuo, C.J., Plakitkin, Yu.A., Moeuf A., Losch, D.
Бихевиористский	развитие индустрии 4.0 предполагает переход на объект-объектное взаимодействие, то есть устранение субъекта (человека) из системы взаимоотношений неодушевленных предметов (технических устройств)	Бриньолфссон, МакАфи, Шваб, Лошкарева, Княгинина

Составлено по данным: [1-8, 12-14, 16-19, 21]

Данные подходы отражают отдельные аспекты индустрии 4.0, поэтому существующие определения понятия «индустрия 4.0», предлагаемые в рамках данных подходов, являются узкими и однонаправленными, а также не позволяют в достаточной мере отразить сущность данного сложного и многоаспектного явления.

В качестве уточнения его категориального аппарата предлагается авторское определение понятия «индустрия 4.0», под которой необходимо понимать новую индустриальную модель, для которой характерна самоорганизация и самоуправление полностью автоматизированных, интегрированных, самообучающихся и интерактивных производственных систем, в которых ядром являются новейшие цифровые и Интернет-технологии, а роль человека ограничивается их первоначальным запуском, контролем и техническим обслуживанием, что требует от современного промышленного специалиста новых компетенций и сопровождается социальными изменениями.

Индустрия 4.0 представляет собой новую отрасль промышленности, образовавшуюся в результате возникновения и распространения новых технологий – цифровых технологий и Интернет-технологий – позволяющих наладить полностью автоматизированные производственные процессы, в которых участвуют только физические объекты, взаимодействующие между собой без участия человека. В индустрии 4.0 создаются не только традиционные промышленные продукты, но и новые промышленные продукты, производство которых невозможно в других отраслях реального сектора экономики.

Процесс становления и развития индустрии 4.0 оказывает влияние на все сферы хозяйственной системы, включая социальную сферу, в которой происходят существенные изменения, связанные с необходимостью адаптации человека к новым условиям для ведения хозяйства. Так, предприниматель оптимизирует бизнес-процессы, используя возможности, предоставляемые индустрией 4.0, работник (промышленный специалист) либо осваивает новые компетенции, необходимые в индустрии 4.0, либо ищет работу в другой сфере, потребитель осваивает новую промышленную продукцию.

Если в настоящее время индустрия 4.0 представляет собой новый вектор развития промышленности, который представлен лишь в некоторых развитых странах и занимает незначительную долю их реального сектора, то в будущем его полномасштабная модернизация приведет к постепенному вытеснению других отраслей промышленности. Это означает, что индустрия 4.0, воспринимаемая сегодня как отрасль промышленности, обладает потенциалом изменения существующего технологического уклада.

Ее отраслевая принадлежность определяется не выпускаемой продукцией, а организацией производственного процесса. Универсальность новой индустриальной модели, предлагаемой индустрией 4.0, делает возможным производство в ней любой промышленной продукции. Это открывает возможность для новой промышленной революции, в результате которой индустрия 4.0 станет новым мировым промышленным ориентиром и стандартом, по которому будет развиваться реальный сектор экономики всей мирохозяйственной системы.

#### Список использованной литературы

1. Бриньолфсон Э., Макафи Э. Вторая эра машин: работа, прогресс и процветание в эпоху новейших технологий – Москва: АСТ, 2017. – 381 с.
2. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. [Электронный ресурс]. URL: <https://csr.ru/uploads/2017/10/novaya-tehnologicheskaya-revolutsiya-2017-10-13.pdf> (дата обращения: 01.10.2020).
3. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире. [Электронный ресурс]. URL: [https://worldskills.ru/assets/docs/media/WSdoklad\\_12\\_okt\\_rus.pdf](https://worldskills.ru/assets/docs/media/WSdoklad_12_okt_rus.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).
4. Шваб К. Четвертая промышленная революция – Москва: Э, 2016. – 209 с.
5. Aranburu-Zabalo, E., Lasa-Erle, G., Iruretagoiena-Irazusta, G., Reguera-Bakhache, D., Gerrikagoitia-Arrien, J.-K. (2017). New user centered methodologies for software development in the industry 4.0 era [Nuevas metodologías centradas en el usuario para la creación de software en la industria 4.0]. *Dyna (Spain)*, 92(5), P. 492.
6. Chiu, Y.C., Cheng, F.T., Huang, H.C. (2017). Developing a factory-wide intelligent predictive maintenance system based on Industry 4.0. *Journal of the Chinese Institute of Engineers, Transactions of the Chinese Institute of Engineers, Series A/Chung-kuo Kung Ch'eng Hsuch K'an*, pp 1-10.

7. Crnjac, M., Veža, I., Banduka, N. (2017). From concept to the introduction of industry 4.0. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 8 (1), pp. 21-30.
8. De Aguirre, I.F. (2017). Social consequences of technological development. beyond industry 4.0 [Consecuencias sociales del desarrollo tecnológico. Más allá de la industria 4.0]. *Dyna (Spain)*, 92(5), pp. 481-482.
9. A National Strategic Plan for Advanced Manufacturing. [Электронный ресурс]. URL: [https://energy.gov/sites/prod/files/2013/11/f4/nstc\\_feb2012.pdf](https://energy.gov/sites/prod/files/2013/11/f4/nstc_feb2012.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).
10. Materials Genome Initiative for Global Competitiveness. [Электронный ресурс]. URL: [https://mgi.gov/sites/default/files/documents/materials\\_genome\\_initiative-final.pdf](https://mgi.gov/sites/default/files/documents/materials_genome_initiative-final.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).
11. The New High-Tech Strategy Innovations for Germany. [Электронный ресурс]. URL: [https://bmbf.de/pub/HTS\\_Broschuere\\_eng.pdf](https://bmbf.de/pub/HTS_Broschuere_eng.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).
12. Куо, С.Д., Тинг, К.С., Чен, Я.С., Янг, Д.Л., Чен, Н.М. (2017). Automatic machine status prediction in the era of Industry 4.0: Case study of machines in a spring factory. *Journal of Systems Architecture*, 81, pp. 44-53.
13. Longo, F., Nicoletti, L., Padovano, A. (2017). Smart operators in industry 4.0: A human-centered approach to enhance operators' capabilities and competencies within the new smart factory context. *Computers and Industrial Engineering*, 113, pp. 144-159.
14. Losch, D., Ekanayake, S., Nienheysen, P., Bier, S., Rossmann, J. (2017). An Industry 4.0-based repair concept for structural CFRP components in the automotive sector. 2016 2 nd IEEE International Symposium on Robotics and Manufacturing Automation, ROMA 2016, 7847801.
15. La Nouvelle France Industrielle. [Электронный ресурс]. URL: <https://economie.gouv.fr/files/la-nouvelle-france-industrielle.pdf> (дата обращения: 01.10.2020).
16. Moeuf, A., Pellerin, R., Lamouri, S., Tamayo-Giraldo, S., Barbaray, R. (2017). The industrial management of SMEs in the era of Industry 4.0. *International Journal of Production Research*, pp. 1-19.
17. Nardello, M., Madsen, O., Moller, C. (2017). The smart production laboratory: A learning factory for industry 4.0 concepts. *CEUR Workshop Proceedings*, pp. 18-98.
18. Pereira, A.C., Romero, F. (2017). A review of the meanings and the implications of the Industry 4.0 concept. *Procedia Manufacturing*, 13, 1206-1214 pp.
19. Plakitkin, Yu. A., Plakitkina, L.S. (2017). The industry-4.0 global innovation project's potential for the coal industry of Russia. *Industry-4.0 program – new approaches and solutions. Ugol'*, (10), pp. 44-50.

20. Popkova, E.G., Sukhodolov, Y.A. (2017). Role and meaning of foreign trade cooperation in the globalizing world through the example of Russia and China. Contributions to Economics, pp. 47-73.

21. Spendla, L., Kebisek, M., Tanuska, P., Hrccka, L. (2017). Concept of predictive maintenance of production systems in accordance with industry 4.0.

22. SAMI 2017 - IEEE 15th International Symposium on Applied Machine Intelligence and Informatics, Proceedings, 7880343, pp. 405-410.

23. The 5th Science and Technology Basic Plan. [Электронный ресурс]. URL: [https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/5basicplan\\_en.pdf](https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/5basicplan_en.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).

24. China to invest big in 'Made in China 2025' strategy. [Электронный ресурс]. URL: [http://english.gov.cn/state\\_council/ministries/2017/10/12/content\\_281475904600274.htm](http://english.gov.cn/state_council/ministries/2017/10/12/content_281475904600274.htm) (дата обращения: 01.10.2020).

25. Growth Review Framework for Advanced Manufacturing. [Электронный ресурс]. URL: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/31755/10-1297-growth-review-framework-for-advanced-manufacturing.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/31755/10-1297-growth-review-framework-for-advanced-manufacturing.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).

26. Eight great technologies: infographics. [Электронный ресурс]. URL: <https://gov.uk/government/publications/eight-great-technologies-infographics> (дата обращения: 01.10.2020).

27. Strategy for American Innovation. [Электронный ресурс]. URL: [https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/strategy\\_for\\_american\\_innovation\\_october\\_2015.pdf](https://obamawhitehouse.archives.gov/sites/default/files/strategy_for_american_innovation_october_2015.pdf) (дата обращения: 01.10.2020).

28. National Robotics Initiative 2.0: Ubiquitous Collaborative Robots (NRI-2.0). [Электронный ресурс]. URL: <https://nsf.gov/pubs/2020/nsf20522/nsf20522.htm> (дата обращения: 01.10.2020).

ББК 65.262.6

## ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

*К.В. Тарлыков, М.У. Рахимбердинова, А.С. Жанабаева*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева*

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные аспекты организации системы электронного бизнеса и особенности его развития на территории Республики Казахстан. Дана характеристика основных трудностей, с которыми сталкивается развитие электронного бизнеса на территории Республики Казахстан, рассмотрены основные причины возникновения данных трудностей и предложены возможные пути их преодоления.

Ключевые слова: информационные технологии, особенности развития, транзакции, электронный бизнес, управление бизнесом.

В наше время достаточно трудно представить хотя бы одну сферу человеческой деятельности, в которой не использовались бы в той или иной степени информационные технологии. Существенное влияние

информационных технологий на многие аспекты человеческой жизни обусловлено тем, что, с одной стороны, практически ни один процесс не происходит без передачи информации, а с другой, тем, что в ходе своей эволюции информационные системы достигли уровня качественного, удобного и комфортного канала коммуникации [2].

Удобство информационных технологий как коммуникационного канала обеспечило возможность их использования, в том числе и в качестве эффективного инструмента для ведения бизнеса.

Первоначально во всем мире, и в Казахстане в частности, в сфере управления бизнесом, информационные технологии рассматривались исключительно как средства поддержки транзакций. Сейчас же данное влияние существенно расширяется: из средства поддержки информационные технологии превращаются в источник дополнительного конкурентного преимущества и самостоятельный способ ведения бизнеса. Одним из достоинств данных технологий является как возможность объединения в рамках единой общей платформы различных информационных систем на конкретных объектах управления, так и организация общей информационной базы данных с удобными связями между различными дата - центрами. Во многих странах данная идея стала формироваться в рамках концепции развития электронного бизнеса и построения электронного правительства и электронного государства.

Мировая практика показала, что система электронного бизнеса позволяет в существенной степени перевести не только существующий бизнес, но и сферу государственных услуг на качественно иной уровень. Современная система электронного бизнеса не ограничивается только лишь узким пониманием, отождествлением сферы электронного бизнеса с электронной коммерцией.

В сферу электронного бизнеса входят такие важнейшие компоненты, как электронные НИР и ОКР, электронное обучение, электронный маркетинг, электронные деньги и т.п. [3] Таким образом, под электронным бизнесом можно понимать любые транзакции, связанные с передачей бизнес - информации, совершаемые с использованием современных информационно-коммуникационных технологий.

Каждое из рассмотренных выше направлений электронного бизнеса имеет свои особенности и тенденции развития, свои драйверы роста. В частности, в связи с изменчивостью ситуации в мире, современному человеку необходимо проходить дополнительное обучение и переобучение, что достаточно сложно осуществить без отрыва от производства.

В данном случае начинают играть важнейшую роль дистанционные образовательные технологии, которые могут рассматриваться как своеобразная образовательная услуга, предоставляемая в электронном виде с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, как на бесплатной, так и на платной основе. Таким образом, использование

дистанционных образовательных технологий имеет существенную важность для образовательного процесса на разных его уровнях.

В то же время было бы заблуждением и огромной опасностью считать системы дистанционного образования полной заменой образовательной системы, что очень широко сейчас обсуждается в педагогической среде. Электронные деньги и электронные платежные системы сейчас получили активное развитие в Европе и США, на территории Республики Казахстан использование данных инструментов пока находится в стадии своего становления.

Основными моментами, препятствующими его использованию, являются непонимание и недоверие граждан (психологический, субъективный фактор) и недостаточная степень защиты информации данных инструментов от различного рода мошенников. В нашей стране оба этих фактора играют значительную роль: с одной стороны, некоторым людям старшего поколения бывает зачастую просто непонятно, как использовать данные технологии ввиду сложности обучения работе с компьютером [4].

С другой стороны, даже люди, хорошо знакомые с компьютером, в большей степени испытывают доверие к операциям, совершаемым с использованием традиционных платежных средств (бумажных денег и пластиковых карт). Интересным современным направлением развития электронного бизнеса, которое набирает обороты по всему миру, в том числе и в Республике Казахстан, является краудфандинг.

В переводе данный термин означает – «финансирование толпой». Данный способ оказывается удобным в том случае, если интернет-пользователь является носителем какой - либо интересной идеи по созданию нового продукта, предоставлению новой услуги и т.п., и он в обмен на получение одним из первых покупателей своего будущего продукта (услуги) просит профинансировать свой проект по его (ее) разработке (реализации) [5].

Безусловно, широкое развитие получили и традиционные направления электронной коммерции, такие как электронная коммерция. Многие товары сейчас можно заказать с использованием сервисов, предоставляемых как традиционными магазинами с использованием их представительств в сети Интернет, так и Интернет - магазинами. Ввиду существенно менее высокой арендной платы Интернет - магазины позволяют приобретать покупателям многие товары по более приемлемой для них цене. Кроме того, у потребителей есть возможность заказа товара практически из любой части Земного шара.

Существенным недостатком использования интернет - магазинов являются проблемы, связанные с невозможностью предварительного просмотра и проверки товара до совершения покупки. Важным направлением развития электронного бизнеса являются электронные государственные сервисы и предоставление государственных услуг в электронном виде, включая сервисы по организации государственных закупок, сайты первых лиц государства и т.п.

По опыту европейских стран и США оказалось, что без участия государства практически невозможно создание единой информационной системы, являющейся стержнем функционирования и развития электронного бизнеса. Именно возможность государственного контроля и учета является источником формирования единой системой. Попыткой создания такой системы, которая принесла определенные плоды и в существенной степени ликвидировали цифровой разрыв между Казахстаном и европейскими странами, стала одна из Целевых Программ «Цифровой Казахстан».

Результатом мероприятий, проведенных в рамках данной программы, стало существенное расширение сферы государственных услуг, предоставляемых в электронном виде, и повышение уровня интеграции государственных информационных систем с частными путем организации систем учета и контроля.

Вместе с тем, к сожалению, данная программа не была реализована в полном объеме и полностью функционирующей единой системы электронного бизнеса на настоящий момент времени создать не удалось. Однако существуют серьезные предпосылки к тому, что совместная работа «навстречу друг другу» государственных структур и отечественного бизнеса в дальнейшем позволит создать подобную систему [1].

Итак, на настоящий момент времени для создания единой системы электронного бизнеса, которая включала бы в себя такие значимые элементы, как электронное обучение, электронная торговля, электронная медицина, электронное правительство, электронный маркетинг, электронные НИР и ОКР, необходимо решение вопросов по следующим ключевым направлениям:

- Повышение престижности услуг, предоставляемых в электронном виде;
- Увеличение степени доверия к услугам, предоставляемым в электронном виде и к электронным средствам платежа;
- Повышение общего уровня компьютерной грамотности населения, в том числе в области использования услуг, предоставляемых в электронном виде;
- Совершенствование системы интеграции различных информационных технологий на различных объектах и уровнях управления между собой.

В качестве мероприятий, которые можно было предложить для создания единой информационной системы, позволяющей осуществлять весь спектр направлений электронного бизнеса, можно отметить:

- Организация курсов компьютерной грамотности для населения;
- Разработка и совершенствование нормативно-правовых документов федерального, регионального и местного уровня, регулирующих предоставление услуг в электронном виде и вообще электронные транзакции;
- Разработка на различных уровнях и объектах управления кроссплатформенных приложений, тесно интегрируемых с различным программным обеспечением и различными конфигурациями аппаратного обеспечения;

- Проведение совместных деловых встреч представителями государственных структур и частного бизнеса и выработка на этих встречах договоренностей о формах и способах предоставления информации друг другу и потребителям;

-Совершенствование системы информационной безопасности на различных уровнях и объектах управления, формирование единых стандартов в области обеспечения информационной безопасности.

Конечно, рассмотренный перечень мероприятий может и должен быть дополнен, обозначены лишь наиболее существенные, требующие скорейшего разрешения вопросы. Создание единой информационной системы, охватывающей разные аспекты деятельности государства и частных фирм, в свою очередь, позволит повысить уровень прозрачности осуществления коммерческих и иных транзакций, что в конечном итоге приведет к сокращению издержек, связанных с порчей и потерями информации, и сделает более комфортной жизнь физических и юридических лиц.

#### Список использованной литературы

1. Постановление Правительства РК от 12 декабря 2017 г. № 827 "О целевой программе "Цифровой Казахстан (2018 - 2022 годы)". [Электронный ресурс]. URL: <https://zerde.gov.kz/upload/docs/%D0%A6%D0%9A%20-%20%D1%80%D1%83%D1%81.pdf> (Дата обращения: 30.11.2020).

2. Борисов С.А. Информационные технологии как источник изменения социальных коммуникаций// Актуальные проблемы социальной коммуникации: материалы третьей ` 50 Всероссийской научно-практической конференции. - Н. Новгород, изд- во: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2012, с.288 -291.

3. Вильхивская О. В. Сущность понятия «электронный бизнес» и этапы его развития// Бизнес Информ, 2012.

4. Гаврилов, Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/Л.П.Гаврилов. – М.: Юрайт, 2016.

5. Краудфандинг – обзор площадок. [Электронный ресурс]. URL: <http://megapoisik.com/kraudfanding-obzor-ploschadok> (Дата обращения: 3.12.2020)

## СЕКЦИЯ 2: РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

ББК 65.9(2Рос)-94

### СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В СВЕТЕ ПРОБЛЕМ РЕГИОНАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА

*О.В. Асканова*

*Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВО «Алтайский  
государственный технический университет им. И.И. Ползунова»*

Аннотация: В статье на примере одного из регионов России рассматриваются проблемы региональной дифференциации, вызывающие обезлюживание периферийных российских территорий. Автор исследует стартовые позиции Алтайского края на момент провозглашения майского Указа Президента РФ 2018 года и изменения, произошедшие в основных социально-экономических параметрах страны и края в последовавший за этим период. Проведённый анализ позволил сделать вывод, что сложившиеся тенденции накопления отсталости «слабыми» в социально-экономическом плане регионами, подобными Алтайскому краю, не преодолены, без чего, по мнению автора, не представляется возможным достижение национальной цели по вхождению РФ в число пяти крупнейших экономик мира.

*Ключевые слова:* региональная политика, региональная дифференциация, региональное развитие, социально-экономические показатели, сокращение населения

Складывающиеся последние десятилетия тенденции изменения социально-экономического положения России характеризуются серьёзными диспропорциями в развитии отдельных территорий страны и всё большей их дифференциацией, что является неоспоримым свидетельством кризиса региональной политики РФ. Отсутствие на федеральном уровне адекватной существующим проблемам сбалансированной стратегии развития регионов и, как результат, нарастание различий в уровне социально-экономического развития регионов вызывает обоснованные опасения в сохранении целостности единого экономического пространства государства, урожая его геополитической стабильности.

В этой связи проблемы неравномерности регионального развития и наличия на территории страны регионов с устойчивой отрицательной динамикой социально-экономических показателей, закрепляющей их отсталость и бесперспективность и ведущей, в конечном счёте, к обезлюживанию этих территорий, представляются нам одними из наиболее злободневных и приоритетных.

Стоит отметить, что острота отмеченных проблем сегодня находит понимание и на самых высших уровнях государственной власти страны. Так, в 2016 году Президент РФ, указывая на диспропорции в бюджетной обеспеченности субъектов РФ, следствием чего является существенный разрыв уровня жизни людей, отметил, что «общие доходы пяти самых богатых и самых бедных регионов различаются в 43 раза» [2]. Реакцией на указанные проблемы стало утверждение Правительством РФ в 2019 году «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года», в качестве основной цели которой провозглашено «обеспечение устойчивого и

сбалансированного пространственного развития Российской Федерации, направленного на сокращение межрегиональных различий в уровне и качестве жизни населения, ускорение темпов экономического роста и технологического развития, а также на обеспечение национальной безопасности страны» [4, с. 7-8].

Приоритетом указанного стратегического документа обозначено «опережающее развитие территорий с низким уровнем социально-экономического развития, обладающих собственным потенциалом экономического роста, а также территорий с низкой плотностью населения и прогнозируемым наращиванием экономического потенциала» [4, с. 9].

Одним из регионов России с низким уровнем социально-экономического развития, включённым в перечень геостратегических территорий РФ [4], для которого задача преодоления отставания становится вопросом удержания территории, является Алтайский край. Поэтому считаем необходимым остановиться на рассмотрении положения края относительно других субъектов Российской Федерации и оценки значимости произошедших в последние годы социально-экономических изменений с точки зрения достижения сокращения сложившегося разрыва в сравнении с другими территориями страны.

Являясь в советский период крупнейшим несырьевым аграрно-индустриальным регионом со значительной долей оборонной промышленности и машиностроения, в переходные 90-е годы XX века Алтайский край оказался в неблагоприятной экономической ситуации, усугубляющейся его периферийным географическим положением. Результатом стало резкое снижение вклада края в экономику страны и падение уровня его социально-экономического развития.

По данным 2017 года, Алтайский край занимал 1% от общей площади территории страны и 1,6% от численности населения РФ, обеспечивая при этом вклад валового регионального продукта лишь на уровне 0,7%, а долю в общем поступлении налогов, сборов и других обязательных платежей в бюджетную систему РФ в размере 0,5% от общероссийских показателей [3]. Отмеченное является свидетельством низкого использования потенциала края, определяя его невысокое место по основным социально-экономическим параметрам (рисунок 1).

Из всех представленных на рисунке социально-экономических показателей только по уровню занятости в 2004 году Алтайский край входил в шестой десяток российских регионов, однако именно по этому индикатору имело место и самое серьёзное «проседание». Отсутствие на федеральном уровне действенных мер регионального экономического развития привело к тому, что за тринадцать лет край по уровню занятости переместился с 51 на 75 место в общероссийском рейтинге.



Рис. 1. Место, занимаемое Алтайским краем по основным социально-экономическим показателям [составлено по 7]

По остальным показателям край занимал место в седьмом-восьмом десятке, являясь, таким образом, малопривлекательным для жизни регионом. При этом, если к докризисному 2007 году по некоторым показателям (ВРП на душу населения, инвестиции в основной капитал на душу населения, ввод в действие жилых домов на 1000 человек населения, среднедушевые доходы) и произошло улучшение на общероссийском фоне, то к 2017 году оно было нивелировано (за исключение среднедушевых доходов). Причём характерно, что для отдельных индикаторов место края в общероссийском рейтинге в 2017 году оказалось ниже 2004 года.

Наиболее плачевное положение регион занимает по величине среднемесячной номинальной заработной платы. Так, в 2004 году Алтайский край по данному индикатору замыкал восьмой десяток российских регионов, при этом место края по средней заработной плате явно не соответствует его вкладу в валовый продукт. К 2017 году ситуация ещё более ухудшилась: край оказался в аутсайдерах, заняв третье место с конца среди российских субъектов Федерации после Карачаево-Черкесской республики (84 место) и Дагестана (85 место) [3].

Отрыв в доходах и заработной плате населения Алтайского края от других субъектов РФ довольно существенный (таблица 1).

В 2017 году в среднем по России денежные доходы более чем на 40% превышали среднедушевые доходы в Алтайском крае, а разрыв в средней заработной плате был ещё больше – 74%, что свидетельствует о наибольшей дискриминации именно работающего населения края.

Таблица 1

Соотношение среднедушевых доходов и средней заработной платы Алтайского края с другими регионами РФ в 2017 году [рассчитано по 3]

Показатель	Среднедушевые денежные доходы (в месяц), руб.	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, руб.
Соотношение среднего показателя по России с показателем Алтайского края	1,42	1,74
Соотношение лучшего значения по РФ с показателем Алтайского края	3,24	4,04

Если же оценивать уровень дифференциации в сравнении с наиболее богатыми регионами страны, то сложившиеся территориальные диспропорции не могут не вызывать серьезное беспокойство. В 2017 году первое место по среднедушевым денежным доходам занимал Ямало-Ненецкий автономный округ. Уровень доходов в этом регионе превышал значение аналогичного показателя Алтайского края более чем в три раза, а среднего показателя по России – в 2,3 раза [3]. По среднемесячной номинальной начисленной заработной плате лидировал Чукотский автономный округ с отрывом от показателя Алтайского края более чем в четыре раза, а от среднероссийского – более чем в два раза. Учитывая наличие внутрорегиональной дифференциации в доходах и заработной плате, доходы наиболее обеспеченной части населения богатых регионов и малоимущих слоев населения бедных регионов могут отличаться на порядок, при этом в последние годы не наблюдается признаков сглаживания указанных диспропорций.

Низкие доходы населения края обеспечивают и большую долю малоимущего населения в сравнении со средними показателями по России. Так, если в 2017 году удельный вес населения с доходами ниже прожиточного минимума в России составлял 13,2%, то в Алтайском крае он достигал 17,5% [3].

Следствием указанных процессов стала угроза обезлюживания Алтайского края ввиду существенного сокращения численности его населения, что особенно опасно, если учитывать его приграничное географическое положение. Если еще в конце прошлого века численность населения края насчитывала почти 2,7 млн. человек, то «к началу 2018 года оно не дотягивало уже до 2,4 млн. человек» [1]. Как показано в работе [1], «именно низкие заработные платы, уровень жизни и другие социально-экономические проблемы вынуждают людей покидать пределы края, перебираясь в регионы с более высокими социально-экономическими характеристиками».

Отрицательный межрегиональный миграционный прирост в Алтайском крае на протяжении почти двух десятилетий, который не покрывается имеющим место в отдельные периоды миграционным притоком,

обусловленным обменом с зарубежными странами, свидетельствует об устойчивом некомпенсируемом характере межрегиональной миграции в крае [там же]. Всё это способствует сокращению численности трудоспособного населения края и росту демографической нагрузки, образуя порочный круг нарастания социально-экономических разрывов.

В этой связи следует отметить, что декларированная в 2018 году Президентом РФ [5] национальная цель, предусматривающая для осуществления прорывного научно-технологического и социально-экономического развития вхождение РФ в число пяти крупнейших экономик мира, обуславливает необходимость преодоления пагубной тенденции стягивания экономики в центральные районы страны и, соответственно, решения проблемы межрегиональных разрывов.

Учитывая низкие стартовые позиции «бедных» регионов, к которым относится и Алтайский край, для исполнения Указа Президента такие регионы должны развиваться ускоренными темпами, что требует кардинального пересмотра региональной политики. Именно условие опережающего развития территорий с низким социально-экономическим уровнем и нашло отражение в «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» [4] в качестве одного из приоритетов.

В этой связи представляется интересным рассмотреть произошедшие с момента провозглашения национальных целей и стратегических задач в майском Указе Президента социально-экономические изменения в крае и оценить их соответствие обозначенным целевым ориентирам.

Социально-экономическое положение страны и отдельных регионов определяется развитием промышленного производства. На рисунке 2 представлены темпы роста промышленности за 2018 год и январь-ноябрь 2019 года по РФ и Алтайскому краю (АК), сложившиеся значения которых не позволяют признать их отвечающими обозначенной национальной цели.

Прирост промышленного производства в Алтайском крае в 2018 году на уровне 0,5% существенно отстаёт от довольно низкого среднего показателя по России (2,9%) и скорее может быть охарактеризован как статистическая погрешность. В 2019 году российская промышленность оставалась в стагнации, а её рост в крае по-прежнему существенно отставал от среднероссийского значения. Сравнительный анализ темпов роста промышленного производства свидетельствует, что они не только не способствуют повышению рейтинга России в мировой экономике, но и ведут к нарастанию поляризации в региональном развитии.

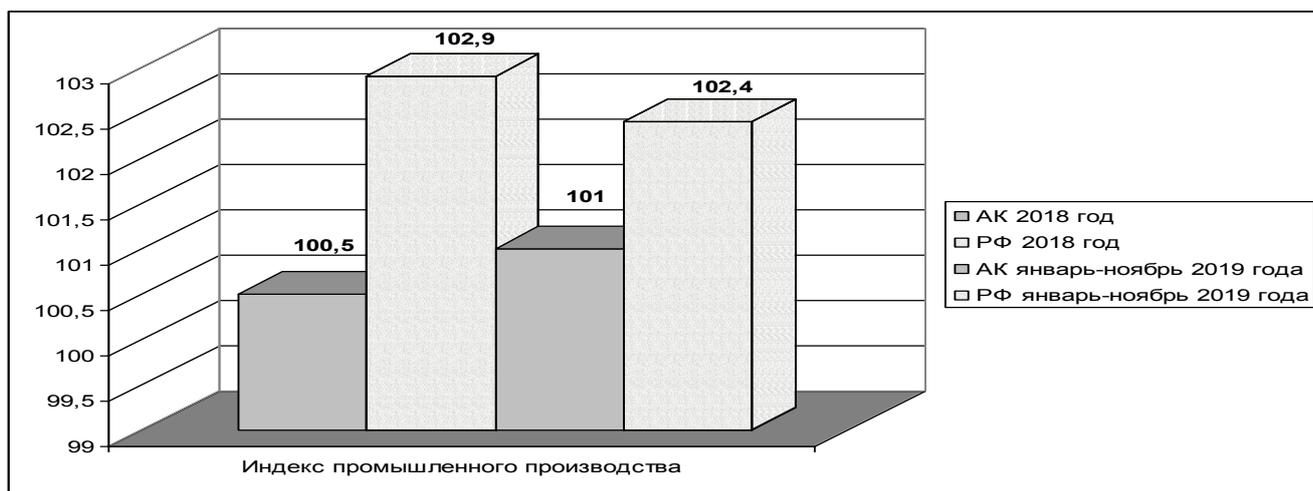


Рис. 2. Индексы промышленного производства по РФ и Алтайскому краю, % [составлено по 6; 8]

Если рассматривать обрабатывающий сектор, то за анализируемый период он рос ещё более низкими темпами в сравнении со всей российской промышленностью (рисунок 3).

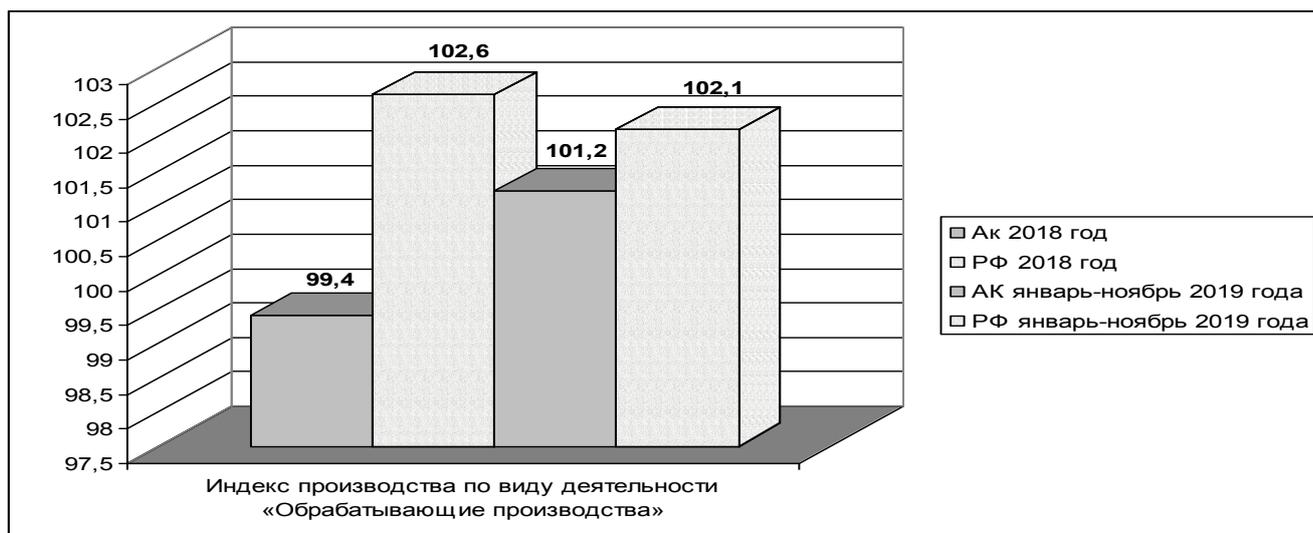


Рис. 3. Индексы производства по виду деятельности «Обрабатывающие производства» по РФ и Алтайскому краю, % [составлено по 6; 8]

Обращает на себя внимание факт как отставания темпов роста обрабатывающей промышленности Алтайского края от РФ, так и негативной её динамики в 2018 году, что подтверждает вывод об усилении разницы в экономическом развитии регионов страны.

Слабый с отсутствием признаков ускорения рост промышленности края, существенно отстающий от среднероссийских показателей, ведёт к падению покупательной способности населения, что выражается в замедлении роста оборота розничной торговли (рисунок 4).

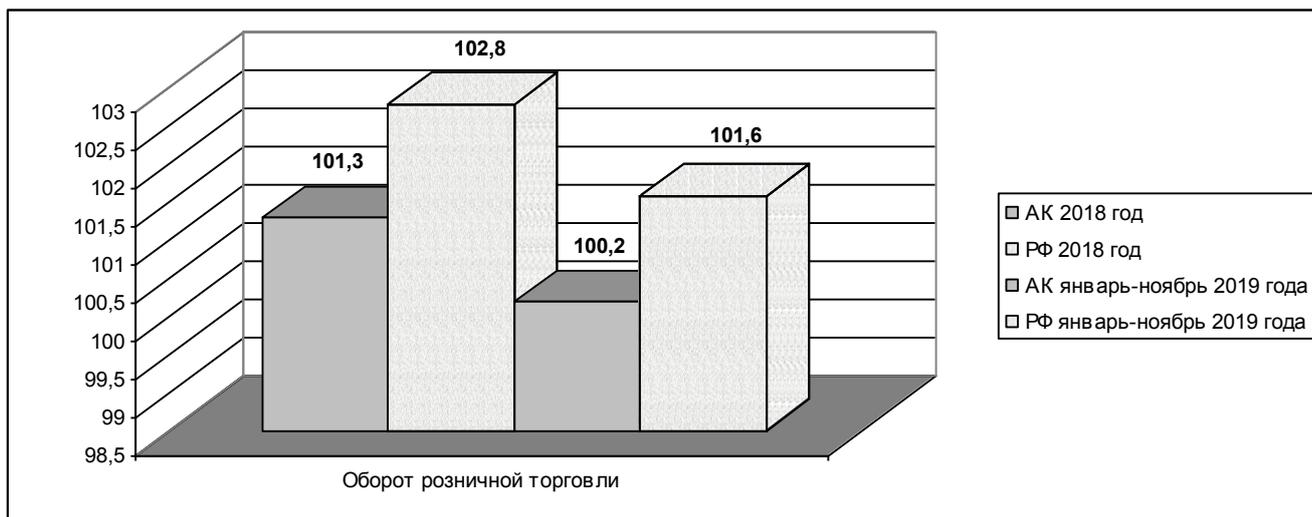


Рис. 4. Индексы оборота розничной торговли по РФ и Алтайскому краю, %  
[составлено по 6; 8]

Если в целом по России оборот розничной торговли в 2018 году хоть и незначительно, но увеличился (на 2,8%), то в Алтайском крае его прирост был более чем в два раза медленнее (1,3%). За 11 месяцев 2019 года увеличение розничного товарооборота в крае составило символические 0,2%, что существенно отклоняется от среднего показателя по стране.

На фоне представленных выше показателей довольно сомнительными представляются официальные статистические данные, характеризующие соотношение динамики среднемесячной заработной платы одного работника по России и краю (рисунок 5).

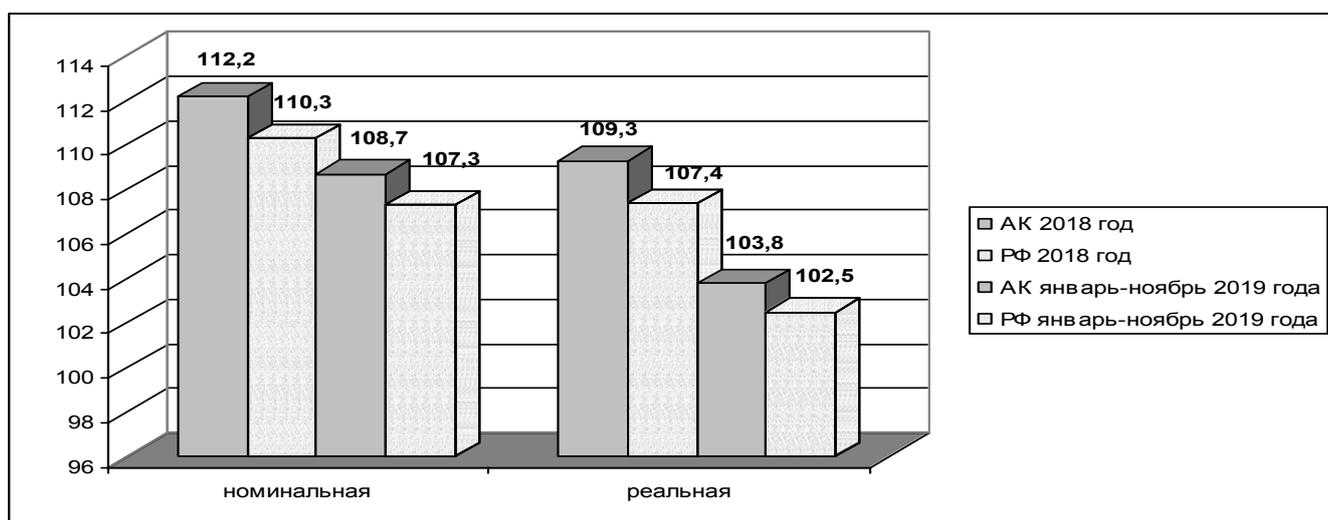


Рис. 5. Индексы роста среднемесячной начисленной заработной платы одного работника по РФ и Алтайскому краю, % [составлено по 6; 8]

Согласно официальным данным Федеральной службы государственной статистики, номинальная и реальная средняя заработная плата одного

работника в Алтайском крае за рассматриваемый период росла быстрее чем в среднем по России. Так, увеличение реальной начисленной среднемесячной заработной платы в крае составило 9,3% за 2018 год и 3,8% за 11 месяцев 2019 года против 7,4% и 2,5% за соответствующие периоды по России в целом. Как уже отмечалось выше, такое соотношение в динамике заработной платы не вытекает из соотношения динамики других экономических показателей, но даже если принять эти данные за реальный факт, следует отметить, что, учитывая сложившийся уровень разрывов (таблица 1), для преодоления дифференциации в доходах региона и приближения их к средним российским значениям темпы роста средней заработной платы в Алтайском крае должны в 3-5 раз превышать темпы роста аналогичного показателя по России.

Подтверждением того, что указанного соотношения в динамике средней заработной платы по краю и стране недостаточно, чтобы остановить негативные демографические процессы в регионе, служат данные о естественной и миграционной убыли населения (таблица 2).

Таблица 2

Демографические показатели Алтайского края [8]

Показатель	2018 год	Январь–октябрь 2019 года
Естественная убыль населения, чел.	-9856	-9598
Миграционное снижение населения, чел.	-7411	-1907
Общее сокращение численности населения, чел.	-17267	-11505

Всего за 2018 год и десять месяцев 2019 года численность населения края сократилась почти на 29 тыс. человек. В 2018 году превышение смертности над рождаемостью составило около 10 тыс. человек, ещё более 7 тыс. человек край потерял в результате некомпенсируемой миграции. За январь-октябрь 2019 года почти 2 тыс. человек край лишился в результате миграционного оттока, естественная убыль обусловила сокращение населения края за этот периода более чем на 9,5 тыс. человек. При этом в отношении естественной убыли населения имеет место её нарастание: так, только за 10 месяцев 2019 года естественная убыль составила 97% от её общей величины за 2018 год.

Объективности ради следует отметить, что сложная демографическая ситуация характерна не только для бедных регионов, подобных Алтайскому краю, но и для всей страны. Так, несмотря на декларированную в майском Указе 2018 года Президентом РФ национальную цель [5] обеспечить устойчивый естественный рост численности населения, в последовавшем вслед за этим периоде имела место ярко выраженная нарастающая естественная убыль. В 2018 году она составила 218,4 тыс. человек, на 63% превысив уровень предыдущего года, а только за 11 месяцев 2019 года достигла 285,7 тыс.

человек, что на 30% больше чем за весь 2018 год и почти на 44% – чем за соответствующий период предыдущего года [6].

Однако в отличие от ситуации в Алтайском крае, где естественная убыль усиливается миграционным оттоком, по России в целом естественные потери населения частично компенсируются миграционным приростом. В 2018 году такая компенсация составляла 57%, а за 10 месяцев 2019 года – 90% [6].

Таким образом, изменения, произошедшие в основных социально-экономических параметрах как по России в целом, так и по Алтайскому краю за период с момента провозглашения майского Указа Президента РФ 2018 года, нельзя признать отвечающими обозначенной национальной цели, предполагающей вхождение РФ в число пяти крупнейших экономик мира.

В свете рассматриваемых проблем мы полагаем, что достижение поставленной Президентом РФ цели во многом предполагает кардинальное изменение региональной политики в сторону смещения региональной проблематики на федеральный уровень. Признавая детерминированность территориальных неравенств природными условиями, составом и количеством запасов полезных ископаемых, количеством трудовых ресурсов и др. объективными факторами, следует, однако, указать на наличие позитивного опыта нивелирования межрегиональных различий и сбалансированного регионального развития в советский период. Именно этот исторический отрезок времени продемонстрировал, что такие факторы, как природные ресурсы или удалённость от центра, могут иметь второстепенное значение, а экономическое положение региона может обеспечиваться уровнем развития промышленности, транспорта и строительства посредством прямого государственного участия. Опыт же последних десятилетий свидетельствует, что именно отказ государства от активной роли в решении региональных проблем привёл к резкому усилению социально-экономической поляризации регионов, обеспечив такую пространственную организацию экономической деятельности, при которой жители разных регионов страны имеют сильно различающиеся возможности желаемого благосостояния. При этом попытки устранения разного вида сложившихся разрывов при разработке перспектив развития конкретного региона вне учёта общероссийских интересов зачастую инициируют появление новых диспропорций и противоречий.

#### Список использованной литературы

1. Асканова О.В. Проблемы подготовки и закрепления управленческих кадров в Алтайском крае в условиях некомпенсируемой межрегиональной миграции // Экономическое развитие региона: управление, инновации, подготовка кадров [Текст]: материалы V Международного экономического форума / под ред. д.э.н. С. В. Лобовой, д.э.н. С. Н. Бочарова. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2018. – С. 15-27.

2. Путин: пришло время менять региональную политику в России // Общественно-политическая газета «Президент» [Электронный ресурс]. URL:

<http://prezidentpress.ru/news/4214-putin-prishlo-vremya-menyat-regionalnuyu-politiku-v-rossii.html> (дата обращения: 12.02.2020).

3. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2018: Стат. сб. / Росстат. – М., 2018. –1162 с.

4. Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утверждённая распоряжением Правительства РФ от 13 февраля 2019г., №207-р. [Электронный ресурс]. URL: <http://static.government.ru/media/files/UVAIqUtT08o60RktoOXI22JjAe7irNxc.pdf> (дата обращения: 28.02.2020)

5. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. №204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027> (дата обращения: 24.10.2019).

6. Федеральная служба государственной статистики. Информационно-аналитические материалы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gks.ru/compendium> (дата обращения: 01.02.2020).

7. Федеральная служба государственной статистики. Регионы России. Социально-экономические показатели. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.perepis-2020.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1138623506156](http://www.perepis-2020.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156) (дата обращения: 14.02.2020).

8. Федеральная служба государственной статистики. Социально-экономическое положение Алтайского края [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru/region/doc1101/Main.htm> (дата обращения: 20.02.2020).

ББК 332.1; 303.722.4; 311.15 (571.61)

## ГРУППИРОВКА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ПО УРОВНЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

*А.В. Васильева*

*ФГБОУ ВО «Амурский государственный университет»*

*г. Благовещенск, Россия*

Аннотация: В статье представлены результаты статистического анализа регионов Российской Федерации по уровню устойчивого развития экономики. Для определения устойчивости рассчитывались такие статистические показатели, как коэффициент вариации и темп роста. Анализ показал, что в период 2000 - 2005 гг. субъекты Российской Федерации являлись неоднородными по уровню валового регионального продукта на душу населения. С каждым последующим периодом однородность регионов увеличивалась. В 2012-2017 гг. все регионы страны стали однородными по изучаемому показателю. Кластерный анализ 79 субъектов Российской Федерации позволил определить группы регионов, лидирующие и отстающие в устойчивом развитии экономики и проиллюстрировать степень их конкурентоспособности. Показано место Амурской области в рейтинге регионов по устойчивому развитию.

Неравномерность распределения природно-климатических ресурсов по территории страны, высокая протяженность территории России, дифференциация уровня социально-экономического развития субъектов Российской Федерации, различные стартовые условия развития регионов предопределяют необходимость изучения проблемы устойчивости и конкурентоспособности территории на региональном уровне.

Согласно «Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» устойчивое развитие Российской Федерации основывается на обеспечении устойчивого развития всех регионов, в нее входящих [1]. Такое рассмотрение вопроса позволяет оценить уровень вариации отдельных социально-экономических показателей развития региона, определить наличие зависимости устойчивости и конкурентоспособности конкретного региона, выполнить группировку регионов по уровню устойчивости развития отдельных статистических показателей, определить регионы со схожими траекториями развития.

### **Теоретико-методические аспекты устойчивого социально-экономического развития региона**

В литературе рассматриваются различные трактовки понятия «устойчивое развитие региона». В «Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» устойчивое развитие территории связывается со сбалансированным решением проблем социально-экономического развития региона, сохранением благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала, удовлетворением потребностей как настоящего, так и будущего поколения людей [1].

В «Концепции» [1] представлены целевые ориентиры устойчивого развития регионов России, в качестве которых рассматриваются показатели, характеризующие качество жизни населения, уровень экономического развития и экологического благополучия. При этом уточняется, что определяющими показателями качества жизни могут являться: ожидаемая продолжительность жизни человека, уровень заболеваемости населения, экологическая обстановка в регионе, уровень образования населения, доход региона (измеряемый валовым внутренним продуктом на душу населения), уровень занятости.

Впервые термин «устойчивое развитие» был озвучен в конце 80-х гг. XX века. В результате нерационального использования природных ресурсов их запасы стали сокращаться. В связи с этим появилась необходимость разработки природоохранных мероприятий, направленных на сохранение и наращивание природного богатства [2, с. 111].

В настоящее время понятие «устойчивое развитие», как правило, используется для характеристики непрерывного, поступательного социально-экономического развития региона на основе экономического роста и повышения уровня жизни населения [3, с. 30]. Такое понимание появилось в период перехода страны на рыночные отношения, когда появились такие

явления, как инфляция, безработица, стагнация, другими словами, произошло нарушение устойчивости развития макроэкономических показателей. Тогда-то и появилось понимание устойчивого развития региона и страны как выход из экономического кризиса, а также обеспечение социально-экономической стабильности в регионе, увеличение реальных доходов населения страны, подъем производства товаров и услуг [3, с. 32].

О. Дрейер и В. Лось приводят следующее определение термина «устойчивое развитие»: «это экономический рост, обеспечивающий удовлетворение материальных и духовных потребностей как настоящих, так и будущих поколений, при сохранении равновесия исторически сложившихся экосистем; основание «устойчивой цивилизации» [2, с. 120].

Экспертами Всемирного банка понятие «устойчивое развитие» сформулировано так: «управление совокупным капиталом общества в интересах сохранения и приумножения человеческих возможностей» [2, с. 143].

Главная полемика в мировой экономической науке относительно понятия «устойчивое развитие», в основном, ведется в области поиска средств достижения поставленной цели: обеспечения устойчивого развития общества с сохранением имеющихся ресурсов [4, с. 35].

Теоретически устойчивость может быть определена только в контексте процесса (действия). Процесс называется устойчивым в случае, когда он может продолжаться конкретный период времени. При возрастании вероятности прерывания данного процесса его устойчивость в функциональной зависимости снижается. Таким образом, процесс характеризуется как устойчивый, если он будет продолжаться со временем, на уровне, как минимум, не ниже исходного, при этом должно наблюдаться качественное изменение (улучшение) показателей. Условно модель устойчивого развития можно представить в виде движения по лестнице вверх [2].

Между понятиями «устойчивое развитие» и «конкурентоспособность региона» существует тесная взаимосвязь, данные понятия выступают как две стороны одной медали.

Конкурентоспособность является фактором устойчивого развития региона [5, с. 70]. Конкуренция за ограниченные ресурсы побуждает регионы к обеспечению на своей территории высокого экономического роста, достойного уровня и качества жизни населения, развития инфраструктуры, обеспечения экономической безопасности и благоприятной экологической обстановки. Соответственно, высокий уровень конкурентоспособности региона будет проявляться в поступательном увеличении социально-экономических показателей деятельности региона, тем самым определять его устойчивое развитие.

Следует отметить, что существует различие мнений по соотношению понятий конкурентоспособность и устойчивое развитие. Одни рассматривают конкурентоспособность как фактор устойчивого развития, другие – устойчивое развитие как показатель конкурентоспособности, третьи их отождествляют. На

наш взгляд, наряду с инновациями и экономической безопасностью конкурентоспособность является основой устойчивого развития региона [5, 6, 7].

### **Методы оценки устойчивости социально-экономического развития региона**

Для проведения оценки устойчивости социально-экономического развития региона используется большое разнообразие статистических методов.

Статистические методы включают оценку числовых характеристик случайных величин. Одним из таких способов являются расчет дисперсии, характеризующей колеблемость значений рассматриваемого признака вокруг средней величины. Использование такого подхода к оценке устойчивости социально-экономических систем позволяет оценить степень «разбросанности» показателей социально-экономического развития вокруг среднего значения: чем больше дисперсия, тем меньше устойчивость.

Другая группа методов оценки устойчивости основана на использовании интегральных критериев. Как правило, авторы предлагают показатели развития региона разделить на несколько групп: экономические, социальные, экологические, что соответствует целевым ориентирам устойчивого развития, изложенным в Концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию. В каждой группе выполняется проверка устойчивости, затем результаты объединяются с помощью интегрального критерия, значение которого должно удовлетворять определенным требованиям. Если данное требование выполняется, то социально-экономическое развитие считается устойчивым [8, с.118].

Наиболее часто устойчивость измеряется с помощью расчета коэффициента вариации. В общем виде под вариацией признака понимают количественные изменения значений признака при переходе от одной единицы к другой. Под коэффициентом вариации понимается процентное отношение среднего квадратического отклонения к средней арифметической величине признака. Чем меньше вариация, тем более однородна совокупность.

В рамках общей теории статистики, излагаемой большинством российских и некоторых зарубежных специалистов, значимость и адекватность коэффициента вариации как меры однородности изучаемой совокупности не подвергается сомнению и не дискутируется [9, с. 14]. Условие, при котором его пороговое значение (30-33%) определяет грань между состоянием однородности и неоднородности, принимается в качестве аксиомы. Таким образом, коэффициент вариации выступает ключевым критерием для оценки степени неравенства регионов устойчивости социально-экономического показателя.

Если необходимо изучить развитие какого-либо показателя, то для этой цели применяются показатели динамики. При этом широко используются как абсолютный прирост, так и темп роста и темп прироста.

Таким образом, использование статистических методов позволяет рассчитать изменение значений признака вокруг средней величины, динамику рассматриваемых показателей.

#### **Анализ устойчивости региональных экономик**

В ходе проведенного анализа были рассчитаны коэффициенты вариации для регионов Российской Федерации. В качестве результативного показателя развития регионов выбран валовой региональный продукт на душу населения. В официальной статистической информации ВРП на душу населения представлен за 18 лет с 2000 г. по 2017 г. [10]. Для изучения динамики коэффициент вариации был рассчитан по трем периодам: за 6 лет. В табл. 1 представлены коэффициенты вариации и средние темпы роста по федеральным округам Российской Федерации.

Таблица 1 - Динамика коэффициента вариации и среднего темпа роста по федеральным округам Российской Федерации

Регион	Коэффициент вариации, %			Средний темп роста, %		
	2000 г.- 2005 г.	2006 г.- 2011 г.	2012 г.- 2017 г.	2000 г.- 2005 г.	2006 г.- 2011 г.	2012 г.- 2017 г.
Центральный федеральный округ	42,26	21,00	13,00	127,9	114,9	108,1
Северо-Западный федеральный округ	40,39	24,12	16,33	126,4	116,9	109,0
Южный федеральный округ	34,65	25,51	11,86	123,6	118,3	107,3
Северо-Кавказский федеральный округ	34,10	25,19	13,31	123,1	117,4	108,4
Приволжский федеральный округ	34,86	22,05	11,73	122,8	115,3	107,1
Уральский федеральный округ	44,66	17,21	13,48	129,7	111,1	108,2
Сибирский федеральный округ	37,78	21,79	13,83	124,2	114,7	108,3
Дальневосточный федеральный округ	34,05	30,78	13,69	123,1	121,0	107,8
<i>Справочно:</i>						
Российская Федерация	39,43	21,71	13,03	126,0	115,1	107,9
Амурская область	34,55	30,34	10,63	125,6	119,7	103,5

Данные табл. 1 показывают, что в период 2000-2005 гг. федеральные округа России являлись неоднородными по уровню валового регионального продукта на душу населения. С каждым рассматриваемым периодом однородность

регионов увеличивалась. В 2012-2017 гг. все федеральные округа России были однородными по рассматриваемому показателю, соответственно, устойчивыми, т.к. значение коэффициента вариации зафиксировано меньше 33 %. Если рассмотреть средний темп роста изучаемых федеральных округов, то можно заметить, что средний темп роста за рассматриваемый период снизился в целом по России с 126 % до 107,9, т.е. на 18,1 п.п. Соответственно, ни о каком устойчивом развитии регионов Российской Федерации говорить не приходится. Наоборот, темпы социально-экономического развития регионов России за последние 6 лет замедлились.

Далее выполнен кластерный анализ регионов России по коэффициенту вариации и среднему темпу роста валового регионального продукта на душу населения за период 2012-2017 гг. Типологические группы формировались по 79 субъектам Российской Федерации. Результаты проведенного кластерного анализа представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Типологические группы регионов Российской Федерации за 2012 – 2017 гг.

№ группы	Состав регионов	Средний коэффициент вариации за 2012 г. -2017 г., %	Средний темп роста за 2012 г. -2017 г., %
1	Забайкальский край, Волгоградская область, Ленинградская область, Пермский край, Алтайский край, Ивановская область, г. Москва, Республика Алтай, Саратовская область, Приморский край, Белгородская область, Тюменская область, Смоленская область, Свердловская область, Республика Татарстан, Курганская область, Рязанская область, Краснодарский край, Самарская область, Ульяновская область, Курская область	От 11,02 до 15,52	От 106,5 до 109,3
	Итого 21 регион	12,32	107,36
2	Вологодская область, Калужская область, Псковская область, Республика Марий Эл, Тверская область, Республика Адыгея, Владимирская область, Удмуртская Республика, Кемеровская область, Калининградская область, Московская область, Новосибирская область, Нижегородская область, Кировская область, Орловская область, Республика Тыва, Хабаровский край, Воронежская область, Ставропольский край, Брянская область, Тамбовская область, Пензенская область,	От 12,98 до 16,51	От 107,7 до 110,2

№ группы	Состав регионов	Средний коэффициент вариации за 2012 г. -2017 г., %	Средний темп роста за 2012 г. -2017 г., %
	Ярославская область, Республика Хакасия, Красноярский край, Республика Дагестан, Республика Карелия, Республика Мордовия, Иркутская область		
	Итого 29 регионов	14,92	108,84
3	Амурская область, Республика Бурятия, Республика Башкортостан, Сахалинская область, Чувашская Республика, Республика Коми, Карачаево-Черкесская Республика, Кабардино-Балкарская Республика, Костромская область, Еврейская автономная область, Республика Северная Осетия – Алания, Оренбургская область, Омская область, Республика Ингушетия, Томская область	От 6,97 до 11,81	От 103,5 до 106,2
	Итого 15 регионов	9,02	105,04
4	Чукотский автономный округ, г. Санкт-Петербург, Челябинская область, Ростовская область, Камчатский край, Новгородская область, Мурманская область, Архангельская область, Республика Саха (Якутия), Липецкая область	От 17,09 до 19,66	От 109,1 до 111,4
	Итого 10 регионов	18,12	110,18
5	Тульская область, Республика Калмыкия, Астраханская область	От 20,75 до 22,22	От 112,9 до 114,9
	Итого 3 региона	21,36	113,87
6	Магаданская область	27,67	116,3
	Итого 1 регион	27,67	116,3
	В среднем по совокупности	17,23	110,26

С помощью кластерного анализа 79 субъектов Российской Федерации разделены на 6 групп. Самой многочисленной оказалась вторая группа регионов, куда вошли 29 регионов, что составляет 36,71 % от всей совокупности. Данные регионы характеризуются коэффициентом вариации и темпом роста ниже среднего по всей совокупности.

Лидирующие позиции по устойчивости значения валового регионального продукта на душу населения занимают регионы третьей группы, куда входят 15 регионов, что составляет 19,99 % от всей совокупности. В указанной группе

коэффициент вариации имеет наименьшее значение, в среднем по группе 9,02 %. При этом темп роста ВРП на душу населения также является минимальным, в среднем 105,04 %. Темпы роста показывают, что экономика регионов третьей группы развивалась медленнее других регионов. К данному типу регионов относится Амурская область. Несмотря на то, что регион занимает приграничное положение с Китаем, в связи со строительством космодрома развивает космическое направление, строит газоперерабатывающий завод, данные виды деятельности еще не позволили региону ускорить темпы экономического развития.

В более выгодном положении находятся регионы четвертой группы, таких регионов 10 или 12,66 % от всей совокупности. Данные регионы, среди которых Чукотский автономный округ, Ростовская область, Камчатский край и другие, имеют коэффициент вариации и темп роста равные или выше среднего значения по всей совокупности. Экономика рассматриваемых регионов невысокими темпами, но все же развивается.

Регионы пятой группы существенно отличаются от других регионов по показателям устойчивого развития. Средние темпы роста рассматриваемых регионов выше среднероссийских и составляет 113,87 %. Также коэффициент вариации показывает большую колеблемость ВРП на душу населения за 2012 г. - 2017 г. Всего три региона Российской Федерации (Тульская область, Республика Калмыкия, Астраханская область) имеют высокую конкурентоспособность в устойчивом развитии.

Лидером рейтинга конкурентоспособности в области устойчивого развития является Магаданская область, которая имеет самый высокий темп роста валового регионального продукта на душу населения за рассматриваемый период.

### **Заключение**

1. Устойчивое развитие территории связывается со сбалансированным решением проблем социально-экономического развития региона, сохранением благоприятной окружающей среды и природно-ресурсного потенциала, удовлетворением потребностей населения.

2. Целевыми ориентирами устойчивого развития регионов России рассматриваются показатели, характеризующие качество жизни населения, уровень экономического развития и экологического благополучия.

3. Между понятиями «устойчивое развитие» и «конкурентоспособность региона» существует тесная взаимосвязь. Наряду с инновациями и экономической безопасностью конкурентоспособность является основой устойчивого развития региона.

4. Ключевыми критериями для оценки степени неравенства регионов по устойчивости социально-экономического развития выступают коэффициент вариации и темп роста.

5. Анализ показал, что в 2000-2005 гг. наблюдалось большее различие регионов Российской Федерации по размеру валового регионального продукта

на душу населения. С каждым последующим периодом регионы России становились более однородные по ВРП на душу населения.

6. Расчет показателей динамики показал, что субъекты Российской Федерации замедлили темпы экономического развития в 2012 -2017 гг.

7. Кластерный анализ показал, что всего 4 региона России имеют высокую конкурентоспособность и устойчивые темпы экономического развития.

#### Список использованной литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 01.04.1996 г. № 440 «О концепции перехода Российской Федерации к устойчивому развитию» <http://www.kremlin.ru/acts/bank/9120>

2. Научно-методологическое обеспечение управления устойчивым развитием региона : монография / под ред. д.э.н., доцента Ю.П. Майданевич, к.и.н., доцента Н.И. Твердохлебова; ФГАОУ ВО КФУ им.В.И. Вернадского. – Симферополь: ДИАЙПИ, 2017. – 371 с.

3. Золотухина А.В., Карачурина Г.Г., Путенихина Е.В.. Инновационная конкурентоспособность региона и ее влияние на устойчивость экономического развития // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. - № 21 (156). – С. 29-34.

4. Пыжев А.И., Сырцова Е.А., Пыжева Ю.И., Зандер Е.В. Совершенствование статистики устойчивости развития российских регионов // Вопросы статистики. 2019; 26(5): 33-42. <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2019-26-5-33-42>

5. Мингалёва Ж. А., Гершанок Г.А. Устойчивое развитие региона: инновации, экономическая безопасность, конкурентоспособность // Экономика региона. – 2012. – №3. – С. 68-77

6. Калмыкова Л.Б. Оценка устойчивого социально-экономического развития региона с использованием коэффициентов эластичности // Статистика и Экономика. 2013; (3): 34-37. <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2013-3-34-37>

7. Печаткин В.В. Финансовая устойчивость и конкурентоспособность региона: методологические и прикладные аспекты оценки // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2013. – № 42 (180). – С. 19-27.

8. Токов Р.Р. Взаимосвязь устойчивости российской промышленности и национальной экономики // Статистика и Экономика. 2015; (1): 117-120. <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2015-1-99-105>

9. Бериков В.Б., Белова Т.И., Лосева А.В. Анализ устойчивости типологии российских регионов по показателям возможностей достижения финансовой самостоятельности. Вопросы статистики. 2015;(12):9-26. <https://doi.org/10.34023/2313-6383-2015-0-12-9-26>

10. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: Стат. сб. / Росстат. – М., 2019. – 1204 с.

РЕАЛИЗАЦИЯ ФЕДЕРАЛЬНОГО ПРОЕКТА  
«ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ»  
(БЛАГОУСТРОЙСТВО ОБЩЕСТВЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ Г. БАРНАУЛА)

*Г. А. Ерохина*

*Алтайский государственный университет, г. Барнаул*

По итогам заседания президиума Совета при Президенте России по стратегическому развитию и приоритетным проектам 21 ноября 2016 года утверждён паспорт приоритетного проекта по основному направлению стратегического развития Российской Федерации «Формирование комфортной городской среды».

Ключевая цель проекта – обеспечить комплексное развитие современной городской инфраструктуры на основе единых подходов.

Срок реализации проекта: с ноября 2016 года по февраль 2021 года (включительно).

В рамках реализации проекта муниципальные образования должны будут формировать и реализовать пятилетние комплексные программы по благоустройству городов и поселений с учётом рекомендаций Минстроя России.

В целом реализация данного приоритетного проекта предусматривает более активное участие граждан в формировании и реализации муниципальных программ по благоустройству.

На территории города Барнаула в целях повышения качества и комфорта городской среды, создания благоприятных условий для жизнедеятельности населения утверждена муниципальная программа «Формирование современной городской среды города Барнаула» на 2018 - 2024 годы (далее – программа).

Основными задачами программы является:

- повышение уровня благоустройства дворовых территорий города;
- повышение уровня благоустройства общественных территорий города;
- повышение уровня благоустройства территорий города, находящихся в ведении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

В рамках программы запланировано благоустройство 58 общественных территорий.

В 2017 году проведены работы на 3 территориях общего пользования: набережная реки Оби, Нагорный парк (1 очередь), территория, прилегающая к Знаменскому монастырю. Общая сумма денежных средств, выделенная на благоустройство общественных территорий, в 2017 году была равна 1,073 млн рублей.

В период с 2018 по 2019 год за счет средств федерального, краевого и городского бюджета благоустроено 9 общественных территорий (пешеходная зона по ул. Мало-Тобольская, сквер Адмирала Кузнецова, аллея Ленинградская, площадь Мира, Нагорный парк (2 очередь), аллея по ул. Г.Исакова

от ул. Матросова до ул. Северо-Западная,2-я, аллея по ул. Г.Исакова от ул. Северо-Западная,2-я до ул.Малахова, сквер по адресу: ул. Панфиловцев,22, сквер Химиков) и 2 территории за счет внепрограммных денежных средств (сквер, расположенный по адресу: Павловский тракт,1а, пешеходная зона, расположенная по пр-кту Социалистическому, от пр-кта Строителей до ул. Папанинцев). Стоимость выполнения работ по благоустройству составила -173,425 млн рублей.

Для реализации программы в 2020 году предусмотрены средства в размере – 49,681 млн рублей. Благоустроены 2 общественные территории: зеленая зона на пересечении ул. С.Ускова и ул.Взлетной, парк «Изумрудный».

01.10.2020 состоялась общественная комиссия по реализации муниципальной программы «Формирование современной городской среды» (далее – Общественная комиссия). Для проведения голосования по отбору общественных территорий, подлежащих благоустройству в рамках реализации муниципальных программ формирования современной городской среды, сформирован перечень общественных территорий, в который вошла 41 территория общего пользования.

Общая сумма для проведения работ по благоустройству общественных территорий на 2021 год составляет - 67 271 млн.рублей.

При исполнении программы определились следующие проблемы:

- в связи с поздними сроками доведения вышестоящих бюджетов невозможно проведение конкурсных процедур на определение подрядных организаций по благоустройству общественных территорий позднее запланированных сроков;

- выполнение работ по благоустройству общественных территорий, включая разработку проектно-сметной документации, по результатам конкурсных процедур недобросовестными подрядными организациями.

Нарушение сроков исполнения муниципальных контрактов подрядными организациями влечет увеличение нагрузки на специалистов в части проведения претензионной работы, а в случае отказа от добровольного погашения выставленных счетов – к судебным издержкам.

#### Список использованной литературы

1. Официальный сайт Правительства России [Электронный ресурс] – URL: <http://government.ru>.

2. Официальный сайт Министерства экономического развития Алтайского края [Электронный ресурс] – URL: <https://econom22.ru>

3. Официальный сайт города Барнаула [Электронный ресурс] – URL: <https://barnaul.org>.

4. Мищенко В.В., Королева Е.Н. К вопросу об определении термина «благоустройство» в современных условиях //Известия Алтайского государственного университета №2/1 2012.

5. Королева Е.Н. Некоторые вопросы нормативно-правовой базы сферы благоустройства муниципального образования сферы благоустройства //Вестник Алтайской Академии Экономики и права №4 (31) 2013.

УДК.332.14

## ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕХАНИЗМОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНСТИТУТОВ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОЙ СРЕДЫ ГОРОЖАН

*Е.Н.Королева*

*Алтайский государственный университет, г. Барнаул*

Аннотация: Ключевым стратегическим ресурсом любого города являются его жители. В современной динамично изменяющейся социально – экономической среде человеческий потенциал выходит на первый план. Практически все города мира развиты в части городской среды, культуры и инфраструктуры в точности настолько, насколько этого хотят и желают сами горожане. В этой связи особую важность приобретает наличие у каждого жителя города высокой мотивации к непосредственному участию в управленческих и иных процессах, направленных на улучшение своего места проживания, работы и отдыха.

Подпрограмма «Содействие развитию гражданского общества в городе Барнауле на 2015 – 2021 годы» стала логическим продолжением последовательной политики администрации города в сфере поддержки некоммерческого сектора.

Это уже четвертый программный документ, определяющий задачи, направленные на поддержку некоммерческого сектора.

В целях выполнения первой задачи по формированию эффективных механизмов привлечения институтов гражданского общества к участию в жизни города, продолжена практика проведения конкурсных процедур, результаты которых направлены на создание благоприятной среды для проживания населения.

Так, благодаря финансовой поддержке из бюджета города, впервые были установлены Молодежная Доска Почета и Доска Почета активистов ТОС.

Построено 80 площадок с современными игровыми и спортивными элементами, шесть сценических площадок, обустроены четыре футбольных поля, семь хоккейных коробок и мототрасса, установлены информационные доски, проведено более 1500 культурно-массовых и спортивных мероприятий.

Одним из факторов содействия развитию гражданского общества является создание условий для поощрения представителей некоммерческого сектора. Ежеквартально председатели органов ТОС получают денежные премии. И благодаря поддержке депутатского корпуса сумма премирования поэтапно увеличена на 57%.

Для развития института ТОС ежегодно проводится конкурс «Лучшее территориальное общественное самоуправление города Барнаула», призовой фонд которого составляет 400 тыс. рублей.

Новым подходом к стимулированию инициативных жителей стало

введение механизма поощрения председателей Советов многоквартирных домов. За вклад в развитие придомовых территорий поощрено 150 активистов.

Волонтерское движение постоянно расширяет свои границы. Ежегодно на территории города проводится более 320 различных акций и мероприятий.

Для поощрения добровольческих и волонтерских отрядов на протяжении семи лет проводится конкурс общественного признания «Доброволец года».

В 2019 году впервые добровольческие инициативы барнаульцев были отмечены в рамках Международного форума добровольцев, который состоялся в Сочи, где ТОС «Малаховский» Ленинского района был признан номинантом по итогам Всероссийского конкурса «Доброволец России».

С целью выполнения второй задачи по консолидации усилий разных секторов общества для активизации инициатив населения, продолжается развитие движения ТОС, которое в 2019 году отметило 30-летний юбилей.

Для изучения, обобщения и распространения положительного опыта работы органов ТОС, а также решения социально значимых вопросов ежеквартально проводятся заседания Координационного совета, в состав которого входят по одному председателю ТОС от каждого района города, депутат Барнаульской городской Думы, заместители глав районных администраций, руководители аппарата. Возглавляет Координационный совет заместитель главы города, руководитель аппарата Юрий Николаевич Еремеев.

Формат Координационного совета является эффективным механизмом для обеспечения «обратной связи» между населением и органами власти.

Благодаря целенаправленной политике администрации города, направленной на развитие и поддержание института ТОС, второй год подряд наши ТОС подтверждают свое лидерство, занимая все три призовых места в краевом конкурсе среди руководителей органов ТОС, старост населенных пунктов, муниципальных служащих органов местного самоуправления муниципальных образований Алтайского края.

Выполняя Указ Президента РФ «О реализации Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года», в рамках Подпрограммы разработали комплекс мер, направленных на гармонизацию межэтнических и межконфессиональных отношений.

Ежегодно национально-культурным объединениям из бюджета города предоставляются финансовые средства на ведение уставной деятельности.

Оказана имущественная поддержка в виде предоставления помещений муниципальной собственности по договорам безвозмездного пользования. На базе муниципальных помещений осуществляют деятельность пять национальных центров: Алтайской, Татарской, Еврейской, Армянской и Азербайджанской культур.

Стало хорошей традицией проведение фестиваля национальных культур «Единой семьей в Барнауле живем» на площадке у памятного знака «Нулевой километр» в День города.

В 2019 году, в рамках празднования Дня народного единства, впервые администрация города выступила соорганизатором фестиваля национальных культур «Мы-друзья, одна семья!», который ежегодно проводит Алтайский государственный технический университет им. И.И.Ползунова. В фестивале приняли участие 12 национально-культурных объединений, представивших гостям национальные традиции, а также танцы и песни своих народов.

В центрах национальных культур ведется работа по сохранению и актуализации традиционной культуры народов, проводятся Дни национальных культур, организуются мероприятия, направленные на предупреждение экстремистских проявлений. Например, стало традиционным проведение татарского праздника «Сабантуй».

Ежегодно в целях сохранения межнационального мира и согласия проводится свыше 180 мероприятий.

Возросла роль Общественной палаты города Барнаула и Совета женщин при главе города. Члены Советов входят в составы 26 общественных советов и комиссий, где в качестве экспертов обсуждают актуальные вопросы, затрагивающие интересы большинства жителей города.

Продолжают работу по общественному контролю за реализацией проектов по социально-экономическому развитию города, выступают в качестве общественных наблюдателей в рамках избирательных компаний.

Особое значение уделяется выполнению третьей задачи по формированию положительного имиджа институтов гражданского общества, на регулярной основе осуществляется информационное сопровождение их деятельности.

Информация размещается на официальном Интернет-сайте города, в газетах «Вечерний Барнаул», «Комсомольская правда», ТВ «Наши новости», ИК «Город», ГТРК «Алтай», радиостанциях «ФМ-продакшн», ИА «Амител», «ПолитСибРу», «Алтапресс» и др. Более 800 информационных сообщений ежегодно размещается в СМИ.

В заключение хотелось бы отметить, что за время реализации Подпрограммы все предусмотренные мероприятия выполнены. Индикативные показатели достигнуты. К решению основных задач по развитию города исполнителям Подпрограммы удалось привлечь более 360 общественных объединений.

Муниципальными преференциями воспользовались 178 некоммерческих организаций, включенных в реестр социально ориентированных некоммерческих организаций.

Но, несмотря на достигнутые результаты, стоит отметить сдерживающие факторы развития институтов гражданского общества:

- низкий уровень вовлеченности населения в решение вопросов местного значения;
- слабая заинтересованность молодежи в участии в общественной жизни;

- недостаточное использование возможности привлечения средств из бюджетных и внебюджетных источников на развитие территории и реализацию инициатив.

Для дальнейшей консолидации усилий разных секторов общества по привлечению населения к решению приоритетных для города задач разработана и принята новая подпрограмма «Совершенствование взаимодействия органов местного самоуправления с некоммерческим сектором и реализация национальной политики в городе Барнауле», которая рассчитана на период с 2020 по 2024 годы и является логическим продолжением подпрограммы «Содействие развитию гражданского общества в городе Барнауле на 2015 – 2021 годы».

#### Список использованной литературы

1.Гражданское право. В 4 т. Том 1: Учебник. 3-е издание, переработанное и дополненное / Под ред. Е.А.Суханова. – М.: ВолтерсКлувер, 2008. – 570с.

2.Ермолина Г.К. Личность, равенство, свобода. – Ярославль: Верхне-Волжское книжное изд-во, 1990. – 156с.

3.Королева Е.Н. Некоторые вопросы нормативно-правовой базы сферы благоустройства муниципального образования сферы благоустройства //Вестник Академии экономики и права № 4 (31) 2013-1.5 л.

4.Севастьянов, Д. В. Страноведение и международный туризм: учебник для академического бакалавриата / Д. В. Севастьянов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 317 с.

УДК 332.1

### ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ЗАЛОГ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

*Ю.Ю. Наземцева*

*Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова*

*Г. Барнаул*

Аннотация: В статье рассмотрена роль малого и среднего предпринимательства в обеспечении экономического роста региона (на примере Алтайского края). Особое внимание уделено средствам государственной поддержки субъектов МСП в Алтайском крае. Проанализированы результаты действия подобных мер для экономики региона. Приведена информация о возможных формах поддержки субъектов МСП в период пандемии. Предложены мероприятия по поддержке и развитию малого и среднего бизнеса в Алтайском крае.

Значение роли субъектов малого и среднего бизнеса в обеспечении экономического роста региона нельзя переоценить. Во-первых, МСП активно способствует экономическому росту региона, увеличивается объём валового регионального продукта на душу населения, происходит сглаживание колебаний экономической конъюнктуры. Во-вторых, с развитием малого и

среднего бизнеса увеличиваются налоговые поступления в бюджет всех уровней. В-третьих, создаются новые рабочие места и уменьшается отток рабочей силы. В-четвёртых, потребности населения в товарах и услугах удовлетворяются в более полном объеме, совершенствуется локальная рыночная инфраструктура. Также за счёт конкуренции повышается качество производимых товаров и услуг. В-пятых, субъекты малого предпринимательства более гибкие и адаптивные, могут быстрее внедрять инновационные технологии и технические новшества, способствуя развитию инновационной сферы региона.

Развитие МСП провоцирует формирование широкого круга собственников, благодаря увеличению числа малых и средних предприятий, в регионе увеличивается количество рабочих мест, что ведёт к снижению уровня безработицы и социальной напряжённости в обществе [1]. Стабильное функционирование субъектов МСП позволяет нивелировать угрозы экономического характера во внешней и внутренней сферах регионального развития. Однако субъекты МСП сами весьма уязвимы к негативным воздействиям различных факторов, поэтому необходимость в государственной поддержке таких организаций очевидна.

Алтайский край входит в число 25 субъектов федерации по количеству субъектов малого предпринимательства, обороту малых предприятий и объёму инвестиций в основной капитал малых предприятий. Согласно Стратегии развития Алтайского края до 2035 года поддержка развития малого и среднего бизнеса является одной из приоритетных задач. В планах увеличить долю малого и среднего бизнеса в валовом региональном продукте до 45%, в то время как в 2018 году она составляла 38,3% [2].

Стратегическая цель обозначена как сохранение сбалансированности отраслевой структуры экономики региона, повышение ее инновационной составляющей и, как следствие, достаточный уровень занятости и рост качества жизни населения [2]. Без наращивания темпов создания новых малых и средних предприятий и активного развития уже действующих реализовать поставленные цели невозможно.

Данный сектор представляет собой, в первую очередь, стабильный источник поступления налоговых платежей, а также базу для создания новых рабочих мест, что оказывает благоприятное влияние на экономический климат региона, а также позволяет увеличить уровень жизни населения и снизить показатели социальной напряжённости. В соответствии с данными Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства по состоянию на 10.08.2019 года на территории Алтайского края зарегистрировано 75,4 тыс. хозяйствующих субъектов. Их основная часть представлена индивидуальными предпринимателями, а доля малых и средних предприятий незначительна: это 2,5 тысяч единиц малого и 0,25 тыс. единиц субъектов среднего предпринимательства, что в общей сложности составляет 3,6% от общего числа хозяйствующих субъектов региона.

Можно сказать, что на данный момент в Алтайском крае сформирована относительно благоприятная среда для успешного развития малого и среднего бизнеса, но, к сожалению, система государственной поддержки в виде федеральных и региональных программ недостаточно эффективна.

Так, на сегодняшний день в регионе функционируют более 80 объектов инфраструктуры по государственной поддержке субъектов МСП. Это бизнес-инкубаторы, расположенные в Барнауле и Бийске, а также профильные центры, такие как Центр поддержки экспорта, Центр предоставления гарантий, Центр поддержки предпринимательства, который занимается координацией деятельности целой сети муниципальных информационно-консультационных центров поддержки МСП, региональный центр инжиниринга, Многофункциональные центры для бизнеса и прочие структуры. Данные организации консультируют хозяйствующие субъекты по возникающим вопросам, а также оказывают имущественную и финансовую поддержку в сфере инновационного и промышленного производства, оказывают содействие в повышении образовательного уровня субъектов предпринимательства.

Таблица 1 – Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае

Администрация Алтайского края	Муниципалитеты
1. Управление Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктур	1. Информационно-консультационные центры
2. Бизнес - инкубаторы	2. Общественные советы по развитию предпринимательства при администрации муниципальных образований
3. Алтайский фонд микрозаймов	
4. Общественный объединения предпринимателей	
5. Алтайский гарантийный фонд	

Единым уполномоченным органом, который занимается координацией деятельности всей инфраструктуры по поддержке МСП в Алтайском крае, является НО «Алтайский фонд развития малого и среднего предпринимательства», на площадке которого в 2018 году был образован региональный центр «Мой бизнес». Его основной задачей является оказание профессиональной помощи предпринимателям в регионе. На площадке этого центра объединены ряд инфраструктурных объектов, среди которых присутствует центр поддержки предпринимательства, гарантийная организация, центр поддержки экспорта, центр инноваций социальной сферы, Алтайский фонд микрозаймов. Услуги всех организаций здесь предоставлены как в режиме «of-line», так и в «on-line» формате.

На конец 2018 года Фонд оказал поддержку 1074 субъектам МСП, а количество оказанных услуг насчитывает 3480 единиц.

Финансовая поддержка в Фонде осуществляется посредством Центра предоставления гарантий, который предоставляет поручительства для обеспечения обязательства субъекта МСП по кредитным договорам. На конец

2018 года финансовая поддержка была оказана 45 субъектам МСП, а также было заключено 52 договора поручительства на общую сумму 302,4 млн. руб. Это позволило привлечь в экономику региона денежные средства на сумму 759,5 млн. руб. По состоянию на 1 января 2019 года действующий портфель Центра предоставления гарантий составил 100 договоров на общую сумму 593,5 млн. руб., а сумма обеспеченных обязательств составила 1551 млн. руб., что свидетельствует об эффективной работе центра за данный период [3].

Центром Поддержки экспорта осуществляется поддержка в сфере экспортной деятельности хозяйствующих субъектов. По состоянию на 2018 год ЦПЭ оказал поддержку 212 экспортно-ориентированным субъектам МСП. Также было организовано участие 104 алтайских компаний в проведении выставочных мероприятий международного уровня, бизнес-миссиях, в регионе осуществлялись приемы иностранных делегаций.

Результатом деятельности Центра поддержки экспорта стало заключение 36 экспортных контрактов на общую сумму более 1263 млн. рублей.

Услугами Центра поддержки предпринимательства, по данным на конец 2018 года, воспользовались 586 субъектов МСП в количестве 1788 единиц. За прошедший год на базе ЦПП было создано 18 субъектов малого и среднего предпринимательства, в числе которых 3 сельскохозяйственных кооператива. Центр поддержки предпринимательства способствовал участию 16 алтайских компаний в 3 межрегиональных выставках, а также оказал содействие проведению различных образовательных мероприятий для СМСП. По состоянию на конец 2018 года было организовано 69 подобных мероприятий [4].

Центр бизнес-инкубирования реализует поддержку в имущественной сфере. В 2018 году было реализовано 19 мероприятий в рамках Школы будущего резидента, где приняли участие 623 субъекта малого предпринимательства. Объем налоговых отчислений от деятельности резидентов за 2018 год составил 1 857 тыс. рублей, объем выручки 26 804 тыс. рублей [3].

В регионе действует государственная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае» на 2014-2020 годы. Источниками ее финансирования выступают государственный и федеральный бюджеты. На текущий год на реализацию мер в рамках этой программы в региональном бюджете было предусмотрено 57,8 млн. рублей.

Бюджетное обеспечение программных мероприятий осуществляется на основании проведения конкурсного отбора, по результатам которого распределяются субсидии из федерального бюджета на поддержку малого и среднего предпринимательства. Также 8 февраля 2018 года было заключено соглашение с Минэкономразвития России, которое предусматривает софинансирование 8 мероприятий Государственной программы из средств бюджетов вышестоящих органов. Общий объем федеральных субсидий составил 54,6 млн. рублей.

Все меры, предусмотренные государственными программами, призваны решить наиболее важные задачи, которые способствуют стимулированию процессов развития МСП в регионе, а также используют эффективные инструменты в рамках поддержки хозяйствующих субъектов, которые модернизируют свое производство и внедряют инновации, реализуют социальные проекты [3].

За 2018 год Центром предоставления гарантий были предоставлены поручительства 45 субъектам малого и среднего предпринимательства по 52 договорам на сумму 302,4 млн. рублей, объем банковских кредитов под поручительства составил 759,5 млн. рублей. Хозяйствующие субъекты из 15 городов и районов Алтайского края, получившие такую финансовую поддержку, принадлежат к приоритетным отраслям и занимаются деятельностью в сферах обрабатывающих производств, услуг оптовой и розничной торговли, сельском хозяйстве и туризме.

Также в 2018 году при поддержке НО «Алтайский фонд малого и среднего предпринимательства» были открыты новые площадки и сферы деятельности на таких предприятиях, как «Кипринский молочный завод», «Алтайский завод прецизионных изделий», «Конти». С НО «Алтайский фонд МСП» сотрудничают 15 кредитных организаций.

В связи со снижением ключевой ставки Центрального банка России с 01.01.2018 года максимальная ставка кредитования по займам, выдаваемым НОМК «Алтайский фонд микрозаймов», составила 7,75% годовых по займам сроком более 12 месяцев и 6,25% годовых по займам сроком менее 12 месяцев. Максимально допустимый размер займа составил 3 млн. рублей, а срок возврата 3 года [3].

За 2018 год АФМ было выдано 342 займа 337 хозяйствующим субъектам малого предпринимательства общей суммой 551,4 млн. рублей. На деятельность в сельских регионах края приходится более 60% выданных займов. «Алтайский фонд микрозаймов» поддерживает реализацию проектов в сфере сельского хозяйства, промышленного производства, строительства, пищевой переработки, торговли, а также реализации услуг транспортного, медицинского и прочего характеров.

Интерес регионального бизнеса к гарантийной поддержке в 2020 году заметно превышает показатели 2019 года. Общий объем кредитов, привлеченных под поручительство Алтайского фонда МСП региональным бизнесом, увеличился к середине 2020 года более чем в 3 раза и составил 494,8 млн. рублей [5].

В рамках реализации мероприятия «субсидирование части затрат, связанных с приобретением субъектами малого и среднего предпринимательства оборудования» программы социально-экономического развития Алтайского края на 2020–2024, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 08.04.2020 № 928-р, управлением Алтайского края по развитию предпринимательства и рыночной

инфраструктуры, разработан порядок (утверждён постановлением Правительства Алтайского края от 28.07.2020 № 324 (ред. 30.09.2020), который позволит субъектам МСП компенсировать часть расходов за приобретенные в 2019 и 2020 годах по договорам приобретения либо договорам лизинга технику, оборудование, устройства, механизмы и пр.:

- до 50 % затрат по договорам приобретения (не более 15 млн. рублей в год на одного субъекта);

- до 70 % затрат на уплату первоначального взноса по действующим договорам лизинга, (не более 5 млн. рублей в год на одного субъекта);

- до 50 % затрат на уплату лизинговых платежей по действующим договорам лизинга, стоимостью 10 млн. рублей и более [5].

При этом субъекты МСП берут на себя обязательство по созданию новых рабочих мест.

Также в 2018 году была продолжена реализация программы по выплате субсидий в бюджеты многопрофильных муниципальных образований на реализацию мероприятий по поддержке муниципальных программ развития МСП. На реализацию этих мер в рамках Соглашения было предусмотрено 7 794,2 тыс. рублей из средств федерального бюджета и 545,6 тыс. рублей из средств бюджета Алтайского края. Также дополнительно на поддержку проектов резидентов моногородов (Алейск, Заринск, Новоалтайск и поселок Степное Озеро Благовещенского района) было выделено 517,8 тыс. рублей.

Постановлением Правительства Алтайского края от 06.06.2018 № 163 были определены и утверждены новые направления по поддержке бизнеса в рамках конкурсного отбора субъектов МСП для дальнейшего предоставления грантов на реализацию проектов приоритетных отраслей экономики.

Также в рамках Постановления Правительства Алтайского края от 12.12.2018 № 442 в регионе проводится реализация мероприятий по предоставлению субсидий на поддержку бизнес-инициатив [6]. Основной целью данного мероприятия является стимулирование бизнеса инвестировать средства в основной капитал, создавать высокотехнологичные рабочие места, а также производить выпуск импортозамещающей продукции.

Вопросами льготного кредитования для приобретения основных средств, модернизации и реконструкции производства, запуска новых проектов и пополнения оборотного капитала – главной проблемой небольших предприятий - на федеральном уровне занимается АО «Корпорация «МСП». При поддержке Минэкономразвития России, а также Банка России Корпорация «МСП» реализует Программу стимулирования кредитования субъектов МСП. В рамках данной программы в текущем году было выдано 28 кредитов предприятиям Алтайского края на сумму 308,2 млн. рублей. Благодаря успешному финансированию проектов по низкой процентной ставке, в регионе реализуются проекты по выпуску гречневой крупы, развивается производство молочной продукции, бытовой химии, сельскохозяйственной техники, мебели, трикотажных и косметических изделий [7].

Также для привлечения субъектов МСП к получению доступной финансовой поддержки Минэкономразвития осуществляет Программу льготного кредитования субъектов МСП. Данная программа предназначена для тех хозяйствующих субъектов, которые осуществляют свою деятельность в приоритетных отраслях, таких как сельское хозяйство, производство и распределение электроэнергии, газа и воды, строительство, транспорт, связь, туристическая деятельность, сбор и переработка отходов и так далее. В рамках реализации данной программы размер льготной ставки банковского кредитования составляет 6,5% годовых. Лимит получаемой денежной суммы установлен в пределах от 3 млн. рублей до 1 млрд. рублей. На инвестиционные цели срок льготного кредитования составляет не более 10 лет, на оборотные цели не более 3 лет.

На настоящий момент в программе льготного кредитования по процентной ставке в 6,5% годовых приняло участие 23 предпринимателя региона, а объём льготных кредитов, выданных посредством данной программы, на сегодняшний день составляет 1,238 млрд. рублей.

Рассмотрев все реализуемые способы поддержки малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае, можно выделить следующие направления:

- финансовая поддержка – оказание денежной помощи для предпринимателей малого и среднего бизнеса;
- информационная поддержка – формирование информационных систем как на федеральном, так и на региональном уровнях;
- консультационная поддержка – предоставление консультационной помощи, проведение бизнес-тренингов и т.д.;
- оказание помощи в подготовительной сфере – разработка и внедрение программ, которые направлены в первую очередь на подготовку, переподготовку либо же вообще повышение квалификации сотрудников, которые работают в малом бизнесе и являются весьма ценными сотрудниками.

Из актуальных мер поддержки МСП в связи с распространением коронавирусной инфекции следует особо отметить следующие: беспроцентные кредиты компаниям из наиболее пострадавших отраслей экономики, осуществляющим деятельность не менее 1 года, для выплаты зарплат (количество работников должно составлять не менее 90%); кредиты предприятиям для возобновления деятельности (предприятиям, сохранившим не менее 90% сотрудников, кредит будет списан вместе с процентами, а заемщики, сохранившие не менее 80% работников, возвращают только половину ссуды и процентов по ней); кредитование предпринимателей по ставке до 8,5% годовых, а государство компенсирует банкам недополученную прибыль. В рамках антикризисной программы упрощен доступ к кредитным ресурсам, а также требования для получения займа.

Анализируя предыдущий опыт, мы можем говорить о том, что создание малых и средних предприятий ведёт к изменению общественной установки

населения. Люди перестают бояться начинать свой собственный бизнес, у них появляется вера в свои силы. Благодаря государственной поддержке, у них появляется возможность претворить все свои идеи в жизнь. Причём широкое распространение получают идеи, на первый взгляд, совершенно невыполнимые, смелые, инновационные. Все вышеперечисленное позволяет сделать вывод о том, что малое и среднее предпринимательство оказывают колоссальное влияние на экономический рост как всей страны, в целом, так и региона, в частности. Интенсивное развитие малого и среднего предпринимательства в регионе позволит со временем снизить социальную неоднородность и сократить разрыв между слоями населения.

Проанализировав изменения методов государственной поддержки малого и среднего бизнеса в Алтайском крае, можно сделать вывод о том, что изменения происходят довольно медленно. Практически все виды поддержки сегодня были введены ещё в 2007-2011 годах. Меняются лишь условия получения помощи и ее размер. Кроме того можно говорить о недостаточной эффективности всех методов, потому как уровень развития МСП не только в регионе, но и во всей России значительно ниже зарубежных показателей.

Уровень развития данного сектора экономики зависит, безусловно, от направления развития экономики. В государстве она ориентирована на экспорт топлива и сырья, где задействованы в основном крупные предприятия, у малого бизнеса же отсутствует возможность реализации в этой сфере.

В зарубежном же опыте присутствует прямо противоположная тенденция, где основой экономики являются именно малые и средние предприятия. Иногда крупные организации и МСП вступают во взаимодействие и образуют кооперативы, которые приносят ещё больший вклад в экономику государства.

В Алтайском крае, как и во всей стране, такие объединения на данный момент невозможны. Крупные организации не хотят брать на себя ответственность и риски, которые являются неотъемлемой частью деятельности любого малого предприятия. В свою очередь весь сектор МСП опасается поглощения своих организаций крупными партнерами, что тоже имеет место быть в региональной практике.

Среди всего многообразия видов государственной поддержки, налоговые льготы являются одним из самых эффективных инструментов. Доказано, что налоговая льгота в целом действенная мера и способна привести к росту затрат на исследования и разработки до двух денежных единиц на 1 д. е. потерь бюджета от введения этой льготы. Получаем, что льгота в два раза эффективнее прямой поддержки инновационной деятельности или финансирования научных исследований государством.

Комплекс предложенных мер по поддержке и развитию малого и среднего бизнеса в Алтайском крае направлен в основном на внедрение налоговых льгот.

1. Освобождение от уплаты процентов по кредиту на сельскохозяйственную технику в первый год ее приобретения.

Регион обладает огромным ресурсным потенциалом для развития сельского хозяйства. Однако всего 7% субъектов малого и среднего предпринимательства Алтайского края заняты в данной сфере. Такой низкий показатель говорит о недостаточности и неэффективности мер государственной поддержки. У предпринимателей отсутствует стимул для развития своих производств. Освобождение от уплаты налогов должно поспособствовать вовлечению новых субъектов МСП в сферу сельского хозяйства, а также облегчит хозяйственную деятельность уже действующих предприятий. Развитие отрасли сельского хозяйства в регионе приведёт к росту производства конкурентоспособной продукции, а также укреплению экономического положения региона, привлечению инвестиций в данную отрасль.

2. Снижение налога на имущество на 50% по приобретённым основным средствам в первые 3 года учреждения организации.

Данная налоговая льгота направлена на снижение налоговой нагрузки на субъекты малого и среднего предпринимательства в первые годы их учреждения, когда организация ещё не вышла на стабильный уровень прибыли. Кроме того, она поможет высвободить часть денежных средств, которые предприятие может направить на развитие производственной деятельности, закупку сырья и оборудования, а также простимулирует саму деятельность субъектов МСП.

3. Уменьшение ставок по налогу на прибыль для малых и средних предприятий, использующих упрощённую систему налогообложения.

В субъектах Российской Федерации существует возможность устанавливать размер ставки налога на прибыль организаций, которые осуществляют свою деятельность по упрощённой системе налогообложения. При выборе налогооблагаемой базы «доходы» размер ставки устанавливается в пределах от 1 до 6%. При выборе налогооблагаемой базы «доходы минус расходы» размер ставки составляет от 5 до 15%.

Для достижения наилучшего результата и наибольшего эффекта деятельности субъектов МСП предлагается ввести льготы по налогу на прибыль организаций по всем видам деятельности. Действие льготы будет относиться ко всем налогоплательщикам-субъектам малого и среднего предпринимательства. Указанная мера приведёт к активному росту предпринимательской деятельности, что в свою очередь укрепит экономическую безопасность региона.

Существующего количества мер государственной поддержки МСП в Алтайском крае на данный момент, к сожалению, недостаточно. Сам механизм выработан неплохо, однако, на наш взгляд, необходимо упростить условия получения финансовой поддержки государства, а также увеличить ее размер. Для большей части малого бизнеса некоторые виды поддержки остаются недоступными ввиду сложности и длительности бюрократических процедур. Следует понимать, что государственные вложения денежных средств в данный сектор оперативно окупятся увеличением налоговых поступлений в казну

государства, ростом количества рабочих мест, улучшением качества жизни, а также повышением уровня экономической безопасности регионов, а значит, и всей страны в целом.

#### Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 24.07.2007 г. 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.

2. Проект стратегии развития Алтайского края до 2035 года. Электронный ресурс: <https://econom22.ru/prognoz/strateg/index.php/>

3. Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Электронный ресурс: <http://akstat.gks.ru>.

4. Рязанов И.О., Дуплинская Е.Б. Анализ развития малого и среднего предпринимательства в Республике Алтай // В сборнике: Проблемы антикризисного управления и экономического развития (ПАУЭР-2016): материалы III Международной научно-практической конференции. - 2017. - С. 279-286.

5. Финансовая поддержка малого и среднего бизнеса. Электронный ресурс: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/anticrisis/finansovaya-podderzhka-malogo-i-srednego-biznesa/>

6. Постановление Правительства Алтайского края от 12.12.2018 № 442 (ред. 03.09.2019) «О мерах государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в виде субсидий на поддержку бизнес-инициатив» // URL: <http://docs.cntd.ru/document/550282343/>

7. Распоряжение Правительства РФ от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года» // URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_199462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_199462/)

УДК 332.1

### ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТА ИМПЛЕМЕНТАЦИИ ЗАКОНОПРОЕКТА ОБ ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ЧИПИРОВАНИИ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ

*М. А. Начаркин, Е. К. Грошева*

*Сибирско-Американский Факультет Менеджмента ИГУ*

Аннотация: Блокчейн-технология - это один из тех инструментов, возможная область применения которых практически безгранична. В рамках нового проекта по чипизации домашних животных именно эта технология позволит разрешить часть сложностей, связанных с реализацией этого законопроекта на практике. При помощи блокчейна возможно создать платформу комплексного взаимодействия правительства области, представителей бизнеса и владельцев домашних животных на территории области, которая разрешит часть текущих проблем всех заинтересованных лиц.

Брошенные и бродячие животные – это большая проблема для Иркутска и Иркутской области; причем это проблема, которая год от года только

эскалирует – за 2019 год приюты могли вместить только 30% от всех бродячих животных (при максимальной расчетной нагрузке) [1]. Более того, хоть из бюджета регулярно и выделяются деньги на отлов таких животных, результаты крайне неутешительны – вместо лечения и содержания животных некоторые организации фактически занимаются их убийством [2].

Бродячие животные проблемны не столько из-за нападений на людей (хоть это тоже опасно), сколько из-за тех болезней, которые они могут разносить. Это было одной из целей законопроекта о чипизации домашних животных, который был недавно принят [3]. Однако финансирование этого законопроекта ляжет либо на регионы, либо на средства государства в целом; если, например, текущий дефицит бюджета Иркутской области составляет более 14 миллиардов рублей, а каждый 3 регион России закончил год в дефиците [4], то возникают вопросы о целесообразности применения такого законопроекта в текущем его виде.

Дополнительная финансовая нагрузка на регионы (чипизация животных, причем не только уличных, но и домашних) приведет к тому, что бюджеты регионов просядут еще сильнее и денег на отлов и содержание бродячих животных не останется.

В рамках обсуждения на стратегической сессии Иркутской области в направлении «Цифровая экономика» этот вопрос поднимался при общении с экспертами; была предложена следующая концепция: поскольку чипизация домашних животных – это менее приоритетное направление, чем чипизация бродячих животных, то часть затрат на чипизацию своих питомцев можно переложить на владельцев. Однако, чтобы владельцам это тоже было выгодно, необходимо, чтобы само чипирование предоставляло дополнительные выгоды.

В качестве такой выгоды – блокчейн-платформа, в рамках которой могут взаимодействовать владельцы домашних животных, представители бизнеса (малый и средний, а также ветеринары) и представители власти региона.

Суть этой платформы состоит в следующем: так как доходы упали и у населения (владельцев питомцев), и у представителей бизнеса, каждой из этих групп необходимо найти способы сэкономить денежные средства и найти покупателей, соответственно. В рамках платформы (вход на которую осуществляется при помощи ID питомца) представители бизнеса могут размещать свои товары (продажа кормов, уцененных товаров, товаров, которые не пользуются спросом) и услуги (если речь идет о ветеринарных клиниках), а сами хозяева домашних животных получают товары по меньшей цене, чем в магазинах. Таким образом, люди экономят деньги, ветеринары рекламируют свои услуги, представители бизнеса реализуют свои товары (которые в противном бы случае не удалось реализовать из-за падения спроса) и получают гудвил (положительную репутацию, которая после выхода страны из кризиса приведет к росту продаж).

Для региона такая система выгоднее, чем простые траты из бюджета, поскольку:

- Сохраняется бизнес и рабочие места;
- Стимулируется спрос (и, соответственно, в бюджет области идет больше отчислений);
- Сэкономленные деньги от чипизации можно направить на более значимые проекты или перенаправить в другие отрасли.

Более того, регион может предоставить определенные льготы ветеринарным клиникам и соответствующим видам малого и среднего бизнеса, чтобы опосредованно через них побудить больше граждан чипировать своих животных (расширение групп, заинтересованных в успешной реализации законопроекта).

Поскольку речь идет о том, что такая платформа может использоваться как вспомогательное средство при реализации законопроекта, то необходимо обеспечить безопасность такой платформы (как передачу данных внутри такой платформы – например, безопасность сделок внутри профиля и ID животного). В качестве технологии, которая может обеспечить такой уровень безопасности, логично выбрать блокчейн.

В чем конкретно преимущества именно этой технологии:

- Безопасность – злоумышленнику, если он захочет незаконно перевести деньги себе, придется не один раз взломать систему; ему придется постоянно быстрее всех остальных участников подбирать правильные значения хэш-функции (а это значит, в свою очередь, что ему придется постоянно контролировать более 50% вычислительных мощностей системы);
- Децентрализация – независимые участники хранят всю цепочку на своих устройствах, и центральный сервер не нужен по большому счету (данные не сосредоточены на нем);
- Скорость сделок [5] – поскольку участники соревнуются между собой (кто быстрее найдет правильный ответ), то с течением времени скорость подтверждения транзакции в такой сети будет только расти;
- Снижение транзакционных расходов – нет посредника;
- Публичность и открытость данных – речь идет о том, что любой пользователь сможет просмотреть общую историю всех транзакций (в обезличенном виде);

Блокчейн-технология используется как связующий элемент, который отвечает за хранение информации о животном (ID), обеспечение скорости и безопасности транзакций в системе.

Таким образом, блокчейн-платформа решает следующие проблемы для заинтересованных групп:

1. Владельцы домашних животных получают скидки и возможности уменьшить затраты на содержание животных;

2. Для властей – сокращение расходов на чипизацию, возможность поддержать бизнес (тем самым сохранив часть рабочих мест) и повысить отчисления в бюджет;
3. Для бизнеса – реализация товаров, формирование положительного гудвила своей компании, сбор обобщенных данных о клиентах (сколько примерно домашних животных, их структура по видам; аналогичная информация также нужна представителям власти).

В сопровождении такой платформы законопроект обретает более реалистичные очертания и становится осуществим в текущих условиях.

#### Список использованной литературы

1. Иркутская область не готова выполнять новый закон о животных. [Электронный ресурс]. URL: <https://baikal.mk.ru/social/2019/05/08/irkutskaya-oblast-ne-gotova-vypolnyat-novyy-zakon-o-zhivotnykh.html> (дата обращения: 01.10.2020)
2. Зоозащитники Иркутской области возмущены незаконным убийством бездомных собак. [Электронный ресурс]. URL: <https://irk.today/2020/08/11/zoozashhitniki-irkutskoj-oblasti-vozmushheny-nezakonnym-ubijstvom-bezdomnyh-sobak/> (дата обращения: 01.10.2020)
3. Правительство одобрило проект о чипировании домашних животных [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5e2618c39a79473102c7adb9> (дата обращения: 06.10.2020)
4. Число российских регионов с дефицитом бюджета удвоилось. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/12/02/2020/5e4281299a79471b4769c391> (дата обращения: 15.10.2020)
5. Преимущества и недостатки технологии блокчейн. [Электронный ресурс]. URL: <https://magazine.decenter.org/ru/1-blokchein-i-kriptovalyuty/2-preimushstva-i-nedostatki-tekhnologii-blokchein> (дата обращения: 22.10.2020)

ББК 67.401

#### ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР МЕСТНЫХ АДМИНИСТРАЦИЙ

*С.В. Карпова*

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный  
университет им. Н.И. Лобачевского, Арзамасский филиал*

Аннотация: В статье отмечается роль организационного построения местной администрации в обеспечении социально-экономического развития муниципального образования. Рассматриваются факторы, влияющие на состав элементов организационной структуры, и описываются распространенные недостатки, присущие большинству традиционных организационных построений. Выдвигаются приоритетные направления совершенствования организационных структур местной администрации, способствующие экономии бюджетных средств.

В системе органов местного самоуправления большую роль играет местная администрация, от действий которой зависит социально-экономическое развитие муниципального образования. В свою очередь, одним из факторов, влияющих на эффективность деятельности местной администрации, является ее организационное построение.

Российским законодательством муниципальные образования наделены свободой выбора организационных структур местной администрации, определения возможных альтернативных решений и предоставления жителям права самим предлагать наиболее подходящую для данной территории структуру. Принятая организационная структура закрепляется уставом муниципального образования, который должен также получить одобрение населения.

При формировании Организационные структуры управления администрации муниципалитета формируются под воздействием множества факторов, таких как:

- категория муниципального образования;
- установленные цели социально-экономического развития;
- степень развития производственной и рыночной инфраструктуры, так как более развитые муниципальные образования имеют больше возможностей для выделения непрофильных функций;
- площадь территории, плотность и качественный состав населения муниципального образования;
- особенности географического расположения, природно-климатические условия, исторические и культурные традиции.

В теории менеджмента выделяют три типа организационных структур: линейно-функциональные, матричные и множественные структуры [1].

Следует отметить, что муниципальные образования в нашей стране различаются по многим параметрам: численность населения, площадь территории, плотность населения, географическое положение, транспортная инфраструктура и т.д., на практике организационная структура управления местной администрации подавляющего большинства муниципальных образований является линейно-функциональной. Традиционно структура местной администрации состоит из следующих элементов:

- глава администрации;
- заместители главы администрации;
- структурные подразделения специального назначения (контролирующие работу отдельных отраслей (образование, жилищно-коммунальное хозяйство, транспорт и т.д.);
- структурные подразделения общего назначения (департамент финансов, управление муниципальной собственностью и т.д.);
- подразделения, обеспечивающие функционирование администрации (отдел кадров, бухгалтерия, экономический отдел и т.д.);
- вспомогательные службы.

– функциональные службы общей компетенции (экономического развития, финансовое управление, подразделение по управлению муниципальными землями и имуществом и т.п.).

Отметим, что структурные подразделения местной администрации могут быть созданы в виде департаментов, комитетов, отделов, управлений, секторов, комиссий и др. Состав структурных подразделений местной администрации не является унифицированным, и на практике очень часто наблюдается несоответствие между наименованием структурного подразделения, его иерархического уровня в организационной структуре и закрепленных функций. Отдельные структурные подразделения местной администрации могут являться юридическими лицами.

Для большинства современных организационных структур местных администраций характерны значительные недостатки. В качестве наиболее существенного можно отметить доминирование отраслевых структурных подразделений, которые одновременно являются и органами публичной власти, и хозяйствующими субъектами. Зачастую для таких подразделений приоритетными являются ведомственные интересы, что снижает заинтересованность в привлечении частного бизнеса и становлении конкурентной среды в сфере оказания муниципальных услуг. Разнообразие частных целей муниципальных программ приводит к усилению противоречий и конфликтов между отраслевыми структурными подразделениями, обусловленных ограниченностью материальных и финансовых ресурсов муниципального образования. Нацеленность структурного подразделения на обеспечение собственной эффективности, без учета вклада в достижение общих целей развития, приводит к снижению эффективности работы всей системы управления местной администрации.

Еще одним из недостатков структур местных администраций является наличие большого количества вспомогательных подразделений, выполняющих, как правило, функции координации, представительства, то есть чрезмерное дробление структур. Тем самым искусственно увеличивается штатная численность администрации, сопровождающаяся недостаточной загрузкой работой специалистов и служащих, что, в свою очередь, влечет перерасход средств местного бюджета; увеличивает число инстанций при согласовании и принятии решений; приводит к снижению ответственности руководителей различных уровней за принятые ими решения; необходимость решать множество текущих вопросов доводит напряженность загрузки главы администрации до критического уровня; в целом усложняет управленческую деятельность.

Для многих муниципальных образований характерно отсутствие координации ролей и полномочий исполнителей и соисполнителей в ходе реализации муниципальных программ. Рассосредоточение функций мониторинга по разным отраслевым структурным подразделениям приводит к множественному дублированию этой функции [2 с.32].

Будучи сложной социально-экономической системой, муниципалитет должен иметь как сопротивление неблагоприятным внешним воздействиям, так и ориентацию на позитивные изменения. Управление состоянием муниципального образования позволяет поддерживать на достигнутом уровне все системы жизнеобеспечения, объемы и качество муниципальных услуг. Управление развитием нацелено на повышение этого уровня исходя из генеральной цели муниципальной деятельности: повышение качества жизни населения [3 с.242].

В связи с этим, исходя из того, что структура управления рассматривается как необходимая форма реализации функций управления, а организационная структура с заданными функциями есть ее устройство (строение), соответствующее по составу своих элементов назначению системы, то требуется постоянная работа по ее совершенствованию. В настоящее время приходит осознание, что организационная структура местной администрации должна соответствовать стратегическим целям.

Процесс совершенствования существующей структуры местной администрации, как правило, начинается с полного аудита эффективности ее функционирования. Для этого могут использоваться разнообразные инструменты, это могут быть общенаучные методы (анализ, оценка, сравнение, аналогия и др.), а также специфические для сферы управления (мозговой штурм, сценариев, дерева целей, Дельфи и др.).

В целом процесс формирования организационной структуры в значительной степени универсален и может использоваться различными муниципальными образованиями. Анализ действующей организационной структуры местной администрации состоит из нескольких этапов:

Первый этап. Идентификация организационной структуры - выявление достоинств и недостатков типа организационной структуры.

Второй этап. Анализ организационной структуры - изучение каждого подразделения, его функций и полномочий.

Третий этап. Выявление существующих проблем - выявление проблемных подразделений, недостающих звеньев в управлении и др.

Четвертый этап. Изучение передовых достижений науки и лучших муниципальных практик - анализ существующих практик построения организационных структур местной администрации эффективных МО.

Пятый этап. Выработка рекомендаций по совершенствованию организационной структуры - выбор способа улучшения организационной структуры (сокращение, объединение и др.).

В практике менеджмента компаний широко внедряются передовые методы построения организационных структур, которые могут быть применены и к организационным структурам администраций муниципальных образований, такие как: аутсорсинг, реинжиниринг, бенчмаркинг и другие. Сравнительная характеристика различных подходов к совершенствованию организационных структур представлена в таблице 1.

Таблица 1

## Пути улучшения организационных структур местной администрации

Метод	Краткое содержание	Достоинства	Недостатки
Традиционный	Сокращение, объединение подразделений, создание новых отделов	Устранение ошибок в существующей организационной структуре	Затраты времени
Аутсорсинг	Передача выполнения отдельного процесса или работы внешней организации при сохранении ответственности органов местного самоуправления	Сокращение издержек Высвобождение внутренних ресурсов Снижение рисков за счет выполнения работ специалистами Улучшение качества обслуживания населения	Вероятность утечки конфиденциальной информации Несоответствие квалификации исполнителя заказанным услугам Возрастает время реакции на внештатные ситуации
Рейнжиниринг	Исключение из процесса операций, не добавляющих ценности для потребителя	Системный характер изменений Быстрое внедрение изменений Анализ процессов позволяет сократить часть операций Расширение компетенций работников Гибкость организационных структур	Высокая степень организационной нестабильности Высокая трудоемкость процедур Ужесточение требований к квалификации работников
Бенчмаркинг	Изучение чужого опыта, сопоставительный анализ на основе эталонных показателей	Улучшение качества муниципального управления Повышение конкурентоспособности муниципального образования Рост качества услуг	Сложность в получении информации Дополнительные расходы

Любая перестройка структуры управления требует оценки, прежде всего с точки зрения достижения поставленных целей. В условиях нормально развивающейся экономики реорганизация направлена чаще всего на то, чтобы путем совершенствования системы управления повысить эффективность работы ОМСУ. При этом главными показателями улучшения являются:

- безусловное соблюдение требований и ограничений бюджетного законодательства;
- исполнение принятых расходных обязательств наиболее эффективным способом;
- мобилизация внутренних источников пополнения доходной части местного бюджета;
- более четкая увязка бюджетных расходов с доходами бюджета;

- повышение влияния расходов на достижение установленных целей.

Важным критерием оценки организационной структуры управления является также ее восприятие людьми, которым предстоит работать в новых условиях.

На современном этапе приоритетным направлением совершенствования организационных структур местных администраций является вывод ряда непрофильных для муниципальных учреждений функций.

Вывод непрофильных функций может осуществляться по двум направлениям: централизации деятельности и аутсорсинга.

Централизация деятельности осуществляется по таким направлениям, как:

- транспортное обеспечение;
- закупочная деятельность;
- бухгалтерский учет и обслуживание учреждений;
- информационные технологии.

Аутсорсинг предполагает перевод некоторых функций в негосударственный сектор, например, организация питания детей в дошкольных и общеобразовательных учреждениях, охрана, уборка служебных помещений и территорий муниципальных учреждений.

Совершенствование организационной структуры местной администрации позволит сэкономить бюджетные средства, сосредоточить усилия на достижении стратегических целей, результатом реализации которых является повышение качества жизни населения.

#### Список использованной литературы

1. 1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2017. – 320 с.

2. Рязанова В.А. Механизмы управления реализацией муниципальных программ // Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции Государство и бизнес. Экосистема цифровой экономики, Санкт-Петербург: РАН-ХиГС при Президенте Российской Федерации, Северо-Западный институт управления, 2019.С. 29-32.

3. Рязанова В.А., Федяева А.А. Стратегическое управление муниципальным образованием на основе исторического и структурно-функционального подхода // Сборник материалов и докладов XXIII Международной научно-практической конференции «Социально-экономические проблемы развития муниципальных образований». – Княгинино: НГИЭУ, 2018. – С. 242-248

Аннотация: Потребность в сохранении здоровья является базовой потребностью человека. Значимость здравоохранения с усилением потребности в сохранении здоровья повышается с каждым годом. Динамично развивается коммерческий сектор медицинских услуг. Особенности рынка медицинских услуг города Барнаула рассмотрены в этой статье.

Здравоохранение в современном российском обществе постепенно превращается в сферу предоставления услуг. Значимость медицинских услуг усиливается, потому что потребность в сохранении здоровья всегда будет занимать первое место в иерархии потребностей человека.

Рынок медицинских услуг включает некоммерческий сектор, где гарантируется населению государственное финансирование и коммерческий сектор. В коммерческий сектор входят организации различных форм собственности: государственные учреждения, частные предприятия, учреждения со смешанной формой собственности.

С каждым годом, начиная с 2005 года, рынок платных медицинских услуг в Российской Федерации увеличивается, Однако с 2011года отмечается снижение темпов прироста рынка. Кризис 2008-2009 года отразился и в уменьшении доли теневого сегмента до 25% [1,2]. Россияне в этот период очень осторожно относились к своим тратам. Но значительная часть потребителей российского рынка медицинский услуг предпочитали медицинские услуги частного сектора. Рынок добровольного медицинского страхования и программ корпоративного обслуживания развивается плохо.

Ряд медицинских услуг частного сегмента пользуются высоким спросом (стоматология, урология, гинекология, офтальмология, лабораторная диагностика). В настоящее время усиливается предложение медицинских услуг в частном секторе по проведению профилактических осмотров персонала организаций, что привело, вследствие высокой конкуренции, к снижению цены на эти услуги.

С каждым годом россияне все чаще вынуждены прибегать к медицинским услугам частного сегмента рынка. Главной причиной, по мнению экспертов, является неудовлетворенность населения качеством бесплатной медицины, наличием огромных очередей в государственных медицинских учреждениях. Но, несмотря на это, доля медицинских услуг государственных медицинских учреждений остаётся весомой.

Более 50% россиян не готовы отказаться от полиса обязательного медицинского страхования [3].

В настоящее время частный сектор может оказывать медицинские услуги по полису обязательного медицинского страхования, что усиливает роль частного сектора. Но частные учреждения очень осторожно относятся к

предоставлению медицинских услуг по полису обязательного медицинского страхования, так как затраты в этом случае компенсируются далеко не в полной мере.

В 2018 году оборот рынка медицинских услуг в России вырос на 11,6% по сравнению с 2017 годом и достиг 3063,3 миллиардов руб. Основным фактором роста этого показателя стало увеличение средней цены медицинской услуги на 9,8% по сравнению с 2017 годом [4]. Доминирующая причина роста рынка и медицинских услуг - это повышение цен на эти услуги.

В России большая часть оборота рынка медицинских услуг приходится на сектор обязательного медицинского страхования, почти 57% [5].

В 2018 года сектор обязательного медицинского страхования в стоимостном выражении вырос на 17% и составил 1739,7 миллиардов руб. в основном за счет повышения средних подушевых нормативов финансирования медицинской помощи. В программах госгарантий на 2018 год был заложен рост финансового обеспечения вплоть до 23% в зависимости от вида услуг [6].

Росту оборота сегмента обязательного медицинского страхования также способствовали: развитие направления медицинской профилактики и развитие государственно-частного партнерства. На конец 2018 года в России было зафиксировано более 180 проектов государственно-частного партнерства.

Около половины россиян время от времени пользуется медицинскими услугами частного сегмента, но доходы населения не только не растут, а падают, поэтому рост этого показателя маловероятен.

В Барнауле реализуется государственная программа «Развитие здравоохранения в Алтайском крае до 2020 года». В рамках этой программы создан Медицинский кластер Алтайского края: в 1993г. - Алтайский диагностический центр, в 1994г. - Алтайский онкологический центр, в 2003г. - краевая клиническая больница, в 2009г. - новая краевая поликлиника.

В медицинских учреждениях трудятся около 13 тысяч человек.

Условно рынок медицинских услуг города Барнаула можно разделить на две составляющие: государственные медицинские учреждения и частные медицинские центры.

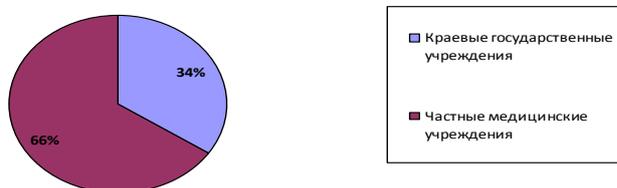


Рисунок 1 – Структура медицинских учреждений города Барнаула по источникам финансирования

В соответствии с рисунком 1 количество частных медицинских учреждений преобладает, их доля оставляет 66%. Главной причиной, по мнению экспертов, является неудовлетворенность населения качеством бесплатной медицины, наличием очередей в государственных поликлиниках.

С 2012 года в городе наблюдается отсутствие муниципальных государственных учреждений, вследствие реализации закона «О внесении отдельных изменений в законодательных актах Российской Федерации в связи с принятием Закона «Об обязательном медицинском страховании», согласно которому все муниципальные медицинские учреждения переведены в краевую собственность. Перевод муниципальных лечебных учреждений в статус краевых позволил реализовать единые правила оказания медицинской помощи жителям региона.

Частные медицинские услуги представлены стоматологическими клиниками, клиниками пластической хирургии, многопрофильными и узко-профильными медицинскими центрами. На территории города Барнаула расположен один федеральный центр: ФГБУ Федеральный центр Травматологии и Ортопедии.

Система здравоохранения Барнаула состоит из 127 государственных медицинских учреждений и 237 частных медицинских учреждений.

В соответствии с рисунком 2 в состав государственных учреждений включены: 30 городских больниц, в том числе 3 детских и 2 детских инфекционных, 58 поликлиник, 11 стоматологических поликлиник, 5 родильных домов, 16 диспансеров.

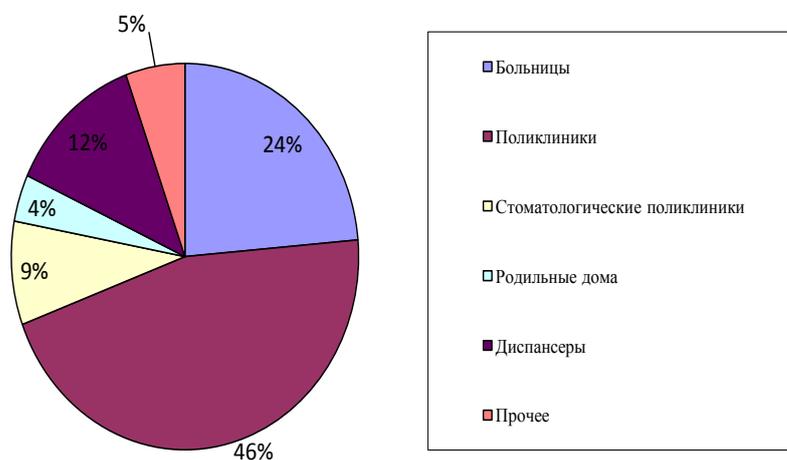


Рисунок 2 - Структура краевых государственных медицинских учреждений

На рисунке наглядно представлено распределение частных медицинских учреждений по профилю деятельности, из них 127 стоматологических клиник, 74 многопрофильных центров, 24 специализированных клиник, 12 косметологических.

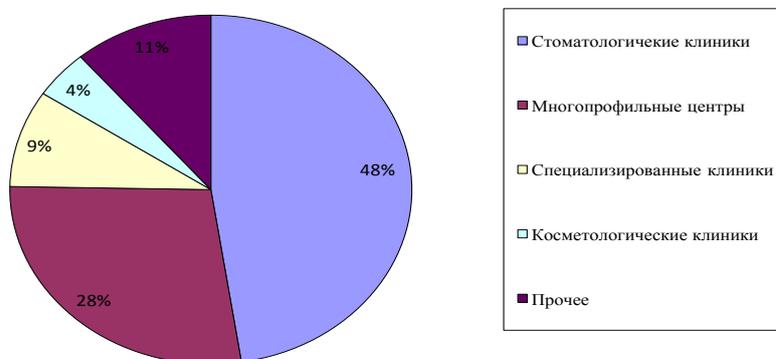


Рисунок 3 – Структура частных медицинских учреждений по профилю деятельности

Среди частных медицинских учреждений наибольшее количество составляют стоматологические клиники и многопрофильные центры. Рассмотрим количество многопрофильных центров по районам города.

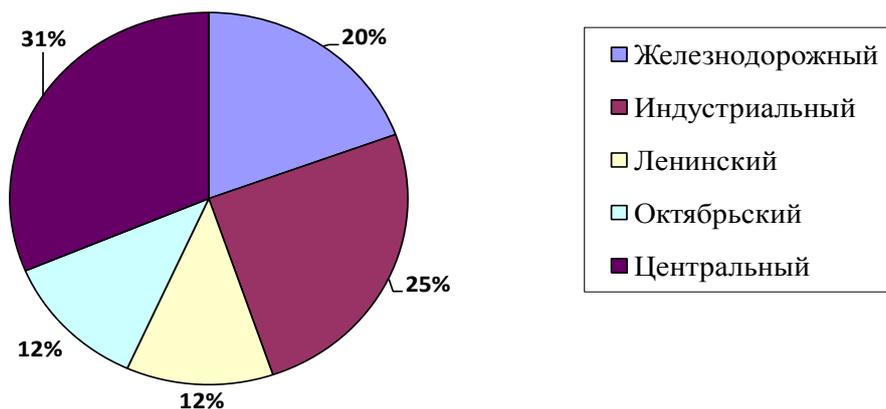


Рисунок 4 - Распределение частных многопрофильных центров по районам города Барнаула

В соответствии с рисунком наибольшее количество частных многопрофильных медицинских центров расположены в Центральном районе города.

#### Список использованной литературы

1. Лысова, Е. А. Рынок медицинских услуг: особенности и тенденции развития [Текст] / Е. А. Лысова // Studium. – 2018. – № 4 (49). – С. 9.
2. Калимбет, Д. В. Факторы развития рынка коммерческой медицины [Текст] / Д. В. Калимбет // Центральный научный вестник. – 2017. – Т. 2. – № 23. – С. 20-21.
3. Козлова, Е. И. Рынок платных медицинских услуг в России: динамика, факторы развития [Текст] / Е. И. Козлова, М. А. Новак // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 5 (31). – С. 50-57.
4. Ломакина, Н.А. Некоторые аспекты развития коммерческого сегмента российского рынка медицинских услуг [Текст] / Н. А. Ломакина // Труд и социальные отношения. – 2017. – № 5. – С. 23-31.
5. Лоншакова, О. Е. Количественные показатели развития рынка платных медицинских услуг в Российской Федерации [Текст] / О. Е. Лоншакова, А. И. Фисенко // Вестник научных конференций. – 2017. – № 4-1 (20). – С. 73-74.
6. Минеев, А. Н. Исследования рынка платных медицинских услуг и имиджа медицинской организации [Текст] / А. Н. Минеев // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2017. – № 6 (100). – С. 45.

УДК 332.872.23

#### ТАРИФЫ ЖКХ: ПРИЧИНЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ИХ РОСТ

В.В. Углинская

*Рубцовский индустриальный институт, г. Рубцовск*

Аннотация: Тарифная политика, по мнению многих экономистов, – самое «узкое место» системы ценообразования ЖКХ. Тарифы на услуги ЖКХ растут опережающими темпами, что способствует социальному напряжению населения. В статье рассмотрены причины постоянного роста тарифов на коммунальные услуги, которые не всегда зависят от производителей коммунальных ресурсов.

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) – сектор экономики, который работает по регулируемым ценам и тарифам.

Тарифную политику в сфере ЖКХ формирует Правительство РФ совместно с федеральными органами исполнительной власти – Федеральной службой по тарифам РФ, Минрегионразвития, Минпромэнерго, Минэкономразвития и др., а также региональными и муниципальными органами исполнительной власти в области тарифного регулирования – Региональными энергетическими комиссиями, региональными и

муниципальными комитетами, департаментами, службами по регулированию цен и тарифов.

Тарифы на услуги коммунальных предприятий рассчитываются по специальным методикам и утверждаются соответствующими органами власти.

Существующая реальность в том, что тарифы на эти услуги ежегодно (а порой и 2 раза в год) растут, и злободневный вопрос их якобы необоснованного роста для большинства российских граждан является болезненным и требующим пояснений.

Многие помнят, что в России, около 20 лет назад проблемы оплаты жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ) не существовало в принципе. Так как государство существенно субсидировало предоставление этих услуг населению, в результате чего последнее не знало их реальной стоимости. Именно тогда в общественном сознании сложилось устойчивое представление о том, что электроэнергия, газ, водоснабжение и другие коммунальные услуги изначально не должны иметь высокую цену. Более того, эти услуги стали восприниматься как должное, как естественное общественное благо. Мало кто задумывался о том, что действующая в дореформенный период тарифная система в ЖКХ не обеспечивала предприятиям и организациям данной сферы возмещения даже текущих издержек и не создавала основу для развития.

Этим во многом была обусловлена серьезность ситуации девяностых годов, когда гиперинфляция резко снизила уровень жизни населения, когда государство практически перестало финансировать энергетику и ЖКХ, а тарифы на услуги ЖКХ стали расти опережающими темпами. Именно в этот период «тема тарифов» превратилась в политический инструмент, в средство регулирования социальной стабильности общества.

Современный российский рынок жилищно-коммунальных услуг по-прежнему характеризуется ростом стоимости этих услуг. Информацию о планомерном росте тарифов на услуги ЖКХ за 2010-2018 годы представим в *таблице 1* [1].

Вместе с ростом тарифов наблюдается и определенная тенденция к росту доли расходов на оплату услуг ЖКХ в общем объеме потребительских расходов населения. Изменения удельного веса расходов домашних хозяйств на оплату жилищно-коммунальных услуг в целом по РФ и в Алтайском крае за период с 2010 по 2018 год можно увидеть в *таблице 2*.

Таблица 1

## Средние потребительские тарифы на отдельные виды жилищно-коммунальных услуг [1]

(на конец года, рублей)

Услуги	2010	2016	2017	2018	Индекс роста, %2018/2010
Плата за жилье, за 1 кв.м общей площади	14,28	25,92	28,87	31,10	117,8
Содержание и ремонт жилья, за 1 кв.м общей площади	13,69	27,03	22,40	22,96	67,7
Электроэнергия: в квартирах без электроплит, в пересчете за 100 кВт.ч	232,03	359,02	371,44	387,16	66,8
Водоснабжение холодное, за куб.м	-	25,04	25,64	28,08	-
Водоотведение, за куб.м	-	20,24	21,80	23,23	-
Водоснабжение горячее, за куб.м	71,10	128,67	135,70	143,96	102,5
Газ сжиженный, за месяц с человека	165,79	275,23	278,02	273,55	65
Газ сетевой, за месяц с человека	43,81	68,24	73,04	75,59	72,5
Отопление, за Гкал	-	1735,87	1771,19	1818,60	-
Взносы на капитальный ремонт, за куб.м.	-	-	6,74	7,13	-

Таблица 2

## Удельный вес расходов домашних хозяйств на оплату ЖКУ в общей сумме потребительских расходов [2], %

Регион	2010	2016	2017	2018	Изменение 2018/2010гг, п.п.
Алтайский край	8,9	10,1	10,1	9,5	0,6
Российская Федерация	9,2	10,1	9,7	9,6	0,4

Очевиден рост данного показателя как по России (+0,4 п.п.), так и по Алтайскому краю (+0,6 п.п.).

При изучении статистических данных наблюдаем, что тарифы на коммунальные услуги имеют разные значения по регионам, что обусловлено несходностью в объемах реализации коммунальных услуг, уровнях энергоемкости имеющегося оборудования, степени изношенности сетей и оборудования. Все это, несомненно, влияет на расходы, необходимые для поддержания систем коммунальной инфраструктуры в рабочем состоянии.

Разница присутствует и в доли расходов населения различных регионов на услуги ЖКХ (таблица 3) [2].

Таблица 3

Доля расходов населения на услуги ЖКХ в некоторых регионах за 2018 г. [2]

Регион	Доля потребительских расходов среднестатистической семьи, потраченная на оплату ЖКУ, %	Изменение за год, п.п.	Расходы среднестатистической семьи на ЖКУ в месяц (оценка), руб.
Камчатский край	15,0	0,6	9750
Магаданская область	14,0	-1,1	8105
Ямало-Ненецкий автономный округ	13,5	-2,1	8098
Тюменская область	12,1	3,0	4313
Рязанская область	12,8	1,7	3361
<i>Алтайский край</i>	9,5	-0,6	3019
Севастополь	7,5	1,7	3106
Чеченская республика	7,2	-1,8	2982
Республика Ингушетия	4,8	-1,5	2490
Республика Дагестан	4,6	-1,0	2445
Республика Алтай	7,7	0,6	2374
<i>В среднем по России</i>	9,6	0	4385

Ситуацию, характеризующую изменение коммунальных тарифов в отдельном муниципальном образовании, рассмотрим на примере города Рубцовска, промышленного центра юго-запада Алтайского края, с числом жителей около 140 тысяч человек, *таблица 4*.

Из данных, приведенных в таблице 4, видно, что самый высокий индекс роста тарифов приходится на услугу «отопление» – 88,8%, что превышает уровень инфляции за тот же период примерно в 1,2 раза, а рост доходов населения города Рубцовска Алтайского края – в 1,4 раза [3,4]. Подобная картина характерна практически для всех коммунальных услуг.

В различных источниках делается акцент на то, что рост тарифов на коммунальные услуги – это неизбежное явление, обусловленное рядом причин, которые могут и не зависеть от производителей коммунальных ресурсов (рисунок 1).

Таблица 4

Тарифы для потребителей на отдельные виды жилищно-коммунальных услуг  
в г. Рубцовске [5] (на конец года, рублей)

Услуги	2011	2018	2019	2020 (начало года)	Индекс роста, % 2020/2011
<b>Электроэнергия:</b> в квартирах без электроплит,	2,82	3,92	4,09	4,29	52,1
в квартирах с электроплитами руб/кВт	1,97	3,20	3,33	3,50	77,7
<b>Водоснабжение холодное,</b> руб/куб.м	12,22	16,94	21,52	22,60	84,9
<b>Водоотведение,</b> руб/куб.м	12,98	22,73	26,93	23,72	82,7
<b>Водоснабжение горячее,</b> руб/куб.м (компонент на холодную воду); руб./Гкал (компонент на тепловую энергию)	-	16,94	21,52	22,60	-
руб/куб.м	-	2005,26	2123,69	2353,67	-
руб/куб.м	89,92	140,51	150,12	153,19	70,4
<b>Газоснабжение</b> (сжиженный газ), руб./кг или	20,50	29,10	29,59	30,00	46,3
руб./куб.м.	48,38	68,68	69,84	70,80	46,3
<b>Отопление, руб./Гкал</b>	1246,47	2005,26	2123,69	2353,67	88,8
<b>Обращение с ТКО,</b> руб./куб.м.	-	-	545,95	530,72	-

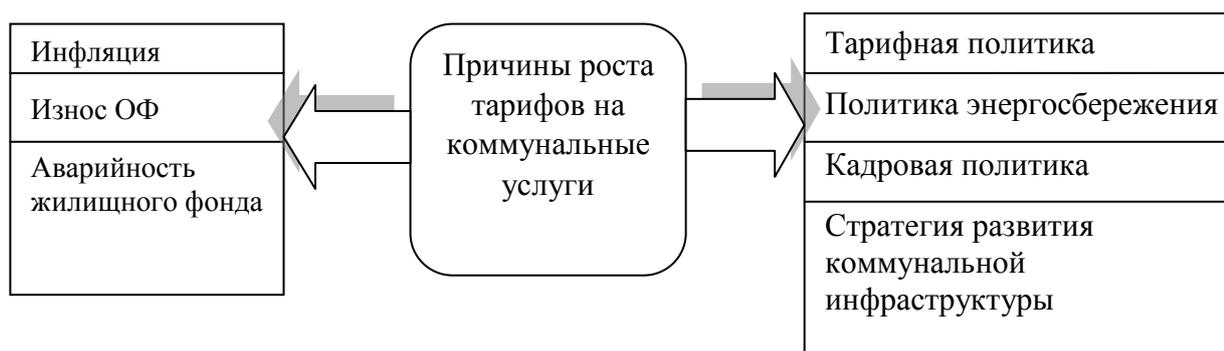


Рис. 1. Основные причины роста тарифов на коммунальные услуги

Попробуем разобраться с этим утверждением, рассмотрев подробнее суть этих причин и возникающие из-за них проблемы.

1) Инфляция. Закономерно, что при утрате денежными средствами своей платежеспособности, за определенную сумму можно приобрести

меньший объем услуг, в результате это влечет за собой необходимость увеличивать тарифы на жилищно-коммунальные услуги.

2) Износ основных фондов – жилых помещений, инженерных систем и оборудования. Согласно данным Росстата [1], степень износа основных фондов на конец 2018 года составила 43%. Общая площадь жилых помещений по проценту износа наглядно показана в *таблице 5*.

Таблица 5

Общая площадь жилых помещений по проценту износа в 2018 году [1]

Процент износа	от 0 до 30	от 31 до 65	от 66 до 70	свыше 70
Общая площадь жилых помещений, тыс. кв. м	001090	1354257	163160	53913

3) Аварийность и обветшание жилищного фонда. В России в ветхих и аварийных домах проживает почти 3 млн. человек. Общая площадь ветхого и аварийного жилья составляет примерно 25 млн. м<sup>2</sup>. При этом только с 2010 по 2018 г. количество ветхого и аварийного жилья увеличилось на 5 млн. м<sup>2</sup>, *таблица 6* [1].

Таблица 6

Удельный вес аварийного жилищного фонда в общей площади всего жилищного фонда (на конец года) [1]

Период	2010	2016	2017	2018	Изменение 2018/2010гг, п.п., тыс. кв. м
Удельный вес, %	0,6	0,6	0,7	0,7	0,1
Аварийный жилищный фонд, тыс. кв. м	20460,4	22722,9	24575,8	25473,8	5013,4

4) Тарифная политика. Считается, что в коммунальном комплексе тарифная политика – самое «узкое место» в системе ценообразования. Это связано с имеющимся кругом основных проблем:

- *несовершенство нормативных документов.*

Применяемая при расчетах тарифов нормативная база морально устарела. Основная часть нормативных документов была разработана в советское время, когда в министерствах, отвечающих за ЖКХ, были целые отделы, разрабатывающие их. В настоящее время эта функция передана в саморегулирующие организации, но и сегодня действуют нормативные документы прошлого, частично переизданные под видом новых.

Порядок установления и расчета величины тарифов за коммунальные услуги определен федеральными законами:

- Федеральный закон РФ «О водоснабжении и водоотведении» от 07.12.2011г. № 416-ФЗ;
- Федеральный закон РФ «О теплоснабжении» от 27.07.2010 г. № 190-ФЗ;
- Федеральный закон РФ «О теплоснабжении» от 27.07.2010г. № 190-ФЗ;
- Федеральный закон РФ «О газоснабжении в Российской Федерации» от 31.03.1999г. № 69-ФЗ;
- Федеральный закон РФ «О электроэнергетике» от 26.03.2003г. № 35-ФЗ;
- Федеральный закон РФ «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса» от 30.12.2004 г. № 210-ФЗ;

*- отсутствие контроля в росте цен на составляющие тарифов коммунальных услуг.*

Согласно существующей системе ценообразования, составляющие расходы, из которых складывается тариф, – не регулируются, а итог (тариф) регулируется. В качестве примера рассмотрим самую дорогую услугу, предоставляемую населению и организациям, – отопление. В тарифе на тепловую энергию примерно 40-60% составляют расходы на топливо. Среди различных видов топлива (газ, нефть, мазут, уголь) самым эффективным является газ. Тарифы на газ в среднем растут на 20%, а зачастую и более. Если стоимость газа выросла на 20% и в структуре тарифа он составляет 50% всех расходов, то тариф уже должен вырасти на 10%. На практике же ограничивают тарифы, к примеру, на 6%, не регулируя цены на газ [6];

*- политическое давление при установлении тарифов.*

Как уже было отмечено, рост тарифов способствует социальному напряжению населения. Однако, если устанавливать тарифы на коммунальные услуги силой политической воли, ничем хорошим это не закончится, особенно для коммунальных предприятий, их недофинансирование приведет к еще большему напряжению, но в будущем. К примеру, возьмем тот же тариф на тепловую энергию, который включает в себя следующие расходы: топливо, заработная плата и отчисления, вода и водоотведение, ремонтные работы, амортизация, прочие цеховые и общехозяйственные расходы. Для нормального функционирования предприятие не может сократить основную часть расходов. Скорее всего придется отказаться от ремонтов, от приобретения новых основных фондов. А это просто «латание дыр», а не современные способы решать проблемы;

*- отсутствие возможности обновления основных фондов.*

Во-первых, часто этой возможности нет из-за остаточного механизма финансирования данных расходов. На практике происходит так: если деньги у предприятия остаются, то основные фонды обновляются, если нет – то нет. На амортизационные отчисления, учитываемые в тарифе, как на механизм финансирования основных фондов, рассчитывать не приходится, так как они очень малы.

Во-вторых, отсутствуют «реальные» механизмы привлечения инвестиций. Инвесторы не желают вкладывать деньги в проблемную отрасль.

### 3) Политика энергосбережения в коммунальном комплексе.

Эта проблема остается острой, так как по-прежнему не решены следующие вопросы:

*- большие потери коммунальных ресурсов.*

Потери достигают до 82% в малых и средних населенных пунктах и до 50% в крупных городах. Выход только в том, что в итоге все эти расходы оплачивают конечные потребители.

*- слабая мотивация производителей коммунальных ресурсов в энергосберегающих мероприятиях.*

Это связано с методиками расчета, когда тариф формируется как затратная часть плюс прибыль, а если предприятие пытается проводить энергосберегающие мероприятия, ему просто в будущем уменьшают затратную часть [6].

*- отсутствие мотивации у ТСЖ, УК, обслуживающих организаций в энергосберегающих мероприятиях.*

В Федеральном законе «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» №261-ФЗ от 23 ноября 2009 года, в п.7. статьи 12, говорится о том, что тот, кто несет ответственность за содержание многоквартирного дома, не реже одного раза в год обязан разрабатывать и доводить до сведения собственников помещений предложения о мероприятиях по энергосбережению и повышению энергетической эффективности в многоквартирном доме, указывая расходы на их проведение и сроки окупаемости предлагаемых мероприятий.

На самом деле, далеко не все Управляющие компании, ТСЖ, уделяют внимание этим мероприятиям. На наш взгляд, это связано с тем, что данные мероприятия, как правило, направлены на уменьшение потерь коммунальных ресурсов непосредственно в многоквартирном доме, а все потери, которые происходят в доме, включаются в общедомовые нужды (ОДН), а их, как известно, оплачивают сами жильцы [6].

### 4) Кадровая политика в коммунальном комплексе.

Большой проблемой, идущей еще из «советских» времен, является нехватка необходимо количества профессиональных кадров, особенно в отдаленных районах. Одна из причин дефицита кадров – отсутствие системы профессиональных учебных заведений и налаженной работы с молодыми специалистами.

### 5) Стратегия развития коммунальной инфраструктуры.

Программа развития систем коммунальной инфраструктуры есть почти у каждого сельского или городского поселения. Но зачастую такие программы лишь формальность, отписка, а реальной программы развития у организаций коммунального комплекса в нет.

Таким образом, причины, влияющие на рост тарифов, остаются практически неизменными. Решаться они должны регулярно, в комплексе,

путем пересмотра нормативной базы, введения регулирования роста цен на расходы, из которых состоят тарифы, системных мероприятий по обновлению основных фондов, программ развития и энергосбережения. А также необходимо создать заинтересованность у всей участников процесса производства и потребления коммунальных ресурсов.

#### Список использованной литературы

1. Жилищное хозяйство в России. 2019: Стат.сб./ Росстат. – Ж72 М., 2019 – 78 с.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2019 г. [Электронный ресурс] – URL: [https://gks.ru/bgd/regl/b19\\_14p/Main.htm](https://gks.ru/bgd/regl/b19_14p/Main.htm) [http://gkh-altay.ru/archives\\_tarify](http://gkh-altay.ru/archives_tarify) (дата обращения: 25.10.2020).
3. Статистический ежегодник « Алтайский край. 2014-2018» [Электронный ресурс] – URL: [https://akstat.gks.ru/storage/mediabank/10040\(1\).pdf](https://akstat.gks.ru/storage/mediabank/10040(1).pdf) (дата обращения: 13.04.2020).
4. Статистический ежегодник « Алтайский край. 2010-2014»
5. Вычислительный центр ЖКХ по Алтайскому краю. Тарифы по Рубцовску [Электронный ресурс] – URL: [http://gkh-altay.ru/archives\\_tarify](http://gkh-altay.ru/archives_tarify) (дата обращения: 23.04.2020).
6. Почему растут тарифы на коммунальные услуги. Независимое мнение. Рубрика: Коммунальные услуги [Электронный ресурс] – URL: [http://gkh1.ru/articles/kommunalnye\\_uslugi/why\\_are\\_growing\\_tariffs\\_for\\_communal\\_services\\_independent\\_opinion/](http://gkh1.ru/articles/kommunalnye_uslugi/why_are_growing_tariffs_for_communal_services_independent_opinion/) (дата обращения: 12.04.2020).

УДК 332.14

### РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

*О.А. Чиркова*

*Рубцовский индустриальный институт (филиал) ФГБОУ ВО «Алтайский  
государственный технический университет им. И.И. Ползунова»*

Аннотация: В статье рассмотрена роль и значение информационного обеспечения в реализации стратегических программ развития муниципальных образований, совершенствовании стратегии, корректировке, принятии управленческих решений

Процесс реализации стратегических программ полноценно осуществить невозможно без соответствующего информационного обеспечения.

Информация обладает высокой значимостью и играет важную роль в реализации стратегических программ муниципального развития и ее совершенствовании, обеспечивает предоставление необходимых сведений для разработки соответствующих докладов, отчетов, уточнений, предложений для выработки и принятия управленческих решений по корректировке,

совершенствовании реализации таких программ, является одним из факторов, позволяющих осуществить снижение затрат, сокращение сроков выполнения программ стратегического назначения развития муниципального образования. Актуальность, достоверность и объективность информации во многом определяют успех реализации стратегических программ.

Планирование, прогнозирование, функционирование, внесение корректировок – данные этапы осуществляются в зависимости от предоставленной необходимой информации. Для принятия обоснованных решений необходимо детально проанализировать все поступающие сведения. В случае, если информация отсутствует или она искажена, то и решение будет принято неправильное, что приведет к неполному выполнению запланированных стратегических целей развития муниципального образования.

Рассмотрим более подробно понятие «информация».

На сегодняшний момент существует множество научных определений понятия «информация». Большинство современных авторов в различных областях деятельности заключили, что единое понятие информации для всех научных направлений сформулировать невозможно, потому что данное понятие будет характеризоваться по-иному в зависимости от направлений научных исследований.

Термин «информация» «происходит от латинского слова «informatio», что означает сообщение, разъяснение, изложение» [2].

Под словом «информация» С.И. Ожегов в своем словаре понимает сведения об окружающем мире и протекающих в нем процессах или сообщения, осведомляющие о положении дел, о состоянии чего-нибудь [5].

В библиографии под информацией понимают сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы представления [3].

В Терминологическом словаре под информацией «понимаются сведения, данные о явлениях, значения качественно-количественных показателей, являющиеся объектами хранения, обработки и передачи и используемые в процессе анализа и выработки практических решений» [6].

Сбор и анализ информации в процессе реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования осуществляются с целью:

- анализа оценки выполнения целей и задач реализации таких программ;
- анализа изучения социально-экономического развития муниципального образования и тенденций изменений;
- «сканирования» поведенческих особенностей развития муниципального образования;
- своевременного выявления отклонений в реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования;
- выявления возможных причин невыполнения поставленных целей в процессе реализации стратегии;

- выявления факторов влияния на процесс реализации;
- определения наиболее эффективных методов и инструментов процесса реализации;
- оценки наступления возможных рисков;
- снижения и минимизации рисков;
- корректировки плана и процесса реализации стратегических программ;
- координации стратегии;
- разработки и осуществления процедур подбора и оценки персонала, осуществляющих реализацию программ стратегического назначения развития муниципального образования;
- выявления интересов персонала, задействованных в реализации стратегических программ развития муниципального образования;
- совершенствования процесса реализации программ стратегического назначения муниципального развития;
- повышения эффективности реализации программ стратегического назначения муниципального развития;
- обоснования принимаемых управленческих решений.

Одними из основных требований, предъявляемых к информации для успешной реализации стратегических программ, является: точность (отражение реальной информации), доступность (при необходимости получения необходимой информации для принятия правильного решения), своевременность (постоянное обновление баз данных), полнота (достаточный объем информации для принятия правильного решения), сравнимость (форма предоставления информации должна давать возможность сравнивать информацию о реализации стратегических программ за разные периоды времени для того, чтобы определить тенденции ее результатов, которая позволит принять мотивированные управленческие решения).

Особо важным значением является информация о возникновении в процессе реализации стратегических программ отклонений от плановых показателей, требующих незамедлительного принятия управленческих решений. С целью внесения корректировок в процесс реализации стратегических программ необходимо провести подробное, развернутое исследование информации, отражающей динамику основных показателей, характеризующих выполнение запланированных показателей реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования, тенденцию изменений экономического, социального и экологического развития муниципального образования, а также динамику показателей, отражающих финансовое обеспечение процесса реализации таких программ и сроков выполнения.

Далее рассмотрим значение понятия «информационное обеспечение».

Под информационным обеспечением можно понимать «важнейший элемент ИС и ИТ, который отражает информацию, характеризующую

состояние управляемого объекта, и является базой для принятия решений управления» [1].

Такие авторы, как Лодон Дж., Лодон К., под информационным обеспечением понимают «набор взаимосвязанных компонентов, которые собирают, обрабатывают, хранят и распределяют информацию, используемую в процессе принятия решений, координации и управления» [4].

Задача развития информационного обеспечения реализации стратегических программ развития муниципального образования имеет не только научную, но и практическую значимость.

Система информационного обеспечения реализации стратегических программ развития муниципального образования должна, по нашему мнению, включать в себя персонал, обеспечивающий сбор, обработку и анализ информации, необходимое оборудование, а также последовательность действий, методы и технологии подготовки, обработки, анализа, оценки, хранения, распределения информации, необходимой для оценки результативности выполнения каждого этапа реализации стратегических программ развития муниципального образования, ее корректировки, планирования мероприятий по совершенствованию.

Организация информационного обеспечения реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования, по нашему мнению, должна строиться в соответствии с такими принципами, как: взаимодействие (постоянный взаимный обмен информацией с целью согласованной работы по достижению запланированных целей реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования, исключения дублирования действий), регулярность (постоянное обновление информации), развитие (сбор, анализ информации в постоянно изменяющейся внешней и внутренней среде), гибкость (система должна быть гибкой под воздействием на нее окружающей среды), структурность (взаимосвязанность компонентов системы информационного обеспечения), своевременность (предоставление всегда актуальной информации).

Суть информационного обеспечения реализации стратегических программ развития муниципального образования, по нашему мнению, состоит в том, чтобы обеспечить необходимой информацией о процессе выполнения стратегических программ развития муниципального образования, сложившейся ситуации, на текущий момент, социально-экономического развития муниципального образования для уменьшения неопределенности интересующих управленцев событий с целью повышения эффективности реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования.

Из вышенаписанного можно заключить, что система информационного обеспечения реализации стратегических программ развития муниципального образования – это организационно-упорядоченная взаимосвязанная совокупность средств и методов, осуществляющих предоставление

необходимых сведений о текущем состоянии процесса реализации стратегических программ, которые позволяют обеспечить решение необходимых задач и достигнуть запланированных целей в системе управления стратегическими программами, совершенствовать процесс реализации программ стратегического муниципального развития, осуществить прогнозирование последствий изменения внешней или внутренней среды развития муниципального образования.

На данный момент, как отмечается некоторыми экспертами, система информационного обеспечения реализации стратегических программ развития муниципального образования пока еще не до конца сформирована.

В целом правильно организованная система информационного обеспечения реализации программ стратегического назначения развития муниципального образования может обеспечить рядом преимуществ в реализации стратегических программ развития муниципального образования:

- организованный сбор информации;
- избежание кризисных ситуаций;
- координация процесса выполнения стратегических программ развития муниципального образования;
- скорость достижения стратегических целей развития муниципального образования;
- улучшение результатов реализации стратегических программ, выраженных в количественном и качественном виде;
- анализ затрат и сроков выполнения стратегических программ.

#### Список использованной литературы

1. Информационное обеспечение: [сайт]. – URL: [https://spravochnick.ru/informacionnye\\_tehnologii/informacionnoe\\_obespechenie/](https://spravochnick.ru/informacionnye_tehnologii/informacionnoe_obespechenie/) (дата обращения: 03.10.2020). – Текст: электронный.
2. Понятие информации и информационной сферы: [сайт]. – URL: [https://jurisprudence.club/informatsionnoe-pravo\\_703/ponyatie-informatsii-informatsionnoy.html](https://jurisprudence.club/informatsionnoe-pravo_703/ponyatie-informatsii-informatsionnoy.html) (дата обращения: 03.10.2020). – Текст: электронный.
3. Библиография: Библиотечные термины / Коллектив. авторов. - Нижневартовск: Муниципальное учреждение "Библиотечно-информационная система", 2012. - 25 с.
4. Лодон, Дж. Управление информационными системами / Лодон Джейн Прайс, Лодон Кеннет; перевод с английского под ред. Д.Р. Трутнева. – СПб.: Питер, 2005. – 912 с.
5. Ожегов, С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов; под ред. Н.Ю. Шведовой. - М.: Русский язык, 1990. – 253 с. - 22-е изд.
6. Педагогика досуга: терминологический словарь / сост. О.Н. Хахлова. — Уфа: Изд-во БГПУ, 2007. – 50 с.

## ПРЕВЕНТИВНАЯ ДИАГНОСТИКА И ЦИФРОВОЙ ПАСПОРТ КАК СРЕДСТВО МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ

*А. Д. Чуприна, Е. К. Грошева*

*Сибирско-Американский Факультет Менеджмента ИГУ*

Аннотация: В статье рассматриваются возможности сочетания превентивной диагностики и цифрового профиля гражданина как средства минимизации рисков в условиях пандемии. Особенно актуально это для "городов-хабов" областей, которые первыми столкнутся с возникшими проблемами (так как остальные города области менее развиты, чем "столичный" город). Цифровой паспорт гражданина позволит собрать данные, необходимые для превентивной диагностики, которая, в свою очередь, позволит области адекватно оценить необходимые запасы (например, необходимое число медицинских работников), которые необходимо постоянно содержать.

Необходимость цифровизации экономики – насущная необходимость в условиях 21 века, которая нашла свое отражение в программе цифровой экономики Российской Федерации. Именно это стремление к цифровизации также послужило причиной создания законопроекта о цифровом профиле граждан и юридических лиц.

Остановимся на том, что такое цифровой профиль или цифровой паспорт гражданина и какие преимущества он дает государству. Цифровой паспорт (ЦП далее) – совокупность данных о гражданах (физических и юридических лицах), которые содержатся в рамках государственных платформ [1]. ЦП позволяет агрегировать в единой базе данных основные объемы информации о человеке в динамике: возраст, состав семьи, образование, заболевания, трудоустройство и так далее. Такой ЦП в условиях стабильности предполагает возможность прогнозирования объемов оказания социальных услуг: например, у человека родился ребенок, значит, этого ребенка надо поставить на учет в поликлинику (значит, увеличится общий объем медицинских услуг, которые потребляет его семья); более того, ребенку в будущем понадобится место в садике, школе и институте. Если речь идет о текущей ситуации, то цифровой паспорт гражданина не только позволит нам оценить общий объем медицинских услуг (и койко-мест), которые сейчас нужны населению (чтобы регион был готов к будущим возможным завозным болезням), но и общее перемещение граждан – речь идет о том, что ЦП позволит оценить объем приезжих из других регионов (если они прилетели на самолете или приехали на поезде), чтобы, опять-таки, скорректировать текущие цели и задачи региона в сфере здравоохранения.

Подведем промежуточные итоги. ЦП позволит регионам:

- Спрогнозировать общий объем услуг, необходимых гражданам и юридическим лицам, во всех сферах;
- Спрогнозировать необходимый объем медицинских услуг в периоды стабильности и кризисов;
- Отслеживать общий поток перемещения граждан между субъектами страны.

Однако для массовой превентивной диагностики нужны объединенные данные из ЦП. Более того, ежедневно обновлять данные в ЦП, при текущих ИТ-системах просто невозможно [2]. Следовательно, далее речь должна закономерно пойти о том, что механизм работы с данными из ЦП должен быть аналогичен механизму работы с big data (это большие объемы неструктурированных данных [3]; ЦП в общем виде дает именно их – не все данные нужны для предиктивной аналитики, и предварительно необходимо будет произвести отбор нужной информации).

Теперь перейдем к превентивной диагностике. Превентивная диагностика в общем плане – это совокупность этапов, которые позволяют распознать различные формы и проявления кризиса в медицинской сфере, а также предотвратить эскалацию ситуации [4].

Далее перечислим основные принципы, которые необходимы для создания адекватной системы превентивной диагностики для системы здравоохранения в целом [5]:

- Собранные данные должны давать возможность идентифицировать уже существующий или будущий системный кризис; например, кризис адекватности уже существующей системы управления и ее эффективности. Это позволит адекватно оценивать ситуацию в сфере здравоохранения в целом, а также выявлять предпосылки возникновения будущих кризисов;
- Система превентивной диагностики должна давать возможность оперативно выявлять ориентиры и точки опоры, которые можно использовать как основополагающие элементы для антикризисных программ (например, программы дальнейшего развития сферы медицинских услуг для противодействия пандемиям);
- Также такая система должна учитывать специфику сезонных заболеваний и общую специфику региона – если мы возвращаемся к «городам-хабам» области, то именно «столичный» город будет самой кризисной точкой области (потому что особенно тяжелые случаи будут отвозить именно туда);

Таким образом, превентивная диагностика позволяет оценить степень готовности сферы здравоохранения области к уже имеющимся и будущим возможным кризисам.

Однако как объединить данные из ЦП и превентивную диагностику, чтобы снизить риски для граждан и для области в условиях кризиса? На самом деле, решение достаточно простое. Механизм сбора данных о гражданах в рамках одной платформы уже присутствует – по такой же схеме работают ГосУслуги, которые уже объединяют часть данных о гражданах. Соответственно, достаточно просто расширить диапазон собираемых данных, сделав акцент на перемещении граждан и на их медицинских историях. Поскольку системе не важны данные об одном человеке (small data), а ей нужны только большие данные (совокупность

агрегированных данных), то мы сразу решаем ряд вопросов, связанных с обеспечением безопасности данных и вопросы, связанные с хранением таких данных. Говоря иначе, механизмы работы с big data просто выявят общие закономерности в данных, а уже анализировать, интерпретировать полученные данные будет система превентивной диагностики.

Подводя итоги: ЦП гражданина (и юридического лица) позволит собрать для каждого региона свой массив, состоящий из больших данных, а именно: среднее число жителей в каждом городе и в целом по области, количество граждан, попадающих в группы риска из-за различных сопутствующих заболеваний. В свою очередь превентивная диагностика позволит спрогнозировать общую нагрузку на систему здравоохранения региона и позволит лучше сформулировать цели и задачи в сфере здравоохранения, чтобы избежать коллапса системы здравоохранения в условиях кризисов.

#### Список использованной литературы

1. Цифровой профиль гражданина – что известно на сегодняшний день [Электронный ресурс]. URL: <https://d-russia.ru/tsifrovoj-profil-grazhdanina-chto-izvestno-na-segodnyashnij-den.html> (дата обращения: 05.10.2020)
2. Цифровой профиль россиян потребует доработки государственных ИТ-систем [Электронный ресурс]. URL: <https://www.comnews.ru/content/203457/2019-12-11/2019-w50/cifrovoy-profil-rossiyan-potrebuuet-dorabotki-gosudarstvennykh-it-sistem> (дата обращения: 09.10.2020)
3. The Age of Big Data [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nytimes.com/2012/02/12/sunday-review/big-datas-impact-in-the-world.html> (дата обращения: 11.10.2020)
4. Ряховская А.Н. Антикризисное управление предприятиями: Учебное пособие / Под ред. А.Н. Ряховской. – 2-е изд., доп., - М.: ИПК госслужбы, 2011. – 314 с
5. Тайгибова Т.Т. Применение методики превентивной диагностики в управлении учреждениями сферы медицинских услуг в условиях кризиса. Вестник Дагестанского государственного технического университета. Технические науки. 2014;34(3):129-137.

ББК 65.050.23

### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЛЕНИНСК-КУЗНЕЦКИЙ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

*Т.А. Якушина*

*АО «СУЭК-Кузбасс» (г. Ленинск-Кузнецкий, Россия)*

Аннотация: В статье рассмотрены основные подходы к решению проблем развития монопрофильных поселений. На основе анализа мировой практики и предложений о развитии моногородов в РФ, представленных в научной литературе, выявлено три основных сценария развития моногородов. Представлены квалификационные признаки и характеристики городов, которым должен соответствовать моногород при выборе того или

иного сценария развития. Предложенный методологический подход проиллюстрирован на примере г. Ленинск-Кузнецкий Кемеровской области. На основе анализа текущего состояния экономики моногорода и развития его градообразующего предприятия обоснована перспективность диверсификации экономики моногорода с постепенным преодолением его монопрофильности (как основополагающего сценария развития города) на основе развития АО «СУЭК-Кузбасс» как градообразующего предприятия.

Исследование подходов решения проблемы моногородов, используемых в мировой практике [7,8,9], а также предложений отечественных ученых относительно вариантов преодоления кризиса в российских моногородах [1,3] позволяет выделить три основных сценария их развития:

1. Обновление производственных мощностей и смена профиля деятельности градообразующих предприятий. В рамках данного сценария реализуются мероприятия, направленные на привлечение инвестиций в моногород. Его реализация определяется наличием у моногорода соответствующего потенциала для развития новых видов деятельности (географического, инфраструктурного, кадрового, инновационного и пр.) и возможностью привлечения существенных финансовых вложений. Результатом реализации данного сценария является смена вида деятельности градообразующего предприятия.

2. Диверсификация экономики моногорода с постепенным преодолением его монопрофильности. Сценарий предполагает активное развитие видов экономической деятельности, отличных от профиля деятельности градообразующего предприятия. Реализуются меры, направленные на расширение ассортимента и номенклатуры производимых градообразующим и иными предприятиями города товаров, развитие производственной и социальной инфраструктуры, увеличение доли малого и среднего предпринимательства в общем объеме производства, активное внедрение инновационных технологий в сектор производства и обслуживания. Реализация данного подхода определяется наличием у моногорода и/или градообразующего предприятия потенциала для диверсификации деятельности и возможностью осуществления мер поддержки по развитию новых видов экономической деятельности, в том числе финансовых.

3. Расселение моногорода. Используется в исключительных случаях, и лишь тогда, когда динамика социально-экономического развития является отрицательной, у моногорода отсутствует потенциал для развития новых видов деятельности, а продукция градообразующего предприятия неконкурентоспособна и отсутствуют ее потенциальные потребители. Применительно для добывающих отраслей промышленности основанием для применения такого сценария развития моногорода является полное исчерпание запасов природных ресурсов.

При определении возможных подходов развития конкретного моногорода следует исходить из тщательного анализа текущего состояния городской экономики и деятельности градообразующего предприятия, оценки влияния

внешних факторов на развитие города и его основных предприятий и их потенциальных возможностей развития.

На наш взгляд, критериями выбора сценария решения проблем развития моногорода являются:

- характер диверсификации функций градообразующего предприятия (предприятий) позволяет определиться с возможными мерами по развитию моногорода. Если экономика города не диверсифицирована и он при этом испытывает серьезные экономические трудности, то вариантом его развития является обновление производственных мощностей и смена профиля деятельности градообразующих предприятий;

- взаимообусловленность городской экономики и деятельности градообразующего предприятия позволяет оценить перспективы выживания и развития моногорода в условиях принятия мер по развитию градообразующего предприятия;

- стратегический характер моногорода (для государства и общества) обуславливает целесообразность дальнейшего существования моногорода и возможности развития в нем иных видов деятельности, за исключением той, которая является градообразующей;

- эластичность социально-экономического развития моногорода к изменению внешних экономических факторов позволяет оценить возможности будущего развития моногорода в условиях растущей рыночной конъюнктуры;

- потенциал развития моногорода и уровень его текущего использования определяет перспективы развития моногорода в целом.

Часть из предложенных критериев уже обоснованы в отдельных исследованиях [5], другие (второй и пятый) предложены автором.

Рассмотрим данные критерии на примере одного из российских моногородов - г. Ленинск-Кузнецкий.

Ленинск-Кузнецкий городской округ расположен в самом центре Кузбасса, в близости к административному центру Кемеровской области – городу Кемерово, на пересечении автомобильных дорог федерального и регионального значения, в западной части Кемеровской области, в центре Кузнецкой котловины. Существующая автодорожная сеть обеспечивает связь с югом и севером Кузбасса, с Томской и Новосибирской областями, Алтайским и Красноярским краем.

Основное природное богатство территории – каменный уголь. Горные отвалы шахт занимают 65-70 % территории Ленинска-Кузнецкого. По качественным показателям это длиннопламенные и газовые угли с малой зольностью и очень низким содержанием серы и токсичных примесей. Большая часть добываемых углей используется для энергетических целей, меньшая – для металлургии (коксование). Угли некоторых пластов могут быть использованы для получения искусственного жидкого топлива.

Город обеспечен сырьевой базой для производства кирпича. Месторождения строительных песков (некондиционных) расположены в

пойменной части р. Иня на территории, административно относящейся к Ленинск-Кузнецкому району. Также за пределами города расположены месторождения кварцевых песков, третичных глин, известняков. Вблизи села Красное известно месторождение марганца.

Основу жизнедеятельности городского округа формируют промышленные предприятия различных отраслей – угледобывающей, машиностроения, химической, строительных материалов, а также легкой и пищевой. Экономика городского округа имеет сырьевую направленность. Промышленность доминирует в экономической структуре городского округа и определяет общий характер складывающейся экономической ситуации.

Градообразующим предприятием городского округа является Филиал АО «Сибирской угольной энергетической компании» в Кузбассе (далее – АО «СУЭК-Кузбасс»).

Необходимо отметить, что в структуре промышленного производства угольная отрасль занимает более 80 %. На ближайшие годы угольная отрасль остается доминирующей и в общем объеме производства (более 70 %). За 2018 год величина этого показателя составляла 83,3 %. Второе место в промышленном производстве занимают предприятия обрабатывающей отрасли (13,7 %), особенностью которой является тесная связь с угольными предприятиями. При этом удельный вес обрабатывающей отрасли в общем объеме промышленного производства за 2019 год составил 17,9 % (2018 г. – 14,0 %) (таблица 1).

Таблица 1 - Структура промышленного производства Ленинск-Кузнецкого городского округа (отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами) [6]

№	Вид деятельности	2018 г., млн.руб.	уд.вес .%	2019 г., млн.руб	уд.вес. %
Всего		62 163,8	100	61 409,4	100
в том числе по видам экономической деятельности					
1.	Добыча полезных ископаемых	51 761,8	83,3	48 313,9	78,7
2.	Обрабатывающие производства	8 718,1	14,0	11 002,4	17,9
3.	Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	1 184,1	1,9	1 479,7	2,4
4.	Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	499,8	0,8	613,4	1,0

Объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг собственными силами в промышленном производстве в 2019 году

составил 61 409,4 млн. рублей. При этом следует отметить положительную динамику величины отгруженных товаров предприятий города. За последние 4 года прирост показателя составил более 180%.

Положительную динамику также имеют основные бюджетные показатели моногорода (таблица 2). В 2019 г. доходы местного бюджета Ленинск-Кузнецкого городского округа 4 264,5 млн. руб. Подавляющая часть из которых (около 72%) была сформирована за счет безвозмездных поступлений от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации. За счет налоговых доходов было сформировано менее 25% доходов бюджета, из которых 2/3 приходится на федеральный налог на доходы физических лиц, в части, зачисляемой в местные бюджеты. Собственно местные и региональные налоги, зачисляемые в местный бюджет», дают менее 9% доходов бюджета Ленинск-Кузнецкого городского округа, при этом субъектами малого предпринимательства в виде единых налогов (налог на совокупный доход, единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности, единый сельскохозяйственный налог) формируется около 3 % доходной части бюджета.

Из всех доходов местного бюджета опережающими темпами из числа источников, имеющих существенное значение для формирования доходной базы местного бюджета, растут доходы от взимания налога на доходы физических лиц, что подтверждается данными о постоянном повышении заработной платы на АО «СУЭК-Кузбасс» как градообразующем предприятии муниципального образования и в бюджетных организациях, работающих на территории городского округа (учреждения образования, культуры, физической культуры и спорта, здравоохранения и пр.)

По данным Администрации Ленинск-Кузнецкого городского округа, доля поступлений градообразующего предприятия составляет 30 % от собственных доходов бюджета, что еще раз подтверждает значимость деятельности АО «СУЭК-Кузбасс» для экономики городского округа [4].

По объему инвестиций Ленинск-Кузнецкий городской округ занимает 5 место среди 16 городских округов (таблица 3).

Таблица 2 -Показатели доходов местного бюджета Ленинск-Кузнецкого городского округа [4]

Показатель	2015 г., тыс. руб.	2016 г., тыс. руб.	2017 г., тыс. руб.	2018 г., тыс. руб.	2019 г.		
					тыс. руб.	в % к итогу	в % к 2015 г.
Доходы местного бюджета, фактически исполненные, всего	3335766	3729708	2920525	3377108	4264527	100,0	127,8
из них:							
Налог на доходы физических лиц	427015	463742	483222	542772	672594	15,8	157,5
Налоги на совокупный доход	64584	60384	49269	83627	92826	2,2	143,7
Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности	62820	56917	46599	45646	46493	1,1	74,0
Единый сельскохозяйственный налог	711	2178	2123	1582	1973	0,05	277,5
Налоги на имущество	124109	116261	143875	96351	119361	2,8	96,2
Налог на имущество физических лиц	4764	6626	11203	11552	13907	0,3	291,9
Земельный налог	116082	106384	129147	80987	101465	2,4	87,4
Безвозмездные поступления от других бюджетов бюджетной системы Российской Федерации	2352694	2573502	1966305	2342412	3067649	71,9	130,4
Из общей величины доходов - собственные доходы	1872459	2257965	1534566	1852804	2551583	59,8	136,3

По итогам 2019 года инвестиции в основной капитал по всем предприятиям и организациям за счет всех источников финансирования составили 16 931,1 млн. рублей, что на 46,6 % больше, чем в 2018 году (за 2018 г. – 11 552,7 млн. рублей), из них по крупным и средним предприятиям – 15 691,5 млн. рублей. Удельный вес собственных средств в инвестициях в основной капитал по крупным и средним предприятиям составил 97,5 %, или 15,3 млрд. рублей, и привлеченных средств – 2,5 % (388,3 млн. рублей). Основная доля инвестиций в основной капитал по крупным и средним предприятиям приходится на вид экономической деятельности – добыча полезных ископаемых 86,8 % (13 617,2 млн. рублей). А в целом на долю

предприятий группы АО «СУЭК-Кузбасс» 97% и более инвестиционных вложений. Эти вложения определяют потенциал развития градообразующего предприятия и Ленинск-Кузнецкого городского округа в целом. За анализируемый период АО «СУЭК –Кузбасс» получено более 30 лицензий на осуществление добывающей деятельности.

Таблица 3 - Объем инвестиций в основной капитал по Ленинск-Кузнецкому городскому округу (тыс. руб.) [6]

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Инвестиции в основной капитал за счет средств муниципального бюджета	333279	267115	153414	80203	235540
Инвестиции в основной капитал, осуществляемые организациями, находящимися на территории муниципального образования (без субъектов малого предпринимательства)	5088944	5296845	8463344	10432519	15664826
Инвестиции в основной капитал организаций муниципальной формы собственности	719131	298008	75346	215878	141893

Проведенный анализ отчетливо показывает сопряженность развития Ленинск-Кузнецкого городского округа и АО «СУЭК-Кузбасс». В этих условиях развитие муниципального образования детерминировано развитием его градообразующего предприятия. Следует признать, что перспективы развития градообразующего предприятия АО «СУЭК-Кузбасс» в обозримом будущем не вызывают сомнений. В соответствии с исследованием, проведенным аналитиками АО «СУЭК-Кузбасс», глобальными тенденциями энергетического рынка и рынка угля в обозримом будущем станут:

- к 2040 году спрос на электроэнергию вырастет на 60% (среднегодовой рост составит около 3%), при этом 85% спроса будет приходиться на долю развивающихся стран и в первую очередь стран Юго-Восточной Азии;

- стабильный глобальный спрос на уголь, как на один из основных энергоносителей, который сохранит данный статус до 2040 г. Потребление угля в энергетике в ближайшие 20 лет вырастет на 17%, а общая доля энергетики в потреблении угля достигнет 35% [2].

На основании проведенного анализа составим матрицу выбора сценария развития г. Ленинск-Кузнецкий (таблица 4).

Таблица 4 - Матрица выбора сценария развития г. Ленинск-Кузнецкий

№	Критерий классификации моногородов	Характеристика моногорода	Сценарий развития		
			1	2	3
1.	Характер диверсификации функций градообразующего предприятия (предприятий) [5]	моногорода, где единственная функция реализуется ограниченным числом (одним, двумя) градообразующих предприятий, выпускающих недиверсифицированную продукцию, значительная часть которой поступает не на конечное потребление, а на последующую переработку		+	
		моногорода, где единственная функция реализуется ограниченным числом (одним, двумя) градообразующих предприятий, выпускающих диверсифицированную продукцию	+		
		моногорода, где единственная функция реализуется несколькими технологически взаимосвязанными между собой предприятиями	+		
		моногорода, где вокруг функции-доминанты формируется сочетание ориентированных на нее отраслей и видов деятельности, т. е. происходит формирование специализированного комплекса		+	
2.	Взаимообусловленность городской экономики и деятельности градообразующего предприятия	динамика социально-экономических показателей города прямо пропорционально показателям градообразующего предприятия (траектория: развивающийся город – развивающееся градообразующее предприятие)	+	+	
		динамика социально-экономических показателей города прямо пропорционально показателям градообразующего предприятия (стагнирующий город – стагнирующее градообразующее предприятие)			+
		динамика социально-экономических показателей города обратна пропорциональна показателям градообразующего предприятия (траектория: развивающийся город – стагнирующее градообразующее предприятие)	+		
		динамика социально-экономических показателей города обратна пропорциональна показателям градообразующего предприятия (стагнирующий город – развивающееся градообразующее предприятие)		+	
3.	Стратегический характер моногорода (для государства и общества) [5]	моногорода, не имеющие стратегического значения			+
		«открытые» стратегически значимые моногорода	+	+	
		«закрытые» стратегически значимые моногорода		+	

4.	Эластичность социально-экономического развития моногорода к изменению внешних экономических факторов его текущего использования [5]	моногорода, социально-экономическое развитие которых положительно эластично к тенденциям экономического роста и отрицательно эластично к проявлениям экономического кризиса		+	
		моногорода, отрицательно эластичные к явлениям кризиса и относительно индифферентные к тенденциям роста экономики	+	+	
		моногорода, положительно эластичные к тенденциям роста экономики и относительно индифферентные к кризису		+	
		моногорода, социально-экономическое развитие которых неэластично к изменению внешних экономических факторов	+	+	+
5.	Потенциал развития моногорода и уровень его текущего использования	моногорода, не обладающие существенно значимым потенциалом развития			+
		моногорода, имеющие потенциал, но не использующие его для целей развития		+	
		моногорода, имеющие и использующие потенциал развития	+		

Как видно из представленной таблицы по всем из предложенных критериев обоснования выбора и возможных сценариев развития (отмечены знаком «+»), г. Ленинск-Кузнецкий соответствует сценарию, предполагающему диверсификацию экономики моногорода с постепенным преодолением его монопрофильности (выделено черным фоном). При этом диверсификация экономики города должна, главным образом, строиться на основе расширения ассортимента и номенклатуры товаров, производимых градообразующим предприятием. Так как только АО «СУЭК-Кузбасс» обладает потенциалом для реализации мер по диверсификации городской экономики.

#### Список использованной литературы

1. Алпатов Г.Е., Якушкина А.А. Влияния состояния градообразующих предприятий на устойчивость моногородов // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия Экономика и экологический менеджмент.- 2017.- № 2. – С. 14
2. Годовой отчет АО «СУЭК-Кузбасс» за 2019 // [http://www.suek.ru/investors/reporting/#year\\_19](http://www.suek.ru/investors/reporting/#year_19). – Режим доступа свободный (Дата обращения 15.02.2020 г.)
3. Емельянова Е.В., Харчикова Н.В. Проблемы моногородов в России и перспективы их развития // Научные записки ОрелГИЭТ.- № 3 (31). – 2019. – С. 13
4. Ленинск-Кузнецкий городской округ: официальный сайт.- Режим доступа: <https://leninsk-kuz.ru/> (свободный, дата обращения 14.04.2020 г.)

5. Коновалова Т.А. К вопросу о понятии, сущностных чертах и классификации монопромышленных городов/ моногородов // Региональная экономика: теория и практика. - 2012.- № 36.- С. 41-50.

6. Показатели, характеризующие состояние экономики и социальной сферы муниципального образования/ Городские округа Кемеровской области/ Ленинск-Кузнецкий городской округ за 2025-2019 гг. // БД ПМО Кемеровской области. – Режим доступа: [https://www.gks.ru/scripts/db\\_inet2/passport/pass.aspx?base=munst32&r=32719000](https://www.gks.ru/scripts/db_inet2/passport/pass.aspx?base=munst32&r=32719000) (своеюодный, дата обращения 14.04.2020 г.)

7. Рыженков А.В. Современные проблемы диверсификации моногородов // Известия Уральского государственного экономического университета. - 2011. - № 6 (38). - С. 63

8. Dinius O., Vergara A. Company Towns in the Americas: Landscape, Power, and Working-Class Communities (Geographies of Justice and Social Transformation). Athens, Georgia: University of Georgia Press, 2011.

9. Tonts M., Plummer P., Lawrie M. Socio-economic wellbeing in Australian mining towns: a comparative analysis // Journal of Rural Studies. – 2012.- №28 (3). – Pp. 288–301.

## СЕКЦИЯ 3: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ НА ПРЕДПРИЯТИИ

ББК 65.32

### ПРОБЛЕМЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ АПК

*Т.М. Берлова, С.А. Тузовская*

*Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова  
(г. Барнаул)*

В статье изложены основные проблемы сбытовой деятельности, с которыми сталкивается большинство перерабатывающих предприятий АПК, расположенных в сельских районах Алтайского края. На примере конкретного предприятия предложены практические шаги, позволяющие, с использованием современных технических возможностей, увеличить эффективность обработки заказов, расширить круг посредников и потребителей продукции, повысить узнаваемость организации, при ограниченном бюджете.

Сбытовая деятельность является важным инструментом в обеспечении рентабельности предприятия. Успешная реализация выпускаемой продукции - залог максимизации прибыли и, как следствие, возможность расширенного воспроизводства, развития социально-экономической сферы предприятия.

Под сбытовой деятельностью следует понимать комплекс процедур продвижения готовой продукции на рынок и организацию расчетов за нее. В комплекс процедур продвижения товара включается изучение рыночной ситуации, прогноз сбыта произведенной продукции, формирование спроса на произведенную продукцию, получение и обработка заказов от покупателей, упаковка и подготовка продукции к отправке, отгрузка продукции на транспортное средство и транспортировка к месту продажи или назначения [1, с. 246].

Сравнение научных исследований критериев и показателей оценки эффективности сбыта показало, что точек зрения достаточно много. Все они сходятся во мнении, что для обеспечения эффективного сбыта необходимо организовать высокий уровень удовлетворенности покупателей; оптимальный уровень товарных запасов и уменьшить время, затрачиваемое потребителем на прохождение воронки продаж [2, с. 128].

Анализ хозяйственной практики предприятий АПК, расположенных в сельских районах Алтайского края, показывает, что не уделяется должное внимание маркетинговой деятельности, инструментам инновационного управления при продвижении продукции, недостаточно применяются гибкие ценовые и неценовые методы реализации продукции. Основной причиной такого положения дел руководители предприятий считают недостаток ресурсов (финансовых и человеческих) на осуществление этой деятельности, а также уверенность в ее бесполезности. На большинстве предприятий организационная структура не менялась с советских времен и ориентирована, в первую очередь, на производство. Появление должности «Маркетолог» или

«Отдела маркетинга», скорее, дань моде, чем реальное движение в сторону современного подхода к производству и реализации продукции, учитывающего запросы рынка и потребителя. «Маркетинговая деятельность» сводится к сотрудничеству с рекламными агентствами, изготавливающими и размещающими стандартный набор рекламных средств, чаще всего без оценки целевой аудитории. Результаты такой рекламной деятельности подтверждают мнение руководства о том, что вложение средств в продвижение продукции неэффективно.

Повышения эффективности производственно-сбытовой деятельности предприятия пытаются достичь путем снижения экономических издержек, совершенствования системы товародвижения, расширения рынков сбыта, поддержания имиджа производителя качественной натуральной продукции.

В качестве примера рассмотрим предприятие, расположенное в селе Алтайское. Оно ведет свою историю с 1930 года, когда был образован колхоз, в пятидесятые годы двадцатого века, стало совхозом. В 90-х годах в результате приватизации предприятие преобразовалось в акционерное общество, а затем в общество с ограниченной ответственностью. Основные виды деятельности: выращивание зерновых и зернобобовых культур, которые идут на переработку в комбикорма, для откорма собственного поголовья крупного рогатого скота молочного и мясного направления. Сырое молоко реализуется на местный маслосырзавод, мясо крупного рогатого скота направляется для производства мясных консервов и в столовые местных школ и детских садов. Дополнительный вид деятельности предприятия: переработка овощей, фруктов, мяса (изготовление консервов). Для производства консервированной продукции выращиваются плодово-ягодные культуры. Организация производит: соки фруктовые прямого отжима неосветленные, консервы мясные, маринады овощные, каши с мясом, вторые обеденные блюда, повидло плодое и ягодное, фрукты (ягода) протертые или дробленые с сахаром, варенье фруктовое, джемы фруктовые, расфасованные в стеклянные банки емкостью от 0,5 до 3 литров.

Сырое молоко и мясо реализуются напрямую потребителям в селе Алтайское. Соки, мясные, овощные и фруктовые консервы, в основном, продаются через посредников. Часть продукции реализуется местным предприятиям, которые производят выпечку (сдобу, печенье), и используют повидло для своих изделий.

Продукция поставляется в районы Алтайского края, Республику Алтай, Кемеровскую и Новосибирскую области. Существующая система сбыта продукции включает отдел поставок, взаимодействующий с фирмами-посредниками. Имеется специализированная торговая площадь в селе Алтайское. Доставка продукции до потребителей осуществляется либо собственным автотранспортом, либо автомобилями компаний, специализирующихся на грузоперевозках, либо оптовые посредники сами занимаются вывозом товара. Данные вопросы решаются персонально с каждым

конкретным клиентом. Сравнительный анализ, проведенный по методике Куценко Е.И., подтвердил эффективность данных каналов товародвижения, так как издержки на содержание собственной торговой сети превосходят разницу розничных и оптовых цен на продукцию.

Деятельностью по продвижению продукции занимается лично руководитель предприятия. Несколько лет назад с привлечением рекламного агентства, был создан и размещен баннер в селе Алтайское. Существует сайт предприятия, на котором представлена продукция и контакты предприятия [3]. Вероятно, сайт был создан для поддержания имиджа предприятия, которое производит экологически чистую и качественную продукцию из собственного сырья, по «советским» технологиям, ориентированного, в первую очередь, на человека, который заботится о своем здоровье и выбирает качественные продукты питания. Именно таким предприятие много десятков лет знали не только на территории Сибирского региона, но и далеко за его пределами. Сырьё проходит обработку при невысокой (65–70°C) температуре в вакуум–аппарате, после чего продукт расфасовывается в стеклянную тару, прошедшую первичную тепловую обработку паром, затем стерилизуется. Благодаря сложной и щадящей обработке удается избежать применения консервантов, ароматизаторов, красителей, стабилизаторов, загустителей и других химических добавок и сохранить полезные свойства продукта, что и является сегодня основным преимуществом на рынке продуктов питания. При этом цена на продукцию является средней по рынку.

Но низкий уровень функциональных возможностей сайта не помогает предприятию привлечь новых покупателей, посредников, облегчить заключение сделок и просто сформировать образ современной мобильной компании, идущей в ногу со временем и использующей все современные инструменты коммуникации.

На предприятии не изучается товарная и ценовая политика, политика продвижения, проводимые конкурентами, которые должны приниматься во внимание при планировании сбытовой деятельности предприятия.

Конкуренты предлагают потребителю очень разнообразный ассортимент продукции. Особенно в сегменте соков наблюдается огромное разнообразие видов, вкусов и упаковок товаров. Производители стараются учесть все возможные нюансы запросов потребителей, сделать потребление удобным в любой ситуации. В таких условиях даже качественный товар, но расфасованный в стеклянные банки, особенно по 3 литра, сразу теряет большую часть потребителей.

Продукцию сельских производителей очень сложно найти на полках крупных торговых сетей. Это место занято крупными производителями, имеющими высокую долю рынка, разнообразный ассортимент и финансовые возможности для активного продвижения своей продукции. Широкий ассортимент фруктового, овощного пюре, соков и нектаров изготавливают как отечественные, так и зарубежные торговые марки. Исследуемое предприятие

основную часть продукции реализует через постоянных клиентов, небольшие розничные магазины, расположенные в Алтайском и близлежащих районах.

Для повышения эффективности сбытовой деятельности руководству предприятия, в первую очередь, необходимо осознать, что маркетинговый подход в организации производственно-хозяйственной деятельности давно стал реальным инструментом, повышающим основные финансово-экономические показатели организации, если он реализуется на высокопрофессиональном уровне. Отправной точкой должно стать повышение удовлетворенности потребителей производимой продукцией. И здесь необходимо двигаться в направлении поиска такой упаковки, которая станет дополнительным поводом приобрести качественный товар, а не отказаться от него.

Учитывая финансовые проблемы предприятия, можно порекомендовать начать совершенствование сбытовой деятельности с наименее затратных мероприятий, например, обновления официального сайта предприятия. Основными направлениями модернизации сайта должны стать:

- налаживание организации Интернет-заказов;
- подключение платежных систем;
- создание интерактивной флеш-карты проезда;
- установка счетчика статистики посещений.

Чтобы сайт отвечал всем современным требованиям, необходимо привлечь специалистов для проведения следующих работ: создание каталога интернет-магазина, разработка структуры базы данных для сложного каталога, структуризация баз данных, создание расширенной поисковой системы по каталогу, внесение прайс-листа из текстового файла, настройка передачи данных, личный кабинет, регистрация пользователей (вход по паролю), надстройка Чат/Форум, регистрация сайта в поисковых системах и каталогах. Модернизация сайта обойдется в сумму менее 50000 рублей.

Одним из дополнительных средств продвижения товаров выступают информационные порталы, которые являются современной торговой площадкой. Наиболее подходящим для данного предприятия является портал АгроСервер.ру – Российский агропромышленный сервер сельскохозяйственной продукции. Данный портал позволяет оперативно размещать информацию на web-страницах, привлекать к работе по созданию контента различные организации, ускорить доступ к информации, без учета места нахождения пользователя, привлечь дополнительные финансовые ресурсы и многое другое. Стабильное размещение в течение года стоит чуть более 40000 рублей.

Возможности продвижения товара в современном мире огромны, и значительную часть занимают социальные сети. Создание и развитие такого коммуникационного канала эффективно и при этом вполне доступно. Для продвижения нужно иметь аккаунт в социальных сетях и наполнять его интересной информацией. Предлагаем воспользоваться продвижением продукции предприятия через Instagram.

Instagram – это социальная сеть для публикации фотографий и видеороликов. На данный момент количество пользователей превышает 1 миллиард человек. По популярности в мире уступает только Facebook. Instagram отличается высокой активностью участников, которые заходят в приложение раз в день и чаще. Публикация должна содержать красочные и качественные визуальные материалы.

Для продвижения аккаунта необходимо:

- Создать страницу, логотип компании следует загрузить в фото профиля. Кратко описать суть бизнеса, указать контактную информацию (адрес официального сайта, контакты для общения).
- Хорошо проработать стратегию продвижения в Instagram. Подготовить 10 первых постов, таких, чтобы читателю сразу же захотелось прочитать одиннадцатый. Составить план публикаций и придерживаться его. Яркие и уникальные страницы не останутся незамеченными, даже в многообразии контента.
- Использовать прямые трансляции. Многие уже оценили эффект, который может принести live video.
- Разбавить имиджевые фотоизображения фотографиями рабочего процесса, повседневной жизни коллектива.
- Обязательно освещать мероприятия: участие в выставках, благотворительных или спортивных мероприятиях, это всегда привлекает внимание и собирает много комментариев.
- Добавить интерактив: предлагать и вовлекать. Это позволит выстроить двустороннюю коммуникацию с аудиторией. Можно предложить придумать надпись к изображению или задать вопрос для обсуждения, таким образом, выяснять запросы потребителей.
- Использование хэштегов. Необходимо собрать и отсортировать популярные хэштеги, соответствующие тематике публикуемого материала, потом, когда накопится много уникального контента, будет проще использовать конкретные хэштеги под определенные проекты и кампании.
- Постоянно проводить мониторинг новых подписчиков: среди них может оказаться много полезных контактов. Необходимо следить за комментариями, обязательно реагировать на негативные отзывы - управление репутацией в социальных сетях должно также стать зоной ответственности того, кто занимается продвижением в Instagram.

Реализация предложенных мероприятий поможет предприятию с минимальными затратами повысить узнаваемость продукции за пределами района и края, значительно расширить круг потенциальных покупателей и посредников, наладить с ними устойчивую коммуникацию, а возможность приема заказов и их оплаты в онлайн режиме становится особенно актуальной для выживания предприятия в условиях пандемии.

### Список использованной литературы

1. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник / В. Т. Гришина, Л. А. Дробышева, Т. Л. Дашкова и др.; под ред. Ю. В. Морозова, В. Т. Гришиной. – 9-е изд. – Москва: Дашков и К°, 2018. – 446 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495786>. – ISBN 978-5-394-02263-0. – Текст: электронный.
2. Казымова, Е. В. Критерии и показатели оценки эффективности сбытовой деятельности / Е. В. Казымова, Н. И. Морозова // Вестник Тверского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. – 2018. – № 4. – С. 125–131. – ISSN 2219–1453.
3. АО «Мичуринец»: экологически чистые продукты из предгорий Алтая: сайт. – село Алтайское, 2014–2020. – URL: <http://michurinets.com>

ББК 65.28

### ПРОИЗВОДСТВО НОВЫХ КАТАЛИТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МИНЕРАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ «ЗЕЛеной» ЭКОНОМИКИ

*Н. Н. Горлова, Г.В. Медведев*

*Алтайский государственный технический университет им. И.И.Ползунова  
(г. Барнаул)*

Развитие экономики как на макро-, так и на микроуровне на сегодняшний день во многом определяется комплексом реализуемых мероприятий, позволяющих устойчиво развиваться всем государствам. Перспективной является реализация инновационных решений как на отдельных предприятиях, так и отраслях в целом для реализации принципов «зеленой» экономики.

Состояние экономики многих государств в последнее время определяется возникающими кризисами различного происхождения, что указывает на несовершенство реализуемой модели развития.

К одному из недостатков можно отнести то, что социальные и экологические проблемы ушли на второй план. Вместе с тем, активное загрязнение объектов биосферы в результате осуществляемой хозяйственной деятельности влечет за собой увеличение затрат на здоровье населения государства и может составлять 4-6% от ВВП [1]. Используемые технологические подходы в большинстве случаев не отвечают современным требованиям ресурсо-, энергосбережения. Образующиеся отходы производства настолько глобальны, что затраты на их утилизацию в скором времени будут приравнены к затратам на производство целевого продукта.

Одним из вариантов выхода из сложившейся ситуации является повышение уровня технического развития производства, позволяющее решить максимальное количество возникающих производственных проблем при сокращении дополнительных затрат и получении максимального положительного экономического и социального эффекта.

Прошедшая 13-23 июня 2012 года в Рио-де-Жанейро Всемирная конференция ООН показала странам новые возможности в направлении «устойчивого» развития, которое включает как разработку, так и реализацию принципов «зеленой экономики».

Одной из характерных особенностей «зеленой экономики» является ее антикризисный подход, учитывающий множество факторов, учитывающих экологическую направленность используемых инноваций и производственно-экономические интересы производителей.

Основные принципы «зеленой экономики» заключаются в следующем:

- устойчивость, как понимание необходимости рационально использовать природные ресурсы на всех уровнях потребления и производства;
- справедливое и достойное отношение к природе и ее ресурсам, позволяющее сохранить достойную среду для жизни будущих поколений;
- управление и гибкость при осуществлении деятельности, реализуемое через ответственность за негативное воздействие на составляющие биосферы, соблюдение принятых экологических стандартов;
- реализация «принципа здоровой планеты» должно осуществляться через переориентацию инвестиционной политики в направление сохранения и восстановления объектов биосферы.

Реализация принципов «зеленой экономики» связано с сокращением финансирования и инвестирования экологически вредных производств и отраслей в целом, увеличением для них налоговых тарифов; внесением изменений в существующую систему штрафов за выбросы, сбросы и твердые отходы; использованием имеющиеся механизмов, чтобы заинтересовать производителей внедрять чистые и эффективные технологии в «коричневую» технологию, сокращая ресурсоемкие производства; а также совершенствованием законодательно-нормативной базы.

Реализация приведенных принципов и подходов позволит значительным образом снизить количество образующихся отходов, сбросов и выбросов вредных веществ; повысить эффективность осуществляемой производственной деятельности с последующим увеличением ВВП и благополучия населения; уменьшить количество катастроф техногенного характера.

Информацию об эффективности «зеленой» экономики и ее влияния на повышение экономической стабильности развития можно найти и на сайте ЕЕА (Европейского агентства по окружающей среде). Отмечается, что «зеленая» экономика обеспечивает сохранность экосистем, при этом обеспечивая надлежащий уровень удовлетворения потребностей нации в передвижении, пище, энергии, средствах производства [2].

Сложность для реализации принципов «зеленой экономики» заключается в большой инерции в принятии и реализации новых подходов в производстве.

В новой экономике приоритетным должно являться качество развития, а не количество используемых ресурсов. Эффективное использование сырья и

материалов, вторичных отходов значительным образом позволит улучшить качество биосферы.

Текущее состояние экономики России можно охарактеризовать как кризисное, обусловленное ресурсно-сырьевой ориентацией экономики в целом, несовершенством системы государственного управления, отсталостью в техническом и технологическом аспекте большинства производств и отраслей в целом.

Однако, как показывает сложившаяся ситуация в мире, становится очевидным факт того, что ресурсно-сырьевая модель экономики себя изжила. Переориентация экономических процессов на принципы «зеленой экономики» требует повышения инновационной активности как производителей, так и государства.

Одной из важных отраслей, оказывающей существенное влияние как на экономику любого государства, так и техническое развитие практически любого государства является горнодобывающая промышленность.

Россия входит в тройку стран, которые занимаются горнодобывающей промышленностью, после Китая и США.

Предприятия горнодобывающей отрасли России являются основной базой, формирующей бюджет страны. Вклад в ВВП составляет 60-70%, наращивание экспорта сырья и готовой продукции обеспечивает наполнение стабилизационного фонда экономики и резервов государства.

На рисунке 1 приведена динамика изменения доли отраслей в ВВП (в %) на примере добывающих и обрабатывающих отраслей и торговли. За период 2016-2020 гг. наблюдается увеличение доли добывающих отраслей при снижении доли торговли. Такая ситуация является положительной и характеризует изменение экономических процессов в сторону развития добывающих отраслей на фоне введенных, вводимых санкций и политики импортозамещения. Следующим шагом должно быть развитие сферы переработки добываемых ресурсов в конечный продукт потребления как вариант перехода от «коричневой» экономики к «зеленой».

Во многих государствах ставятся схожие задачи в отношении горнодобывающей промышленности: увеличение вклада в экономическое развитие, обеспечение справедливого распределения выгод, создание рабочих мест и сопутствующих отраслей, стимулирование новых инвестиций и создание конкурентной инвестиционной среды [3].

На сегодняшний день в России, к сожалению, нет четкой позиции в отношении развития данной отрасли, даже при разработанной Стратегии развития геологической отрасли до 2030 года.

Горнодобывающие предприятия в России создаются, как правило, на месте добычи полезных ископаемых и выстраиванием комплекса смежных видов деятельности, включающих предприятия по переработке исходного сырья и производства целевого продукта, а также необходимую инфраструктуру. На сегодняшний день в России 24 крупных горнодобывающих

предприятия осуществляют свою деятельность на территории Сибири и Дальнего Востока.

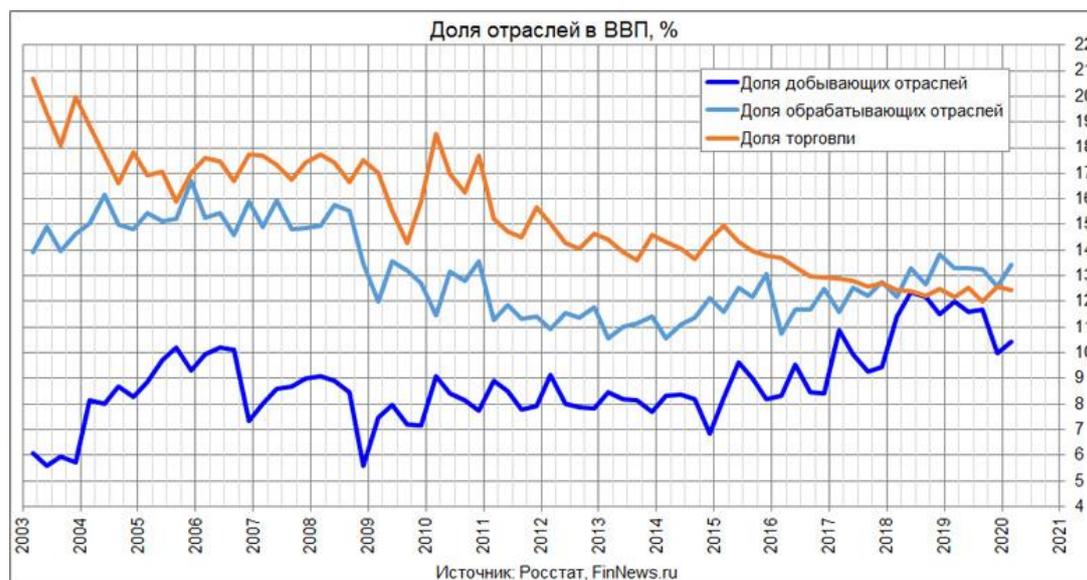


Рисунок 1- Динамика изменения доли отраслей в ВВП (в %) за период 2003-2021 гг.

Являясь отраслью первичного производства, постоянно развиваясь, за счет использования новых технических и технологических решений, она сталкивается с множеством различных проблем.

К основным проблемам можно отнести: экологические проблемы, нестабильность цен на сырьевые продукты, отсутствие системной геологоразведки, транспортные проблемы, импортозависимость при покупке спецтехники и запчастей, проблемы с кадрами, ухудшение минерально-сырьевой базы [4-7]. Все это предопределяет необходимость принятия соответствующих решений для повышения эффективности развития отрасли.

Одним из инновационных направлений развития горнодобывающей и перерабатывающей отраслей в контексте «зеленой» экономики является использование полиметаллических руд для создания пористых проницаемых каталитических материалов, показавших свою эффективность при очистке отработавших газов дизелей в каталитических нейтрализаторах, технологической особенностью получения которых является отсутствие необходимости предварительного извлечения ценных компонентов (например, хрома, титана, никеля, родия и др.). Учитывая, что стоимость каталитического нейтрализатора существенно влияет на стоимость транспортного средства в целом, необходимо в первую очередь обращать внимание на снижение их стоимости за счет использования более эффективных и дешевых каталитических материалов.

В Алтайском государственном техническом университете учеными во главе с профессором А.Л. Новоселовым проводились и продолжаются

исследования в направлении получения каталитических материалов с использованием технологии самораспространяющегося высокотемпературного синтеза (СВС) с замещением «чистых» компонентов отходами производства и размолами соответствующих руд. Так, например, разработаны составы на основе отходов процессов металлообработки (окалины легированной стали), литейного производства (формовочной глины), а также размола руд (бастнезит, лопарит, монацит и др.) [8-13].

Вариант использования размола руд в составе шихты каталитического материала позволяет не только получить высокоэффективный каталитический материал при снижении стоимости каталитического материала на 1077 рублей на 100 грамм каталитического материала, но и повысить эффективность использования минеральных ресурсов, снизить негативное воздействие перерабатывающих предприятий на окружающую среду, повысить конкурентоспособность отрасли за счет производства уникальных материалов.

Предлагаемые решения положительным образом скажутся на структурной перестройке экономики государства, а именно позволят увеличить долю ресурсо- и энергосберегающих экологически безопасных производств с использованием современных технологий комплексной переработки минеральных ресурсов. Такого рода изменения позволят «перевести» горнодобывающую и перерабатывающую отрасли из категории «коричневая» экономика в категорию «зеленая» экономика.

#### Список использованной литературы

1. Индикаторы здоровья населения для регионов – URL: [http://ecodelo.org/8960-26\\_indikator\\_y\\_zdorovya\\_naseleniya\\_dlya\\_regionov-2\\_rossiiskii\\_regionalnyi\\_opyt\\_razrabotki\\_indika](http://ecodelo.org/8960-26_indikator_y_zdorovya_naseleniya_dlya_regionov-2_rossiiskii_regionalnyi_opyt_razrabotki_indika)
2. European Environment Agency: Green economy [Electronic resource]. — URL: <http://www.eea.europa.eu/themes/economy/intro>
3. Эрикссон М., Леф О. Роль горнодобывающей промышленности в экономике отдельных стран в период с 1996 по 2016 год. Горная промышленность. 2019;(6) – с.84–93.
4. Борецкий Е. А., Егорова М. С. Горнодобывающая промышленность в России // Молодой ученый. — 2015. — №11.4. — С. 45-47. — URL <https://moluch.ru/archive/91/20133/>.
5. Сидорова А.Ю. Круг проблем в горной промышленности // Экономические науки. – 2014. - №29-1. - <http://kwoman.ru/neftianaia-promyshlennost-rossii-istoriia-problemy-i-perspektivy-razvitiia.html>.
6. Проблемы и особенности развития горнодобывающей промышленности Источник: [http://doloni.ru/gornodobyivayushhaya\\_promyishlennost\\_rossii.html](http://doloni.ru/gornodobyivayushhaya_promyishlennost_rossii.html)[http://doloni.ru/gornodobyivayushhaya\\_promyishlennost\\_rossii.html](http://doloni.ru/gornodobyivayushhaya_promyishlennost_rossii.html).
7. Дьяченко К.И. Угольная отрасль России в 2018 году: перспективы развития // Горнодобывающая промышленность. – 2018. -8 май. -

<https://obrazovaka.ru/geografiya/gornodobyvayuschaya-promyshlennost-rossii-i-mira.html#ixzz5UrHFz8Ua>

8. Новоселов, А. Л. Влияние отдельных компонентов шихты на качество очистки газов в СВС-фильтрах [Текст]/ А. Л. Новоселов [и др.]// Повышение экологической безопасности автотракторной техники : сборник статей/ под ред. А. Л. Новоселова/ Российская академия транспорта, АлтГТУ им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2007. – С. 40–50.

9. Новоселов, А. Л. Использование в каталитических катализаторах, при очистке отработавших газов дизелей, руды лопарита [Текст]/ А. Л. Новоселов [и др.]// Новейшие технологии развития конструкции, производства, эксплуатации, ремонта и экспертизы автомобиля : тезисы докладов международной научн.-практич. конфер. по случаю Дня автомобилиста и дорожника, посвященной 90-летию проф. Говорущенко Н. Я., 15–16 октября 2014 г. – Харьков : Изд-во ХНАДУ, 2014. – С. 42–44.

10. Горлова, Н. Н. Каталитические материалы, замещающие благородные металлы в нейтрализаторах для дизелей [Текст]/ Н. Н. Горлова, Г. В. Медведев// Современная техника и технологии: проблемы, состояние и перспективы : материалы II всероссийской научно-технической конференции 23–24 ноября 2012 г./ под ред. А. В. Шашка. – Рубцовск, 2012 – С. 92–98.

11. Медведев, Г.В. Влияние состава каталитического материала на свойства и степень очистки от оксидов азота отработавших газов судовых дизелей [Текст]/ Г.В. Медведев, Н.Н. Горлова// Совершенствование быстроходных двигателей: Сборник докладов научно-технической конференции студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава кафедры "Двигатели внутреннего сгорания"- Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2018. – С. 167-173.

12. Пат. 2530186 Россия, МПК В22F 3/23 (2006.01), С22С 1/05 (2006.01), С22С 29/12 (2006.01), С04В 38/00 (2006.01). АлтГТУ. Шихта с бастнезитом для получения пористого проницаемого каталитического материала [Текст]/ Н. Н. Горлова, А. Л. Новоселов, Г. В. Медведев, Д. С. Печенникова, А. А. Новоселов (656038, Алтайский край, г. Барнаул, пр. Ленина, 46, ФГБОУ ВПО "Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова" (АлтГТУ), ОИПС). – № 2013139973/02 ; заявл. 27.08.2013 ; опубл. 10.10.2014. Рус.

13. Пат. 2532745 Россия, МПК В22F 3/23 (2006.01), С22С 1/05 (2006.01), С22С 29/12 (2006.01), С04В 38/00 (2006.01). АлтГТУ. Шихта с лопаритом для получения пористого проницаемого каталитического материала [Текст]/ Н. Н. Горлова, А. Л. Новоселов, Г. В. Медведев, Д. С. Печенникова, А. А. Новоселов (656038, Алтайский край, г. Барнаул, пр. Ленина, 46, ФГБОУ ВПО "Алтайский государственный технический университет им. И. И. Ползунова" (АлтГТУ), ОИПС). – № 2013139946/02 ; заявл. 27.08.2013 ; опубл. 10.11.2014. Рус.

## ПРОЦЕСС ПЛАТФОРМЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ТЕХНОЛОГИЙ «ПОД КЛЮЧ»

*Л.М. Давиденко*

*Инновационный Евразийский университет, г. Павлодар, Казахстан*

Аннотация. В условиях цифровизации открываются перспективные направления разработки и внедрения технологий. Промышленное производство, как никогда ранее, нуждается в постоянном совершенствовании технологического процесса, в связи с этим возрастает роль устойчивых связей в области технологического менеджмента при разработке технологий «под ключ», основанных на взаимодействии промышленных компаний с представителями высокотехнологичного бизнеса, сервисного обслуживания и аутсорсинга технологий.

Технологический менеджмент, как направление производственного менеджмента, претерпевает коренные изменения в условиях цифровизации и вынужденного перехода на частичный дистанционный режим управления в условиях сложной эпидемиологической обстановки. Реалии сегодняшнего дня диктуют правила организации платформенного сотрудничества при разработке и внедрении технологий, в том числе технологий вида «под ключ» – «EPC» (Engineering, Procurement and Construction) – от разработки технологических решений до получения всех необходимых разрешений / лицензий на строительства объектов, пуск в эксплуатацию.

Моделирование технологического процесса направлено на создание оптимального производства и его эффективное функционирование в интегрированной структуре (рис. 1).

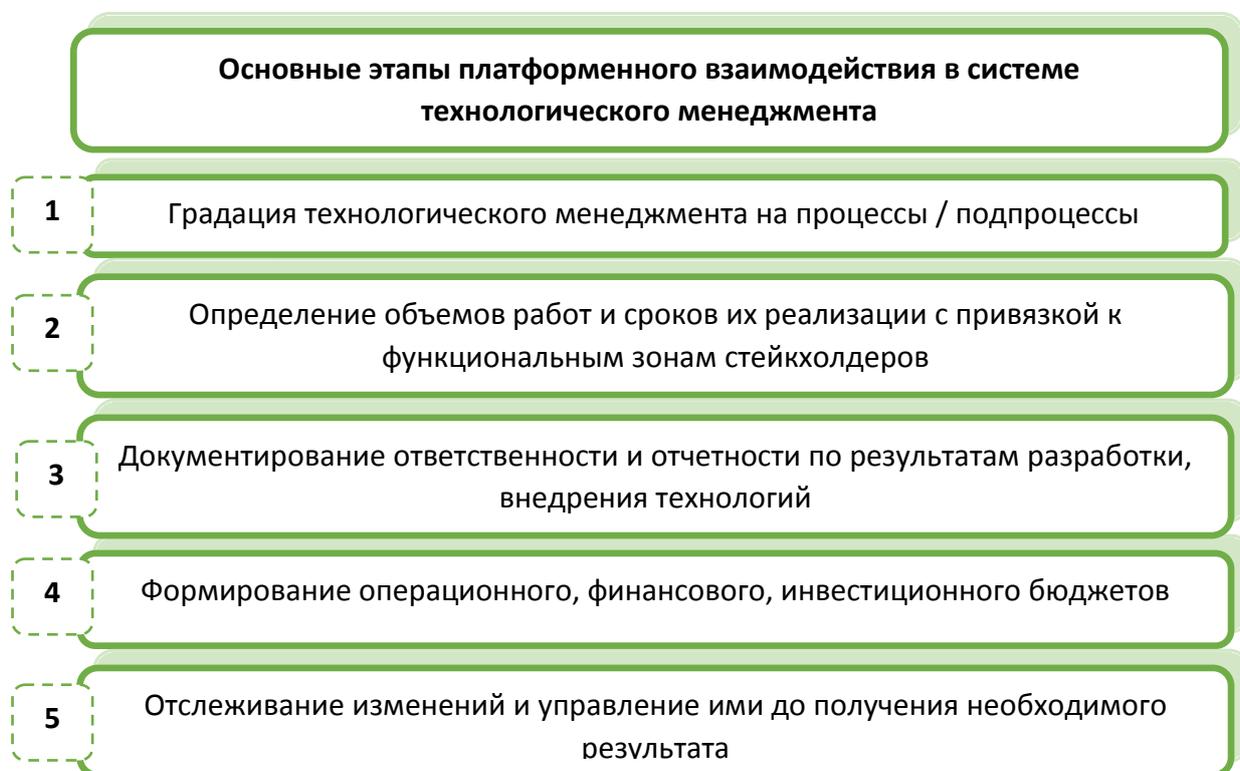


Рис. 1. Этапы платформенного взаимодействия (автор)

Отраслевая принадлежность промышленных компаний накладывает специфические черты на систему технологического менеджмента, в числе которых место предприятия в цепочке формирования добавленной стоимости, степень интеграции применяемых технологий, глубина переработки исходного сырья, уровень развития связей в составе интегрированных хозяйственных структур и за их пределами. Именно последняя характеристика относится к наиболее регулируемым параметрам платформенного взаимодействия.

Исследование современного состояния технологического менеджмента позволяет сделать определенные выводы по проблемным аспектам, которые возникли и усугубились в условиях вызовов внешней среды (рис. 2).



Рис. 2. Проблемы организации технологического менеджмента в условиях дестабилизации внешней среды (автор)

Платформенное взаимодействие призвано интегрировать функциональные зоны субъектов хозяйствования, включая представителей смежных отраслей промышленности, строительные и монтажные компании с научной сферой, в

частности, НИИ, активно занимающимися теоретическими разработками в области интеллектуального производства.

Для улучшения делового климата и регламентации процедур технологического менеджмента предлагается систематизация мер платформенного взаимодействия при разработке технологий, включая оптимизацию транзакционных издержек, которые не столько относятся к вопросам организации производства, сколько сопутствуют в составе косвенных затрат при формировании банка востребованных технологий, заключении контрактов и договоров в ходе реализации инвестиционных проектов (табл. 1).

Стоит подчеркнуть, что, помимо регулирования вопросов на соответствие технологическим регламентам, критериям инвестиционного бюджета, важно учитывать юридические нормы и правила, что усложняется в условиях действия ограничительных санкций в отношении участников международных высокотехнологичных проектов. При этом основополагающими методами исследования могут быть выбраны ключевые положения теории управления, теории организации и современных теорий технологического развития [7].

Современная экономика способствует формированию новых технологических лидеров, вопрос вхождения в их состав является наиболее острым для промышленных компаний евразийского партнерства. Можно прийти к заключению, что именно платформенное сотрудничество в технологическом поле позволит реализовать на практике модель инновационного развития отечественных компаний, имеющих высокий потенциал в области цифровых технологий и устойчивые связи внутри платформенных экосистем.

Таблица 1. Подходы к организации платформенного взаимодействия в системе технологического менеджмента

<b>Научный подход / взгляд</b>	<b>Инструментарий реализации платформенного сотрудничества</b>	<b>Авторы исследований</b>
Бизнес-процессы по обеспечению конкурентных преимуществ предприятий становятся основными и должны быть заложены в стратегию технологического менеджмента	Динамические преимущества технологического менеджмента основываются на экономии ресурсов в силу их ограниченности, вспомогательные процессы формирования цепочки добавленной стоимости целесообразно передавать на аутсорсинг	Д.А. Стапран [1]
Глобальная цифровизация общественных отношений в перспективе приведет к снижению затрат на предоставление услуг, а также к повышению производительности труда на производстве	Для укрепления конкурентных преимуществ следует усилить активность в одной или нескольких платформенных средах: транзакционные платформы, инновационные платформы, интегрированные платформы, инвестиционные платформы (открытые платформы)	И.Ю. Стеблюк [2]
Синергия новейших технологий и управленческих решений на базе промышленных и продуктовых платформ	Развитие качества сети через формат сообществ (установление норм поведения в экосистеме платформы), увеличение количества взаимодействий (создание дополнительной ценности для «акторов экосистемы»), общение (взаимодействие «акторов»); курирование (хранение и аналитика информации об экосистеме)	С.Ю. Кашкин, А.В. Алтухов [3]
Технология адаптивного управления рисками, направленная на использование логико-лингвистических моделей в среде конечных пользователей	Управление рисками и антиципация угроз выявления проблемных ситуаций в процессе стратегического управления должно осуществляться с учетом преимуществ существующего ситуационного подхода и условий функционирования Национальной Инновационной Системы	Е.А. Яковлева и участники проектной группы [4]
Концепция «технологической адгезии» по одновременному внедрению и органичному соединению технологий производства и цифровизации	Технологическая интеграция как основа платформенной модели взаимодействия предприятий обрабатывающей промышленности в сфере нефтепереработки и нефтехимии	Л.А. Родина [5]
Интеграция инновационной, образовательной и научно-исследовательской деятельности на платформах открытых инноваций	Сотрудничество участников платформы основано на обмене знаниями и использовании городской среды в качестве «живой лаборатории» для трех университетов, реализующих стратегию «треугольника знаний»	М. Раунио и участники проектной группы [6]

### Список использованной литературы

1. Стапран Д.А. Аутсорсинговые отношения в экономике и предпринимательстве // *Пространственная экономика*. – 2018. – № 2. – С. 52-73. – DOI: 10.14530/se.2018.2.052-073.
2. Стеблюк И.Ю. Типизация платформенных концепций // *Инновации и инвестиции*. – 2020. – № 2. – С. 93-96.
3. Кашкин С.Ю., Алтухов А.В. В поисках концепции правового регулирования искусственного интеллекта: платформенные правовые модели // *Вестник университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)*. – 2020. – № 4 (68). – С. 26-40. – DOI: 10.17803/2311-5998.2020.68.4.026-04.
4. Безопасность системы стратегического управления в промышленности: математическое моделирование и системный анализ рисков, угроз, параметров равновесия: учебник для студентов вузов / Е.А. Яковлева, М.М. Гаджиев, Э.А. Козловская, А.Е. Карлик, Б.Л. Кукор, Н.С. Воронова, Т.С. Катермина, С.А. Бучаева, И.А. Толочко, В.В. Варшавская, Э.С. Волкова, Э.Э. Шарич, Д.Д. Яковлева, С.Г. Базилева, Ю.А. Загарская, А.В. Корзина, А.Ф. Ушакова. – Махачкала: АЛЕФ, Дагестанский государственный университет народного хозяйства, 2020. – 290 с.
5. Родина Л.А. Технологическая интеграция предприятий обрабатывающей промышленности на основе цифровых инструментов // *Вестник Сургутского государственного университета*. – 2020. – №3 (29). – С. 28-35. – DOI: 10.34822/2312-3419-2020-3-28-35.
6. Раунио М., Нордлинг Н., Каутонен М., Ресенен П. Платформы открытых инноваций как инструмент «треугольника знаний»: опыт Финляндии // *Форсайт*. – 2018. – Том 12. – № 2. – С. 62-76. – DOI: 10.17323/2500-2597.2018.2.62.76.
7. Миллер А.Е., Яковлева Е.В. Разработка системообразующих элементов интеллектуальной инфраструктуры технологического развития // *Лидерство и менеджмент*. – 2020. – Том 7. – № 2. – С.143-160. – DOI: 10.18334/lim.7.2.110450.

ББК 65.291.9

## ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВОССТАНОВИТЕЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ПРОЦЕДУРАХ БАНКРОТСТВА

*Е.Б. Кожевников*

*ООО «Локоть» г. Рубцовск*

Аннотация: Статья посвящена повышению эффективности восстановительных мероприятий в процедурах банкротства. Предложены рекомендации по внесению изменений в законодательство о банкротстве юридических лиц и в законодательство о государственных (муниципальных) закупках, которые повысят эффективность восстановительных мероприятий должников-юридических лиц.

Ключевые слова: банкротство, финансовый анализ, налоги, очередность удовлетворения требований, процедура внешнего управления, изменения в законе несостоятельности (банкротстве), процедура наблюдения, восстановление платежеспособности

Функционирование предприятий в неблагоприятных внешних и внутренних условиях часто становится основной причиной их несостоятельности и открытия процедуры банкротства. Как правило, большинство процедур банкротства заканчиваются конкурсным производством с последующей ликвидацией должника. Часто по результатам конкурсного производства, из-за недостаточности денежных средств, вырученных от реализации конкурсной массы, требования кредиторов удовлетворяются не в полном объеме. Поэтому большое значение имеет создание условий, направленных на восстановление платежеспособности должника в процессе несостоятельности (банкротства). Изучение восстановительных мероприятий и их совершенствование является важнейшей задачей в условиях мирового финансового и экономического кризиса.

Федеральным законом от 26.10.2002 № 127 ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» (далее- Закон о банкротстве), при рассмотрении дела о банкротстве должника- юридического лица предусмотрено применение следующих процедур: наблюдение, финансовое оздоровление, внешнее управление, конкурсное производство, мировое соглашение.

Процедура наблюдения является первой и обязательной процедурой, применяемой к должнику в деле о банкротстве (за исключением упрощенной процедуры банкротства). Наблюдение применяется в целях сохранения имущества должника, изучения его финансово-экономического состояния, выявления признаков фиктивного (преднамеренного) банкротства, проведения первого собрания кредиторов и определения последующей процедуры банкротства (финансового оздоровления, внешнего управления, конкурсного производства, мирового соглашения)[1].

Основным недостатком процедуры наблюдения является неспособность быстрого принятия решения [2]. В соответствии со ст. 51 Закона о банкротстве процедура наблюдения длится не более 7 месяцев.

В обязанности временного управляющего входит созыв и проведение первого собрания кредиторов, которое должно состояться не позднее, чем за 10 дней до окончания наблюдения (ст. 72 Закона о банкротстве).

В первом собрании кредиторов имеют право принимать участие кредиторы, предъявившие свои требования в течение 30 календарных дней с даты опубликования сообщения о введении наблюдения (п.1 ст.71 Закона о банкротстве). Законность требований о включении в реестр требований кредиторов подтверждается определением арбитражного суда.

В процедуре наблюдения временный управляющий обязан провести анализ финансового состояния должника. Результаты, полученные в ходе анализа, являются основополагающими при выявлении признаков преднамеренного и фиктивного банкротства [3, с. 101].

Анализ финансового состояния должника проводится с целью установления возможности восстановления платежеспособности данной организации, погашения кредиторской задолженности, определения

достаточности активов для покрытия судебных и иных расходов, связанных с осуществлением процедуры банкротства.

Финансовый анализ должника - это сложная и затратная по времени исследовательская работа, включающая изучение, обработку и обобщение информации, полученной из анализа бухгалтерских, экономических, статистических, учредительных и других документов и материалов[4, с. 307].

При исследовании экономического положения должника временный управляющий не может корректно оценить все активы предприятия.

Решить проблему качественной оценки активов должника поможет инвентаризация, проведенная арбитражным управляющим в процедуре наблюдения.

Нормами п. 3.2 ст. 64 Закона о банкротстве установлена обязанность руководителя должника не позднее 15 дней с даты утверждения временного управляющего представить ему и направить в арбитражный суд перечень имущества должника, бухгалтерские и иные документы. Помимо этого, руководитель обязан ежемесячно информировать временного управляющего об изменениях в составе имущества должника.

Конечно, нормы Закона о банкротстве предусматривают, что в случаях необходимости временный управляющий может потребовать от руководителя должника представить ему любую информацию, касающуюся активов должника, но это не гарантирует, что сами активы и информация о них могут быть сокрыты. Поэтому обязанность проведения инвентаризации имущества должника в процедуре наблюдения должна быть закреплена на законодательном уровне.

Также для определения реальных перспектив восстановления платежеспособности должника необходимо в кратчайшие сроки провести оценку имущества должника, которая позволит определить его рыночную стоимость. Для этого необходимо закрепить нормами закона проведение оценки как обязанность временного управляющего в процедуре наблюдения.

Выводы, сделанные временным управляющим по результатам финансового анализа, являются основанием для принятия первым собранием кредиторов решения о переходе к одной из следующих процедур банкротства: финансовому оздоровлению, внешнему управлению, конкурсному производству. Решение о вводе следующей за наблюдением процедуры банкротства принимается арбитражным судом после обращения к нему с соответствующим ходатайством.

Высокая загруженность временного управляющего и длительность рассмотрения арбитражным судом заявленных кредиторами требований о включении в реестр требования кредиторов для участия в первом собрании вынуждают арбитражного управляющего назначать его как можно ближе к дате окончания наблюдения.

По сути, по истечении месяца с момента вынесения арбитражным судом определения о введении наблюдения, временный управляющий располагает

информацией о размере и структуре кредиторской задолженности должника, составе его имущества, заключенных и исполняемых контрактах и может оценить перспективное развитие.

При наличии реальной возможности восстановления платежеспособности должника важно как можно быстрее начать реабилитационные мероприятия, реализацию которых следует проводить в рамках процедуры внешнего управления.

Внешнее управление - это реабилитационная процедура, которая направлена на сохранение деятельности должника и его оздоровление. В соответствии с п.2 ст.93 Закона о банкротстве внешнее управление вводится на срок не более восемнадцати месяцев, который при необходимости может быть продлен арбитражным судом еще на шесть месяцев.

Поскольку первое собрание кредиторов переносится во внешнее управление, то предлагается рассмотреть возможность закрепления права собственников и руководителя должника на обращение в арбитражный суд с ходатайством о сокращении срока наблюдения и перехода во внешнее управление. К ходатайству должны быть приложены: экспресс-анализ состояния должника и экономические расчеты, подтверждающие возможность восстановления платежеспособности должника.

В соответствии со ст. 106 Закона о банкротстве в течение месяца со дня своего утверждения арбитражным судом внешний управляющий должен разработать план внешнего управления. Он предусматривает меры по восстановлению платежеспособности должника, условия и порядок реализации указанных мер, расходы на их реализацию и иные расходы должника.

План внешнего управления разрабатывается на основе анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности должника в зависимости от имущественного положения должника, фактического наличия выявленного в ходе инвентаризации имущества, других значимых экономических, финансовых и социальных факторов, а также с учетом решений, принятых органами управления должника, собственником имущества предприятия [5, с. 68].

В соответствии с нормами Закона о банкротстве, кредиторы, не успевшие заявить свои требования к должнику в течение тридцати дней с момента опубликования сообщения о введении наблюдения, лишаются права участия в первом собрании кредиторов. Требования, предъявляемые по истечении вышеуказанного срока, рассматриваются арбитражным судом после введения процедуры, следующей за процедурой наблюдения (п.7 ст. 71 Закона о банкротстве). В связи с чем потенциальные кредиторы не могут принимать решения по ключевым вопросам процедуры банкротства (выбору арбитражного управляющего, выбору следующей процедуры банкротства, образованию комитета кредиторов, определению количественного состава и полномочий комитета кредиторов и т.д.). Поэтому перенос первого собрания кредиторов во

внешнее управление позволит увеличить число кредиторов, определяющих стратегию и тактику банкротства.

После внесения изменений в Закон о банкротстве срок предъявления требований для участия в первом собрании кредиторов должен составлять 60 дней с даты опубликования сообщения о введении наблюдения.

План внешнего управления должен быть представлен первому собранию кредиторов не позднее двух месяцев с даты утверждения внешнего управляющего. Так как в основе плана внешнего управления лежит финансовый анализ, то увеличение сроков включения кредиторов для участия в первом собрании кредиторов позволит провести более качественный анализ и оценку кредиторской задолженности (текущей и реестровой). Это позволит квалифицировать требования кредиторов по основанию возникновения, правовой природе, субъекту, определенности (достоверности), очередности удовлетворения и будет способствовать более детальному прорабатыванию восстановительных мероприятий.

Таким образом, к первому собранию кредиторов план внешнего управления будет содержать уже исполняемые мероприятия по финансовому оздоровлению должника. Это позволит оценить правильность стратегии внешнего управления и стратегию деятельности должника после прекращения процедуры банкротства.

С момента введения процедуры наблюдения приостанавливается исполнение исполнительных документов по имущественным взысканиям, в том числе снимаются ранее наложенные аресты на имущество должника и иные ограничения в части распоряжения его имуществом. Однако после принятия арбитражным судом заявления о признании должника банкротом и введении в отношении него процедуры банкротства обязательства должника разделяются на реестровые и текущие.

К текущим платежам относят обязательства должника, возникшие после даты принятия заявления о признании должника банкротом.

Наличие института текущих платежей призвано гарантировать возврат средств контрагентам должника, согласившимся на хозяйственные отношения с ним после возбуждения дела о банкротстве.

Институт текущих платежей, конечно, способствует восстановлению платежеспособности должника, но некоторые его положения, идя в разрез с принципом экономической обоснованности, имеют явную ликвидационную направленность.

Восстановить платежеспособность должника можно за счет активного участия в государственных (муниципальных) закупках, что позволит расширить географию деятельности предприятия и увеличить объем продаж.

Для обеспечения исполнения государственного (муниципального) контракта от победителя закупки может быть потребована банковская гарантия или обеспечительный платеж.

Статьей 134 Закона о банкротстве предусмотрена очередность погашения текущих платежей, согласно которой расходы, связанные с получением банковской гарантии, и обеспечительный платеж относятся к четвертой очереди текущих платежей. Сложность с определением очередности погашения платежей возникает и при оплате должником электронных торговых площадок.

Очевидно, для восстановления платежеспособности должника необходимо внести изменения в нормативно-правовые акты, связанные с государственными закупками и банкротством юридических лиц. И в первую очередь необходимо закрепить на законодательном уровне право участия в государственных закупках предприятиям, в отношении которых введена одна из процедур банкротства, за исключением должников, находящихся в процедуре конкурсного производства.

Не способствуют восстановлению платежеспособности должника существующие ограничения на участия в государственных (муниципальных) закупках. Предприятия, в отношении которых введена одна из процедур банкротства, как правило, имеют задолженность по уплате налогов и сборов, размер которой превышает 25 процентов балансовой стоимости активов предприятия. По мнению автора, при расчете данного нормативного значения вместо общей суммы налоговой задолженности необходимо использовать текущую задолженность по налогам и сборам в бюджеты РФ, очередность погашения которой определяется в соответствии со ст. 134 Закона о банкротстве.

Для восстановления платежеспособности должника считаем целесообразным внести изменения в статью 134 Закона о банкротстве, в части порядка удовлетворения текущих платежей и предоставить возможность в режиме первой очереди осуществлять оплату обеспечительного платежа, расходов, связанных с выдачей банковской гарантии и оплату электронных торговых площадок [6, с.383].

Восстановительные мероприятия должны быть эффективными, легко применимыми на практике и направлены на удовлетворение требований кредиторов с одновременным продолжением качественного функционирования должника. Поэтому, наравне с юридическими инструментами, следует совершенствовать и инструменты экономического характера.

Стоит обратить внимание на необходимость изменения системы налогообложения предприятия-банкрота. Система налогообложения (режим налогообложения) должна стать механизмом экономического стимулирования восстановления платежеспособности должника. Она должна стимулировать рост доходов и снижать затраты. Для этого нужно решить вопрос о составе налогового поля, т.е. определить те обязательные платежи и размеры ставок, которые следует включить в систему налогообложения.

В новой системе налогообложения для предприятия-банкрота можно предусмотреть перенос текущих налоговых платежей в третью очередь реестра требований кредиторов. Данная идея рассмотрена в работе [7]. В реестр

требований кредиторов следует перенести налоговые платежи, за исключением платежей, связанных с начислением оплаты труда (текущие платежи второй и третьей очереди). Это позволит должнику высвободить денежные средства и направить их на финансирование текущей деятельности и восстановление своей платежеспособности.

Эффективность и правильность предлагаемых изменений в действующее законодательство рассмотрим на примере одного из предприятий Алтайского края.

В 2018 году в отношении должника введена процедура наблюдения.

Более 60 процентов дохода должника получено в результате исполнения государственных (муниципальных) контрактов.

Данные, представленные в таблице 1, показывают превышение затрат по основной деятельности, относимых на себестоимость продукции над выручкой от реализации продукции и услуг. Чистая прибыль в 2018 году получена за счет списания задолженности по страховым взносам в Пенсионный фонд России. Финансовые коэффициенты не соответствуют нормативному значению.

Анализ возможности безубыточной деятельности должника проведен в соответствии с требованиями приложения 4 к Правилам проведения арбитражным управляющим финансового анализа, утвержденным Постановлением Правительства РФ №367 от 25.06.2003 г. По результатам анализа критическая выручка составила 7246 тыс.руб.

Данные о размере обязательств должника по результатам процедуры наблюдения представлены в таблице 2.

В конце 2018 года из-за наличия текущих обязательств должник не смог представить обеспечение исполнения государственных (муниципальных) контрактов. Это лишило его права принять участие в тендерах и стать поставщиком услуг для предприятий социальной сферы города. Портфель потенциальных государственных (муниципальных) контрактов составил 4 722 тыс. руб. Все контракты с длительным периодом исполнения на срок 12 месяцев.

Таблица 1

## Финансовые показатели должника

Показатель	Ед. изм.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Норматив
Выручка нетто	Тыс.р уб.	7 644	5 399	5 316	5 930	5 834	-
Себестоимость продаж	Тыс.р уб.	7 801	6 849	6 503	6 490	6 872	-
Чистая прибыль	Тыс.р уб.	32	-784	-1 249	-459	4 225	-
Норма чистой прибыли	%	0,42	-14,52	-23,50	-7,74	72,42	-
Совокупные активы	Тыс.р уб.	2515	1895	1916	2226	2019	-
Рентабельность активов	%	1,27	-41,37	-65,19	-20,62	209,26	-
Кредиторская задолженность	Тыс.р уб.	5 926	6 458	7 728	8 532	4 110	-
Коэффициент абсолютной ликвидности		0,0007	0,0006	0,0050	0,0028	0,0002	≥ 0,2 - 0,5
Коэффициент быстрой ликвидности	-	0,0899	0,0506	0,0474	0,0728	0,1516	≥ 1
Коэффициент текущей ликвидности	-	0,1628	0,0893	0,0815	0,1139	0,1939	1-2
Показатель обеспеченности обязательств должника его активами	-	0,2845	0,1960	0,1665	0,1872	0,3382	≥ 1
Степень платежеспособности по текущим обязательствам	Мес.	9,3030	14,3538	17,4447	17,2654	8,4539	-
Коэффициент автономии	-	-1,3563	-2,4079	-3,0334	-2,8329	-1,0357	> 0,5
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-4,2819	-9,1023	-10,2683	-7,1307	-3,3676	-

Исходя из предполагаемых значений дохода должника был сделан расчет прогнозируемых значений финансовых показателей на период 2019-2020 гг. (таблица 3).

Данные таблицы 3 показали улучшение практически всех финансовых коэффициентов. Исключение составил коэффициент автономии (финансовой независимости), который показывает долю активов должника, обеспеченных собственными средствами. Он ниже нормативного значения.

Таблица 2

## Размер обязательств должника по результатам процедуры наблюдения

Очередность обязательств	Сумма (тыс.руб.)
1 очередь текущих обязательств	199,0
2 очередь текущих обязательств	2062,1
4 очередь текущих обязательств	860,1
5 очередь текущих обязательств	336,6
в т.ч. единый налог, уплачиваемый в связи с применением УСН	55,8
<i>Итого текущих обязательств</i>	<i>3457,8</i>
<i>Итого реестровых обязательств</i>	<i>4089,0</i>
<i>Всего обязательств</i>	<i>7546,8</i>

Таблица 3

## Прогнозируемое значение финансовых показателей должника

Показатель	Ед. изм.	2019 г. Прогнозируемое значение	2020 г. Прогнозируемое значение	Норматив
Выручка нетто (без НДС)	Тыс. руб.	10 556	10 556	-
Себестоимость продаж	Тыс. руб.	8 300	8 300	-
Чистая прибыль	Тыс.руб.	2 256	2 256	-
Норма чистой прибыли	%	21,37	21,37	-
Совокупные активы	Тыс.руб.	4 750	7 006	-
Рентабельность активов	%	47,49	31,93	-
Кредиторская задолженность	Тыс.руб.	4 200	4 200	-
Коэффициент абсолютной ликвидности		0,6397	1,1167	≥ 0,2 - 0,5
Коэффициент быстрой ликвидности	-	0,7385	1,2506	≥ 1
Коэффициент текущей ликвидности	-	0,7764	1,2885	1-2
Показатель обеспеченности обязательств должника его активами	-	0,8988	1,4039	≥ 1
Степень платежеспособности по текущим обязательствам	Мес.	5,2122	5,2122	-
Коэффициент автономии	-	0,0347	0,3426	> 0,5
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-	-0,1112	0,3202	-

Чистая прибыль составила 4 512 тыс. руб. (2256+2256). Финансово-хозяйственная деятельность должника рентабельна. У него достаточно средств для полного удовлетворения требований кредиторов, включенных в реестр

требований кредиторов должника и дальнейшего эффективного функционирования после завершения процедуры внешнего управления.

Следует отметить, что улучшение финансового состояния и восстановление платежеспособности должника достигнуто за счет предоставления возможности участия в государственных (муниципальных) закупках и без применения дополнительных оптимизационных мероприятий (продажа непрофильных активов, сокращения численности персонала и т.п.).

Таким образом, внесение предложенных рекомендаций в действующее законодательство о банкротстве и в законодательство о государственных (муниципальных) закупках повысит эффективность восстановительных мероприятий должников-юридических лиц.

Теоретическая и практическая значимость работы определяется возможностью использования теоретических рекомендаций по внесению изменений в законодательство и практических результатов, полученных на примере организации, для дальнейшего совершенствования правового регулирования банкротства должников - юридических лиц.

#### Список использованной литературы

1. «О несостоятельности (банкротстве)» Федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ ИПС «Консультант плюс».
2. Попондопуло В.Ф. Некоторые проблемы совершенствования законодательства о банкротстве // Лучшие адвокаты Москвы. 2016. URL: <http://5898523.ru/nekotorye-problemy-sovershenstvovani> (дата обращения: 14.09.2019).
3. Яровой Д.О. Финансовый анализ должника в процедурах несостоятельности (банкротства): пути совершенствования //Имущественные отношения в Российской Федерации. - 2018. - №10 (205).-С. 101-109.
4. Тихов С.А. Анализ финансового состояния предприятия в состоянии банкротства как важнейший этап осуществления антикризисного управления // Экономический вестник Ростовского государственного университета. - 2007. Том 5. - №2-3. – С. 306-309.
5. Гулинский А.А. Структура плана внешнего управления предприятием и проблема обоснования целесообразности введения реорганизационной процедуры // Финансы и кредит. - 2008. - № 13 (301). – С. 67-70.
6. Кожевников Е.Б. Совершенствование правового регулирования восстановительных мероприятий для предприятий-участников государственных (муниципальных) закупок // Евразийский юридический журнал.-2019- №10 (137).- С. 381-386.
7. Гареев А.Р. Повышение эффективности процедур финансового оздоровления российских предприятий // Стратегические решения и риск-менеджмент. - 2013.- №2.- С.80-85.

## ВАЖНОСТЬ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Қ. Қуатұлы, М.У. Рахимбердинова*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д.Серикбаева,  
Усть-Каменогорск*

Аннотация: В статье раскрыты особенности инновационного развития на основе обеспечения финансовой устойчивости предприятия. Развитие и внедрение инноваций в современном мире является основным преимуществом в формировании хозяйствующих субъектов. Чтобы предприятие было способным, необходимо осуществлять инновационную деятельность. Благодаря использованию инноваций финансовое состояние компании улучшается, то есть напрямую влияет на финансовую стабильность.

В деловой среде особое значение имеет финансовая стабильность. Одной из составляющих финансовой устойчивости предприятия является привлечение инвестиций, применение инноваций на предприятии, техническое оснащение и др. мероприятия [1].

Технология, как основа создания инноваций, рассматривается с разных точек зрения. Рассмотрим его основные виды:

- механические системы;
- технологии, использующие пар;
- технологии, использующие электрическую энергию;
- технологии, основанные на автоматизации и химизации;
- биотехнология, компьютеризация и электронизация;
- нанотехнологии, генной инженерии, мультимедийные активные информационные системы.

Эксперты рекомендуют в улучшении финансового состояния предприятия следующие инновационные направления распределить следующим образом:

- модернизация утвержденной продукции, активов;
- интенсивность обновления технологии;
- конкурентоспособность;
- научная и производственная новизна используемых технологий и технологий [3].

В настоящее время финансовый анализ предприятия является важнейшей составляющей финансового менеджмента, характеризующей механизм управления финансами, в том числе состояние финансов предприятия.

На финансовую устойчивость предприятия негативно влияют следующие условия:

- мероприятия, направленные на разрушение технологического потенциала предприятия;
- нарушение технологической дисциплины;
- моральный износ используемых технологий [2].

Кроме того, в финансовом состоянии предприятия существуют внешние и внутренние риски. К внешним угрозам предприятия:

- повышение цен на ресурсы, отсутствие надежных поставщиков ресурсов, что повышает себестоимость продукции;

- отсутствие внешних и внутренних инвестиций, не позволяющих своевременно модернизировать используемое оборудование и технологии [2].

К внутренним угрозам безопасности финансового состояния предприятия относятся: неэффективная организация производственного процесса, недостаточная квалификация персонала, неэффективное управление оборотными средствами, высокая девальвация основных средств [1].

Инновационная активность предприятия является одним из стратегически важных факторов его конкурентоспособности. Эту проблему исследовали в своих работах ведущие зарубежные ученые Кирнэн М., Кристенсен К., Сенге П., Сливотски А., Моррисон Д., Янсен Ф., Шумпетер И., Менш г., Ван Дейн Я., Фримен Х.

Предприятие может добиться следующих успехов в реализации инноваций: рост научно-технического потенциала и уровня производственно-технической базы; прогрессивность используемых ресурсов; наличие инвестиций; стабильная система управления предприятием.

Основные направления инновационного развития предприятия:

1) комплексная механизация и автоматизация производства, состоящая во внедрении взаимосвязанных машин, оборудования во всех отраслях, работах и видах производства. Он способствует интенсификации производства, повышению производительности труда, уменьшению доли ручного труда в производстве, облегчению и улучшению условий труда, снижению трудоемкости продукции;

2) химизация производства - совершенствование производственных процессов в результате внедрения химических технологий, сырья, материалов, продукции с целью получения новых видов продукции и повышения их качества. Она позволяет снизить себестоимость производства и повысить эффективность деятельности организации на рынке;

3) электрификация производства-широкое внедрение электроэнергии как источника энергии для производства электроэнергии. Осуществляет комплексную механизацию и автоматизацию производства на основе электрификации, внедряет прогрессивные технологии;

4) создание и внедрение качественно новых материалов (теплостойкость, сверхпроводимость, коррозия и радиационное сопротивление и др.) позволит повысить конкурентоспособность продукции [1].

Через указанные 4 направления развития новые технологии и методы позволяют повысить эффективность производства, объем производства без дополнительных факторов производства. Показатели, характеризующие технико-технологический потенциал предприятия, например, эффективность использования основных средств и материальных ресурсов, дают представление об уровне технической и технологической безопасности предприятия.

Для обеспечения финансовой устойчивости предприятия нам необходимо выполнить следующие задачи:

- определение финансовой устойчивости предприятия;
- финансовая устойчивость компании, характеристика анализируемого тарифа, анализ проблемы несоответствий;
- выявление причин отклонения от нормы;
- разработка ряда мероприятий, направленных на улучшение финансовой стабильности.

Таким образом, реализация инновационной деятельности на предприятии имеет ряд преимуществ: модернизация закреплённой продукции, активов; обновление технологий, повышение конкурентоспособности. Кроме того, результатом активной инновационной деятельности предприятия является привлечение средств на предприятие извне. То есть улучшается финансовое состояние предприятия, а оно, в свою очередь, напрямую влияет на финансовую стабильность. Для того, чтобы избежать особых колебаний в финансовом состоянии предприятия, необходимо создавать различные нововведения, инновации, совершенствовать состояние предприятия. Это связано с тем, что они повышают эффективность использования основных средств и материальных ресурсов, способствуют обновлению активной части основных средств. Это, в свою очередь, влияет на эффективность экономического развития предприятия.

#### Список использованной литературы

1. Инновационное развитие предприятия // Инновационный менеджмент – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.grandars.ru/student/menedzhment/innovacionnoerazvitie-p.html> (Дата обращения 22.07.2014)

2. Кушнир И.В. Инновационный менеджмент Теория инновационного развития Шумпетера – [Электронный ресурс] – URL: <http://www.be5.biz/ekonomika/i013/04.htm> (Дата обращения 10.07.2014)

ББК 88.5

### ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОСТИ БРЕНДА

*Б.М. Нуралханов, М.У. Рахимбердинова*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева,  
г. Усть-Каменогорск*

*Д.В. Ремизов*

*Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*

Аннотация: Позicionирование и создание индивидуальности бренда становятся все более и более важными для компаний, поскольку они пытаются наладить контакт с клиентами. По мере того, как конкуренция становится все более жесткой для почти всех компаний и организаций, становится все более и более важным иметь то «небольшое дополнение», то, что отличает вас от конкурентов. Исходя из этого, целью данного тезиса

является обеспечение лучшего понимания идентичности бренда организации. Для достижения этой цели сформулированы два исследовательских вопроса с упором на компоненты позиционирования, а также на описание личности бренда. Используя вопросы исследования в качестве руководства, было проведено литературное исследование, в результате которого была разработана концептуальная основа, которая использовалась для сбора данных. Была использована качественная методология тематического исследования, использование интервью в фокус-группах для сбора эмпирических данных. Полученные данные показывают, что может возникнуть конфликт между позиционированием бренда в сознании целевых рынков и восприятием индивидуальности бренда в отличие от позиционирования и личности, которых хочет владелец / менеджер бренда. Определив характерные особенности и позиции бренда, можно лучше понять его идентичность.

Термин «бренд» относится к названию, термину, символу, знаку или дизайну, используемым фирмой, чтобы отличать ее предложения от предложений ее конкурентов (Czinkota & Ronkainen, 2004, p 260). Бренд - это сумма его капитала, идентичности, позиционирования, личности, сущности, характера, души, культуры и, наконец, имиджа бренда (Апшоу, 1995, стр. 14).

Концепция бренда восходит к продуктовому маркетингу, где роль брендинга и управления брендом заключалась в первую очередь в создании дифференциации и предпочтения продукта или услуги в сознании покупателя (Knox & Bickerton, 2000). Развитие брендинга за последние 30 лет характеризуется слоями добавленной стоимости, построенной на основе основных функций продукта или услуги для создания и поддержания отличия на конкретном рынке (там же).

Создание сильных брендов - один из способов, с помощью которых компания может развиваться и поддерживать преимущество перед своими конкурентами и, таким образом, поддерживать или увеличивать свои продажи или долю на рынке (Hankinson & Cowking, 1993). Согласно Руни (1995), брендинг - мощный и эффективный инструмент для предприятий и организаций. Если владельцы брендов правильно используют свои продукты, отдача может быть значительной. Однако, если бренды плохо управляются, результаты могут быть разрушительными. Успешные стратегии построения бренда создают отличительную рыночную позицию для компании, защищая ее от пяти основных конкурентных сил; соперничество между существующими фирмами, рыночная сила поставщика, переговорная сила покупателей, угроза замены и угроза появления новых участников (Porter (1980), как указано у Hankinson & Cowking, 1993). Брендинг - это метод создания существенного дифференциального преимущества, играя на природе человека. Только люди могут придавать смысл и чувство неодушевленным предметам и случайным наборам символов, что предполагает не совсем рациональную привлекательность брендинга. (О'Мэлли, 1991)

Ассоциации, связанные с фирмой и ее брендами, могут быть важными бизнес-активами. Характеристики продукта и преимущества для потребителя - это ассоциации, которые имеют очевидную актуальность, потому что они дают повод для покупки и, следовательно, основу для лояльности к бренду (Aaker,

1998). Тем не менее, хотя ассоциации атрибутов продукта могут быть мощными, особенно если бренд «владеет» ключевым атрибутом, они могут не отличаться, поскольку все бренды имеют тенденцию позиционировать себя по наиболее важным атрибутам. Кроме того, преимущество атрибута продукта - это легкая цель, которую, скорее всего, в конечном итоге скопируют или превзойдут. Наконец, сильная связь продукта и атрибута ограничивает возможности расширения бренда и, следовательно, стратегическую гибкость бренда. Сильные бренды выходят за рамки атрибутов продукта и различаются по ассоциациям брендов, таким как ассоциации организаций,

Хэнкинсон и Каукинг (1993) описывают развитие и поддержание сильного бренда в рамках пятиступенчатой модели, называемой «цикл брендинга» (см. Рисунок 1.1). Шаги цикла содержат: исследование, предложение бренда, комплекс маркетинга, коммуникативные факторы и потребители (там же).

Успешный бренд, который выдерживает испытание временем, - это бренд, который говорит что-то особенное, и именно эта отличительная черта воплощена в предложении бренда (Hankinson & Cowking, 1993). Реклама часто является одним из самых эффективных средств коммуникации с потребителем; это дает возможность установить отношения с потребителем, в которых реклама может сообщать как личность, так и позиционирование (там же).

Капферер (1997) утверждает, что мы вступили в новую эпоху идентичности бренда, которую можно рассматривать как состоящую из шести переменных; физика, личность, культура, отношения, рефлексия и самооценка. Эти переменные определяют бренд и очерчивают границы, в которых он может меняться и развиваться (там же).

Согласно Котлеру (2005), «Позиционирование - это процесс разработки предложения и имиджа компании таким образом, чтобы они занимали значимое и отличительное конкурентное положение в сознании целевого клиента». Если компания должна быть успешной в сегодняшнем обществе, где общение, она должна создать хорошую позицию в сознании клиента. Эта позиция должна учитывать не только собственные сильные и слабые стороны компании, но и конкурентов (Ries & Trout, 1985, стр. 27). Для разработки альтернативных вариантов позиционирования полезно определить имидж и индивидуальность бренда основных конкурентов. Слабые стороны конкурентов по соответствующим характеристикам или личностным качествам могут представлять возможность дифференциации и развития преимуществ, сильные стороны конкурентов по важным параметрам могут представлять собой проблемы, с которыми нужно их превзойти (Aaker, 1998).

Итак, позиционирование - это не то, что вы делаете с продуктом. Позиционирование - это то, что вы делаете с предложенными клиентами. Другими словами, вы помещаете продукт в сознание покупателя (Ries & Trout, 1985, стр. 10). Как утверждает Аакер (1996), позиция бренда - это часть идентичности бренда и ценностного предложения, которая должна активно доводиться до целевой аудитории и демонстрировать преимущество перед

конкурирующими брендами. Все продукты и все организации имеют свою позицию. Все большее число организаций пытается управлять позициями, занимаемыми их брендами, и используют стратегии позиционирования, чтобы занять новые позиции в сознании покупателей и таким образом получить преимущество перед своими конкурентами (Fill, 2002, стр. 323).

Личность бренда можно определить как «лицо» бренда, человеческие характеристики, связанные с брендом (DA Aaker, 1996; Upshaw, 1995). Согласно Дж. Аакеру (1997), личность бренда имеет тенденцию выполнять символическую или самовыражающую функцию или как набор человеческих характеристик, связанных с типичным пользователем бренда. Бренд с индивидуальностью имеет тенденцию быть более запоминающимся и интересным, чем бренд, представляющий собой не более чем набор атрибутов (DA Aaker, 1998).

Чтобы добиться успеха сегодня, организации должны осознавать сегодняшнюю реальность и окружающую среду. И реальность, которая имеет значение, - это реальность в предполагаемом сознании потребителя. Основы позиционирования не в создании чего-то нового или отличного, а в изменении или манипулировании тем, что уже есть в понимании потребителя, путем привязки ассоциаций к тому, что уже существует (Ries & Trout, 1985, стр. 12). Или, как это объясняет Филл (2002, стр. 321): «Позиционирование - это не продукт, а то, что покупатель думает о продукте или организации».

Позиционирование - это не поддающиеся проверке научные гипотезы. Выбор одной стратегии позиционирования по сравнению с другой связан с большим количеством субъективных интерпретаций и высокой степенью риска (Upshaw, 1995). Альтернативные типы позиционирования: функциональные подсказки, подсказки проблемы / решения, целевое позиционирование, конкурентное позиционирование, эмоциональное / психологическое позиционирование, позиционирование, ориентированное на выгоду, желаемое позиционирование и ценностное позиционирование (там же). Позиционирование - это процесс, посредством которого информация об организации или продукте передается таким образом, что объект воспринимается потребителем / заинтересованной стороной как отличающийся от конкурентов, занимающий определенное место на рынке.

Позицию бренда можно описать как позицию на целевых рынках, которую бренд занимает. Позиция придает бренду положительный или отрицательный оттенок, связанный с брендом его целью. Это можно понять, задав вопрос, заданный выше. Выводы заключаются в том, что позиционирование можно описать путем понимания восприятия бренда и его положения среди конкурентов. Здесь мы обнаружили, что важным фактором для позиционирования бренда в данном случае был тот факт, что именно университет, а не Högskola повысил свой статус среди конкурентов.

Еще одним открытием стала важность изображений в рекламе, поскольку они дают много коннотаций о бренде и о том, как бренд будет

позиционироваться в сознании покупателей. Например, если изображения снежные и «зимние», позиция и имидж бренда могут быть связаны с холодом и зимними развлечениями.

Изображения и название бренда дают покупателю подсказку, на кого он нацелен, это может быть негативным фактором, поскольку бренд может сузить круг своего имени. Даже если намерение состоит в том, чтобы достичь более широкой цели, это может быть сложно, если изображения и имя вместе кажутся нацеленными на конкретную группу. В то же время может быть положительным моментом, если бренд нацелен на очень небольшой целевой рынок, название бренда и изображения могут быть способом достижения этой конкретной целевой группы.

Географическое положение бренда может иметь значение. Если он расположен в непривлекательном районе для целевого рынка, это может быть негативным для бренда, чтобы продвигать эту черту, поскольку культура или имидж культуры могут отличаться в зависимости от клиентов. Географическое положение может быть связано с эффектом страны происхождения, который дает целевой группе коннотации о бренде, связанные с его местоположением.

Еще один способ укрепить позиции бренда - это сарафанное радио. Поскольку многие респонденты в этом исследовании слушали нынешних студентов, родителей и других лидеров общественного мнения, кажется важным для позиции бренда иметь сильных послов бренда.

В заключение мы пришли к выводу, что эти факторы имеют большое значение при позиционировании бренда. Один из важных факторов, о котором следует подумать, - это то, на кого бренд хочет нацеливаться. Другой обнаруженный фактор - важность использования изображений и текстов, которые нравятся целевой группе. Последним фактором была важность статуса - чем выше статус, тем более привлекательным становится позиционирование бренда.

Исследование показало, что есть компоненты личности бренда, которые связаны с брендом. Важные компоненты, которые были обнаружены для индивидуальности бренда, можно охарактеризовать как неиспользованные: изысканность / компетентность, положение дел, хорошо известный.

Личность бренда можно описать как изысканно, так и компетентно. Изысканность бренда зависит от имиджа бренда. Слоган бренда очень важен и заслуживает доверия. Компетентность личности также может быть продемонстрирована слоганом, но цель также может увидеть компетентность в доступных информационных листах или каталогах.

Еще один элемент, который, как было установлено, важен для индивидуальности бренда и его изысканности / компетентности, - это использование слов. Чем больше ассоциаций с интеллектом придает это слово, тем более изысканным кажется бренд. Это вызывает у бренда как положительные, так и отрицательные ассоциации. Это негативно влияет на бренд, если цель считает его «слишком хорошим» для себя. Тем не менее,

позитивно это заставляет целевую группу чувствовать себя более особенной при использовании бренда. Использование слов показывает, что личность бренда не всегда понимается целевым рынком как организация, стоящая за брендом. Это может привести к конфликту для клиентов, которые запутаются в противоречивом сообщении. Утонченность и компетентность бренда также вносят свой вклад в статус бренда.

Другой обнаруженный личностный фактор - это видимость статуса. Сейчас очень важно, где учатся студенты. Прежде чем строить отношения с новым брендом, покупатели разговаривают; друзья, родственники и поиск в сети, чтобы найти информацию о репутации и статусе бренда. Известные бренды, кажется, имеют более высокий статус и репутацию, чем в среднем. Это играет важную роль при выборе бренда. Кроме того, мы обнаружили, что больше студентов предпочли бы учиться в университете, поскольку слово «университет» имеет больший статус, чем *Högskola*.

В течение долгого времени личность бренда считалась частью теории брендинга (Plummer, 1985). Личность бренда использует метафору бренда как личности, чтобы сообщить о бренде и его отношениях с клиентами (Aaker D, 1997). Бренд с индивидуальностью имеет тенденцию быть более запоминающимся и интересным, чем простой и не более чем набор атрибутов (там же).

Точно так же, как бренды - это капитал компании, эмблемы - это капитал бренда; он служит для персонализации идентичности бренда с помощью визуального символа, отличного от названия бренда (Kapferer, 1997). Эти символы помогают нам понять культуру и индивидуальность бренда; выбираются такие, как корпоративные спецификации, переданные в графику, чтобы соответствовать личностным качествам и ценностям бренда (там же).

Согласно E Boyle (2003), набор описаний личности бренда еще не разработан. Многие авторы называют индивидуальность бренда сочетанием демографических характеристик, таких как возраст, пол, страна происхождения и культура происхождения (там же).

Вывод таков: хорошо известный бренд, кажется, имеет более сильную индивидуальность, поскольку его запоминают покупатели. Все вышеперечисленные факторы, по-видимому, являются наиболее сильными чертами в создании сильной индивидуальности бренда.

#### Список использованной литературы

1. Аакер, Д.А. (1998) Стратегическое управление рынком. (5-е изд.) Нью-Йорк, John Wiley & sons, inc.
2. Аакер, Д.А. (1996) Создание сильных брендов. Нью-Йорк: Свободная пресса - подразделение Simon & Schuster Inc.
3. Aaker, JL (1997) Размеры индивидуальности бренда. Журнал рекламных исследований, том 34, август, стр. 347-356.
4. Бойл, Э. (2003) Исследование создания предпринимательского бренда в

производственном секторе Великобритании. Журнал управления продуктом и брендом, Том 12, Выпуск 2, стр. 79-93.

5. Филл, К. (2002) Маркетинговые коммуникации; контексты, стратегии и приложения (3-е изд.). Пренси Холл.

6. Хэнкинсон, Г. и Каукинг, П. (1993) Брендинг в действии. McGraw-Hill Marketing for Professionals Series, Кембридж, МакГроу-Хилл.

7. Холм, И., Солванг, Б. (1997) Форскнингсметодик: метод оценки и квантитива. (2-е изд.). Лунд: Studentlitteratur.

8. Джоббер, Д. (2001). Принципы и практика маркетинга (3<sup>rd</sup> Ред.). Лондон: McGraw-Hill International (UK) Ltd.

ББК 88.5

## ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ К БРЕНДУ ЧЕРЕЗ МОЛОДЕЖНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*Б.М. Нуралханов, Ж.Т. Конурбаева*

*Восточно-Казахстанский технический университет им. Д. Серикбаева,  
г. Усть-Каменогорск*

Аннотация: В следующем исследовании рассматриваются различные подходы, которые может использовать бренд для повышения лояльности к нему. В исследовании основное внимание уделяется различиям в ориентации на молодых потребителей и взрослых потребителей при формировании такой лояльности и узнаваемости бренда. Вкратце, Келлер определил узнаваемость бренда как способность идентифицировать бренд в различных условиях и добавил, что она состоит из узнаваемости бренда и запоминания бренда. Основой построения лояльности к бренду является узнаваемость бренда в сочетании с построением отношений с потребителями. В этом исследовании изучаются преимущества использования массового маркетинга в качестве стратегии построения лояльности к бренду на молодежных потребительских рынках.

Существующая литература о низовом маркетинге в отношении лояльности к бренду относительно минимальна. Основное внимание в нем уделяется преимуществам брендинга за счет использования маркетинга в СМИ. Также отсутствует литература в области нацеливания на молодых потребителей маркетинговых усилий на низовом уровне и преимуществ, которые могут быть получены при формировании лояльности к бренду. Огромна важность охвата детей в раннем возрасте конкретной тактикой повышения лояльности к бренду.

Предполагается, что навыки принятия решений появляются в детстве и что доверие к бренду прочно укоренилось у детей в возрасте двух лет (Ross & Narradine, 2004). Эрдем и Свайт заявляют, что бренды предоставляют фирмам возможность отличать свои предложения продуктов и предоставлять потребителям информацию о продукте, в частности, о качестве и самоидентификации (цитируется по Strizhokoya, Coulter & Price, 2008). Молодежные потребители ищут свою идентичность, и бренды могут извлечь из этого выгоду. Несмотря на то, что существуют серьезные исследования

покупательского поведения и брендинга взрослых, неуместно предполагать, что это применимо к более молодым потребителям.

В соответствии с современными тенденциями в области повседневной одежды и маркетинга, выбранный путь – СМИ. Влияние массового маркетинга на формирование лояльности к бренду преуменьшается как стратегия эффективного охвата потребителей. Сдвиги в культуре доказали, что реакция на маркетинг в СМИ снижается и есть другие альтернативы для создания вашего бренда. Компании, производящие одежду для стиля жизни, начали реализовывать стратегии по выходу на молодежные потребительские рынки индивидуально. Используя массовый потребительский маркетинг, бренды могут извлечь выгоду из растущего числа молодых потребителей, чтобы укрепить лояльность к бренду и создать постоянных клиентов на всю жизнь. Изучение текущих стратегий, используемых для продвижения брендов одежды среди молодежи, принесет пользу компаниям по маркетингу, связям с общественностью и компаниям по производству одежды, которые последовательно развивают бренды и управляют ими.

Восприятие и мотивация в совокупности формируют отношение людей, которое Хилгард может определить как ориентацию и готовность реагировать заранее определенным образом на связанные объекты, концепции или ситуации (цитируется по Стрижокоя, Coulter & Price, 2008).

Erdem и Swait заявляют, что бренды предоставляют фирмам возможность отличать свои предложения продуктов и предоставлять потребителям информацию о продукте, в частности, о качестве и самоидентификации (цитируется по Strizhokoia et al., 2008). По словам Аскегаарда, в современной потребительской культуре бренды также стали неотъемлемой частью тонкого взаимодействия идеологий, структурирующих рыночные взаимодействия и социальную жизнь. Имея современный доступ к сложному набору брендов, потребители во всем мире ежедневно выбирают, покупать ли брендированные продукты или альтернативы без брендов (как указано в работе Стрижокоя и др., 2008).

Исследования, проведенные Holt (2004), Swait & Erdem (2007) и Spratt (2009), показывают значительный объем работ, которые связали использование потребителями сигналов качества бренда и самоидентификации с более высокими продажами и лояльностью потребителей. Они утверждают, что чем больше потребители используют брендовую продукцию как сигнал качества и самоидентификации, тем большее значение придается брендовой продукции; и чем шире используются бренды как сигналы качества и самоидентификации, тем больше покупается брендов (как указано в работе Стрижокоя и др., 2008).

По мнению Ните, возраст, в котором важность бренда становится значимым для молодых потребителей, является ключевым для маркетологов, поскольку он позволяет им лучше прогнозировать оценочные суждения и решения о покупке, принимаемые детьми и находящиеся под их влиянием, когда они становятся взрослыми. Он также предполагает, что навыки принятия решений

появляются в детстве и что другие исследования показывают, что доверие к бренду прочно укоренилось у детей в возрасте двух лет (Ross & Harradine, 2004).

Несмотря на то, что существуют серьезные исследования покупательского поведения и брендинга взрослых, нецелесообразно предполагать, что это применимо к более молодым потребителям (как указано в Ross & Harradine, 2004).

Эджклифф-Джонсон цитирует Роддера Джона:

Рекламодатели не должны предполагать, что дети видят бренды так же, как взрослые. Хотя дети семи или восьми лет могут узнать бренд, они не будут использовать информацию таким же образом. Для них бренд - это что-то знакомое, ориентир.

Сегментация рынка буквально означает разделение группы потенциальных покупателей (рынок, от латинского глагола *merco*, покупать) на две или более подгрупп (сегменты, от латинского *seco*, я сокращаю) с использованием определенных критериев сегментации (Martins 2009, стр. 30). Все согласны с тем, что демографические переменные являются подходящей основой для сегментации (Martins 2009, стр. 31).

Роль новых медиа важна, если учитывать, что родители не сталкивались с этими медиа в том же возрасте, что и их дети. Поэтому им может не хватать понимания маркетингового коммуникационного потенциала Интернета, мобильных телефонов и компьютерных игр. Далее описывается, как возросло влияние детей: «После того, как дети стали соответствовать своим сверстникам, они решают передать полученную информацию своим родителям. Это, в свою очередь, может повлиять на их потребление и принятие решений» (Ross & Harradine, 2007).

Задача маркетолога – понять роль детей как потребителей для развития долгосрочных и прибыльных отношений в будущем. Взаимосвязь между брендингом и лояльностью клиентов в последние годы привлекла повышенное внимание маркетологов (Ross & Harradine, 2004). Исследования Джоббера (1998), Брассингтона и Петтитта (2000) и Де Чернатони и Макдональда (1998) четко указывают на преимущества успешного построения бренда по отношению к достижению устойчивой прибыли за счет лояльности клиентов. В интересах организации максимизировать эти высокие продажи и прибыль, пытаясь вызвать лояльность к бренду у очень молодого потребителя (как указано в Ross & Harradine, 2004). Долгосрочные выгоды хорошо задокументированы: Брассингтон и Петтитт (2000) и Эджклифф-Джонсон (1999) отметили, что дети являются важной целевой группой для маркетолога, во многом из-за желания маркетолога как можно раньше создать лояльность в жизни потребителей. Кроме того, Греган-Пакстон и Роддер (1995) утверждают, что дети играют все более важную роль в покупке одежды и обуви (цитируется по Ross & Harradine, 2004). Детям еще никогда не было так хорошо. Томкинс сообщает, что в промышленно развитых странах покупательная способность

детей стремительно растет. Согласно одной из оценок США, годовой доход детей в возрасте до 12 лет составляет 27,5 миллиардов долларов (по данным Ross & Harradine, 2004). с желание как можно раньше создать лояльность в жизни потребителей.

Согласно Джамалу и Гуду, клиенты выражают себя через бренды, которые им нравятся, и они благосклонны и привязаны к брендам, которые в большей степени соответствуют их самооценке. В результате они с высокой вероятностью будут последовательно выкупать такие бренды (как указано в Kwang-Но et al., 2011). Позитивное отношение к бренду формируется, когда самооценка потребителей и имидж бренда совпадают. Точно так же Грабб и Гратволь настаивают на том, чтобы покупатели повышали свою самооценку, поглощая психологические аспекты продуктов. Эта взаимосвязь между психологической подготовкой потребителей, другими словами, аффективной привязанностью к сообществам брендов и их благосклонное отношение, например, приверженность сообществу брендов (цитируется по Kwang-Но et al., 2011).

Маркетинговые подходы на низовом уровне направлены на то, чтобы привлечь клиентов на более личном уровне. Стремясь к росту компании Brita, вице-президент по маркетингу Сюзанн Зенгельманн по специальным продуктам обнаружила, что даже с бюджетом СМИ на 2008 год, составляющим чуть более 18 миллионов долларов, согласно TNS Media Intelligence, PR стал движущей силой для Brita.

В статье Зенгельманн сказал:

Идея «Фильтр для добра», которая зародилась как PR-идея в нашем партнерстве с Nalgene. Мы разработали веб-сайт под названием FilterforGood.com, чтобы люди могли получить информацию о том, где купить продукты или, что более важно, о том, что они могут сделать, чтобы изменить ситуацию. Это началось как массовая идея. Мы продолжали получать за это такую поддержку, что фактически изменили наше широкомасштабное сообщение в СМИ, чтобы отразить и это (Нефф, 2009).

Обязательство как психологическая привязанность приводит к проактивному поведению клиентов (Bettencourt, 1997), например, к положительной молва (Dick and Basu, 1994). В частности, когда клиенты эмоционально привержены сервисной компании, они отождествляют себя с видением и ценностями компании и, в свою очередь, заинтересованы в росте компании. В результате они демонстрируют проактивное поведение, такое как положительная молва (Chonko, 1986). Короче говоря, чувство единства клиентов с сообществом брендов приводит к их активному сарафанному радио.

Крупные бренды спортивной одежды, такие как Nike и Adidas, систематически рекламируют свою продукцию и торговую марку в важных средствах массовой информации, таких как телевидение и журналы. Основная цель этих кампаний - повышение имиджа и узнаваемости бренда, возможно,

более чем немедленное улучшение продаж. . . Иными словами, формирование имиджа в основном готовится к будущему (Waterschoot, 2000).

Прежде всего, очевидно, что маркетинговая деятельность сообщества бренда компании может влиять на прочность отношений между участниками сообщества, брендом и компанией. Соответственно, компании, осознающие важную роль сообщества брендов, должны прилагать все усилия для активного управления сообществом брендов (Kwang-Но et al., 2011).

Во-вторых, предоставление пространства, в котором клиенты могут принимать непосредственное участие, было бы очень эффективным для повышения лояльности клиентов к бренду. Сообщества брендов - это полезные пространства, в которых потребители принимают участие, обмениваются актуальной информацией между участниками и расширяют свое понимание брендов. Поскольку участие клиентов часто приводит к повышению лояльности к бренду, сообщества брендов следует рассматривать как инструмент повышения эффективности маркетинга (Kwang-Но et al., 2011).

В-третьих, отмеченная важность сообществ брендов предлагает новые идеи для управления взаимоотношениями с клиентами и связанной с ними маркетинговой деятельности. Следуя тенденции компаний максимально использовать положительные отзывы клиентов в своих маркетинговых стратегиях (например, организованные P&G сообщества, такие как [vocalpoint.com](http://vocalpoint.com) и [tremor.com](http://tremor.com), и использующие их в процессе запуска нового продукта), предложения по способам повышения приверженности сообщества должны внести ценный вклад в маркетинг взаимоотношений с клиентами (Kwang-Но et al., 2011).

В-четвертых, предполагается, что доверие и влияние являются жизненно важными факторами в повышении приверженности клиентов к сообществу бренда, поднимая вопрос о том, как компания может повысить доверие и влиять на умы пользователей своего бренда. Менеджеры сообщества брендов должны помогать пользователям развивать эмоциональную связь с сообществом бренда и брендом. Постоянные усилия, направленные на то, чтобы пользователи чувствовали удовольствие и удовольствие, улучшат эмоциональную атмосферу в сообществе бренда. Кроме того, менеджеры сообщества брендов должны тщательно управлять знаниями, чтобы гарантировать достоверность всей доступной информации. Учитывая, что доверие оказывает большее влияние, чем влияние на приверженность и лояльность сообщества к бренду, как было выявлено в этом исследовании, менеджеры сообщества брендов должны принимать меры предосторожности для повышения уровня доверия к сообществу брендов. Точно так же веб-сайт сообщества бренда и активность пользователей сообщества должны быть спроектированы так, чтобы способствовать повышению доверия и влиянию на сообщество бренда (Kwang-Но et al., 2011).

Существует миллион брендов, и если вы хотите выделиться, вы должны строить отношения со своими потребителями. Дженнифер Саксон, директор по

связям с общественностью MINDBODY INC, говорит: «Таким образом, бренд - это действительно сумма опыта людей с вашей компанией, вашим продуктом, вашей ассоциацией. Чтобы развить лояльность, вам нужно завоевать доверие целевой аудитории». Компаниям действительно нужно сосредоточиться на том, как завоевать это доверие у своей целевой аудитории. Именно здесь на помощь приходит потребительский маркетинг в стиле широких масс. Чтобы завоевать это доверие, вы должны продвигать их лично, индивидуально, а не СМИ. Это создает уникальные личные отношения, чтобы потребитель мог идентифицировать себя с вашим брендом на этом личном уровне. Создавая сообщество потребителей, окружающих ваш бренд, вы в конечном итоге создаете лояльность к своему бренду.

Молодежь – это следующее поколение потребителей, и построение отношений с ними сейчас - залог будущего вашего бренда. Томкинс сообщает, что в промышленно развитых странах покупательная способность детей стремительно растет. Согласно одной из оценок США, годовой доход детей в возрасте до 12 лет составляет 27,5 миллиардов долларов (по данным Ross & Harradine, 2004). Дженнифер Саксон, специалист по связям с общественностью MINDBODY INC, говорит:

Чем моложе целевая аудитория, тем легче ей установить лояльность. Они действительно привязываются к забавным вещам. Я думаю, что если вы создаете базу фанатов, начиная с молодых, и хотите, чтобы они продолжали свою деятельность, то это действительно хорошо, потому что устанавливается связь на более личном, более интимном уровне. Эта эмоциональная связь заставляет людей идентифицировать себя с вами. Итак, если вы тратите время на то, чтобы обращать внимание на людей и немного с ними знакомиться, вы создаете евангелистов и защитников своего бренда, так как вы создаете аудиторию и осведомленность.

Выделитесь и будьте уникальными с помощью своих маркетинговых стратегий. С молодежными потребителями небольшие усилия имеют большое значение. Дайте им бесплатные продукты или создайте для них бесплатное мероприятие, и это создаст эмоциональную, более личную связь.

#### Список использованной литературы

1. Джилл Росс и Род Харрадин. (2010). Дорогие бренды: дешево или модно: исследование молодых потребителей и одежды для супермаркетов. Журнал модного маркетинга и Менеджмент, 14 (3),350-366.
2. Род Харрадин и Джилл Росс. (2007). Брендинг: разрыв поколений? Журнал модного маркетинга и менеджмента, 11 (2), 189-200.
3. Нефф, Дж. (2009). Маркетинговые потоки brita происходят на усилиях травы.Рекламный век, 80 (39), 43.
4. Белонжея М. (13 июля 2011 г.). Пусть дети катаются бесплатно: взгляните на серфинг-туры Volcom и массовые туры по снегу. Transworld Business.

5. Кван-Хо Ан, Минсунг Ким и Вон-Му Хур. (2011). Повышение лояльности к бренду посредством управления приверженностью сообществу бренда. Решение руководства. Расширенный академический как можно скорее.

6. НЕФФ, Дж. (2012). Сделки могут открыть вам дверь, но не наладят отношений. Рекламный век, 83 (7), 12.

7. Росс, Дж. И Харрадайн, Р. (2004). Я этого не ношу! Брендинг и маленькие дети. Журнал модного маркетинга и менеджмента, Vol. 8 No. 1, pp. 11-26.

8. Густафссон, А., Джонсон, доктор медицины, Роос, И. (2005). Влияние удовлетворенности клиентов, размеров приверженности взаимоотношениям и триггеров на удержание клиентов. Журнал маркетинга. Vol. 69 №4. С. 210-18.

9. Дик, А.С., Басу, К. (1994). Лояльность клиентов: к интегрированной концептуальной структуре. Журнал Академии маркетинговых наук. Vol. 22 №2. стр.99-113.

ББК 65.05

## ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ БИЗНЕСА

*Е.А. Прищенко, И.В. Прядохина*

*Новосибирский национальный исследовательский государственный университет*

В статье приведены результаты исследования цифровой трансформации бизнеса. В рамках исследования были проанализированы подходы к определению эффективности цифровой трансформации и выделены её этапы. В результате обобщения рассмотренных подходов к организации процесса цифровой трансформации бизнеса предложена модель цифрового преобразования предприятия. Рассмотренная тема будет интересна специалистам, предполагающим разработать программу цифровой трансформации для повышения эффективности бизнеса.

По итогам глобального исследования 2018 года, проведённого компанией KPMG, около 95% генеральных директоров промышленных предприятий рассматривают цифровую трансформацию в качестве инструмента повышения производительности труда и развития бизнеса [9]. Однако по итогам 2019 года 95 процентов топ-менеджеров предприятий определили цифровую трансформацию как проблему номер один.

Цифровая трансформация – это способ организации деятельности предприятия, при котором лицо, принимающее решения, использует для этого анализ данных либо оставляет часть решений за системами без своего прямого участия. Практическое применение цифровой трансформации позволяет, например, агрегаторам на конкурентном рынке, достаточно быстро предложить клиенту персонализированный набор вариантов с учётом его потребностей и предпочтений [5].

В 2011 году учёные Массачусетского технологического института определили цифровую трансформацию как «использование технологии для радикального повышения производительности или доступности ресурсов для

предприятий» [Digital Transformation, 2011]. Исследователи Глобального центра по цифровой трансформации бизнеса стали рассматривать цифровую трансформацию как «путь к внедрению цифровых технологий и бизнес-моделей для повышения производительности в количественном выражении» [11].

По мнению аналитика компании Agile Elephant Д. Террар, цифровая трансформация – это «процесс перехода организации к новым способам мышления и работы на базе использования социальных, мобильных и других цифровых технологий. Эта трансформация включает в себя изменения в мышлении, стиле руководства, системе поощрения инноваций и в принятии новых бизнес-моделей для улучшения работы сотрудников организации, ее клиентов, поставщиков и партнеров» [12].

Понятие цифровой трансформации получило своё развитие в статье Вьюгиной Д.М.: по мнению автора, цифровая трансформация – «масштабная трансформация бизнеса, затрагивающая весь набор функций предприятия от автоматизации закупок до продаж и маркетинга, влияющая как на изменение операционной модели, так и на инфраструктуру предприятия, базирующаяся на цифровых технологиях и протекающая под действием трех основных драйверов: изменения запросов пользователей, развития технологий и усиления конкуренции» [6].

Несколько иные акценты в определении понятия расставляет В. Рыжков. Под цифровой трансформацией он понимает «изменение мышления бизнеса в новых условиях цифровой экономики, драйвером которого выступает современный потребитель и меняющаяся культура коммуникаций» [8].

В статье под цифровой трансформацией понимается процесс перехода предприятия к новым способам организации хозяйственной деятельности и взаимодействия с поставщиками и клиентами на основе создания общего информационного пространства с целью повышения эффективности бизнеса.

Цифровая трансформация представляет собой процесс, в результате осуществления которого компания надеется создать уникальный клиентский опыт. Источниками уникального клиентского опыта выступают данные, которые позволяют оптимизировать бизнес-процессы и как результат создать нужные людям цифровые продукты.

Простейшая схема цифровой трансформации компании может включать 4 этапа. Начинать цифровую трансформацию стоит с автоматизации бизнес-процессов компании. На втором этапе важно провести подготовительную работу с командой. На третьем этапе осуществляется оптимизация существующих бизнес-процессов через переход к цифровым решениям, когда разрабатываются алгоритмы получения данных. В рамках четвертого этапа прорабатываются метрики оценки клиентского опыта и происходит формализация функциональности, закладываемой в продукт. После того, как клиент получил возможность закрывать с помощью системы часть своих потребностей, важно не останавливаться на достигнутом и продолжать

формировать вокруг клиента надёжную цифровую экосистему, чему и посвящён 4 этап [2].

Из всех представленных в профессиональной литературе подходов к выделению этапов цифровой трансформации в рамках исследования мы предлагаем остановиться на комплексном подходе PwC, разработанном для Siemens PLM Software Alliance [3], модели рамок цифрового преобразования (англ. Digital transformation framework) G. Westerman, D. Bonnet и Andrew McAfee [10] и подходе к цифровой трансформации американского издания CEOWORLD Magazine [4].

PwC на примере Siemens PLM Software Alliance предлагают комплексный подход к выделению этапов цифровой трансформации с момента оценки «цифровой зрелости» и формирования цифровой стратегии предприятия до масштабирования пилотного проекта. В качестве основного преимущества модели выделяется комплексность подхода, который позволяет увидеть целостную картину интеграции отдельных элементов трансформации на уровне стратегии, технологии, бизнес-процессов и данных в текущую деятельность предприятия с целью повышения её экономической эффективности.

Модель рамок цифрового преобразования G. Westerman, D. Bonnet и Andrew McAfee демонстрирует несколько иной подход к организации процесса. В рамках этого подхода авторы выделяют два направления (стратегический и диджитальный – англ. Strategic Assets и Digital Building Blocks) и три точки приложения сил, иными словами, три трансформируемых блока, – работа с клиентами, операционный процесс и бизнес-модель (англ. Customer Experience, Operational Process и Business Model). В рамках каждого блока авторы рассматривают по три основных элемента, итого получается 9 элементов, которые компания должна последовательно проработать для успешного цифрового преобразования бизнеса.

Подход к цифровой трансформации американского издания CEOWORLD Magazine внешне кажется более простым, поскольку предполагает последовательное движение от основания, состоящего в автоматизации внутренних процессов, до полной синхронизации, когда цифровая трансформация становится частью живого ДНК предприятия [4]. Преимущества этого подхода заключаются в его универсальности, поскольку речь идёт лишь о направлении мероприятий по цифровой трансформации предприятия, в то время как конкретные шаги и действия оставляются за компанией, которой предлагают самостоятельно доработать его под себя.

Если обобщить рассмотренные подходы к организации процесса цифровой трансформации бизнеса, то можно получить модель цифрового преобразования предприятия, представленную в табл. 1.

Таким образом, в рамках исследования под этапами цифровой трансформации предприятия будет пониматься пятиступенчатый способ организации процесса перехода предприятия к новым способам организации хозяйственной деятельности в результате эволюционного развития компании с

момента автоматизации элементов операционной модели (Этап. 1 Основание) до формирования отношения к цифровой трансформации как к процессу, без которого существование компании невозможно (Этап 5. Живая ДНК), посредством воздействия на бизнес-процессы, операционную модель и клиентов компании.

Таблица 1 – Модель цифрового преобразования предприятия

Этап цифровой трансформации	Мероприятия цифровой трансформации			Ожидаемый результат
	Бизнес-процесс	Операционная модель	Работа с клиентами	
Основание	точечное внедрение новых технологий	автоматизация продаж, производства, ...	отсутствуют соответствующие отношения с клиентами	новые технологии внедрены в отдельные бизнес-процессы
Разрозненность	оптимизация бизнес-процессов	анализ больших данных, имитационные модели	сегментация потребителей, формирование стратегий продвижения	снижен человеческий фактор на предприятии
Частичная синхронизация	внедрение различного рода инноваций	внедрение различного рода инноваций	изменение подходов к продвижению товаров компании	производственные мощности оптимально перераспределены
Полная синхронизация	внедрение принципиально новых цифровых бизнес-моделей	взаимодействие между участниками цепочки создания ценности	погружение в потребности, предпочтения и привычки клиента	создано сообщество лояльных компании клиентов
Живая ДНК	цифровая глобализация	геймификация, гибкие методологии управления	компания создает уникальный клиентский опыт	повышен уровень осознанности сотрудников

Примечание: составлено авторами

При осуществлении цифровой трансформации предприятия компания может руководствоваться двумя основными подходами. Согласно первому во главу угла ставится сама компания, её потребности и цели. Цифровые технологии воспринимаются как средства достижения целей, например, совершенствования узких мест существующих бизнес-моделей. При таком подходе процесс цифровой трансформации является более управляемым, поскольку для каждой цели можно подобрать критерии степени её достижения и может быть безболезненно и обосновано включён в стратегический план развития компании.

Компания может осуществлять цифровую трансформацию, руководствуясь вторым подходом. Тогда компания не будет искать технологии как способы

решения существующих проблем, а, наоборот, будет подбирать элементы бизнес-процессов, которые можно улучшить с помощью, выбранной в начале пути технологии. Такой путь тоже возможен, особенно когда речь идёт о недостаточно проверенных цифровых технологиях, однако ввиду специфики объекта исследования, мы предпочтём не включать его в рекомендации по проведению цифровой трансформации бизнеса [7].

В результате исследования подходов к определению цифровой трансформации были проанализированы публикации Массачусетского технологического института, Глобального центра по цифровой трансформации бизнеса, публикации Н. Алейник, Д. Террара, Д. Вьюгиной, В. Рыжкова, П. Вайла, Д. Антипова, В. Ананьева и А. Чернова. Несмотря на различия в формулировках, авторы сходятся во мнении, что цифровая трансформация – это процесс перехода к новым способам организации бизнес-процессов в компании. Следовательно, как и любой процесс, мы можем попробовать разложить его на этапы.

Наиболее подходящим для целей нашего исследования нам показался рекомендательный подход к выделению этапов цифровой трансформации, описанный в статье независимого издания Rusebase. Автор выделяет 5 этапов, через которые придётся пройти компании, отважившейся на цифровую трансформацию своей деятельности. Взяв эту структуру за основу, мы применили к ней рекомендации, описанные в публикациях представителей профессионального сообщества на площадке информационного агентства РБК Pro Bain & Company [1]. В результате чего процесс цифровой трансформации оказался поделён на 5 этапов. В рамках каждого этапа мы определили мероприятия цифровой трансформации предприятия на уровне бизнес-процессов, операционной модели и работы с клиентами, после чего определили результат каждого этапа, который производственная компания ожидаемо получит на выходе.

#### Список использованной литературы

1. Bain & Company Кто такие лидеры цифровизации и чему у них можно научиться [Электронный ресурс] // РБК Pro. – 2019. – URL: <https://pro.rbc.ru/news/5d540de89a79473274fa8a46> (дата обращения: 30.05.2020)
2. Lab Wonderfull 4 этапа цифровой трансформации [Электронный ресурс] // Medium – 2019. – URL: <https://medium.com/@LabWonderfull/4-этапа-цифровой-трансформации-1e5d2faec7a6> (дата обращения: 01.06.2020)
3. PwC & SIEMENS PLM Software Alliance Комплексный подход к цифровой трансформации производственных предприятий [Электронный ресурс] – 2018. – URL: [https://www.pwc.ru/ru/publications/PwC\\_Siemens\\_Digital\\_transformation.pdf](https://www.pwc.ru/ru/publications/PwC_Siemens_Digital_transformation.pdf) (дата обращения: 30.05.2020)
4. Алейник Н. Что такое цифровая трансформация и чем она отличается от цифровизации и Индустрии 4.0 [Электронный ресурс] //

RUSBASE – 2019. – URL: <https://rb.ru/story/what-is-digital-transformation/> (дата обращения: 25.12.2019)

5. Алейник Н. Этапы цифровой трансформации: через что вам придётся пройти? [Электронный ресурс] // RUSBASE – 2019. – URL: <https://rb.ru/story/digital-transformation-stages/> (дата обращения: 25.12.2019)

6. Вьюгина Д.М. Цифровые стратегии медиабизнеса в условиях изменяющегося медиапотребления // Медиаскоп, 2016. – № 4. – URL: <http://www.mediascope.ru/2233> (дата обращения: 03.06.2020)

7. Гарифуллин Б. М., Зябриков В. В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // КЭ. 2018. №9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-modeli-i-algoritmy> (дата обращения: 03.06.2020).

8. Рыжков В. Что такое digital-трансформация? [Электронный ресурс] // Komanda-a.pro – 2019. – URL: <http://komanda-a.pro/blog/digital-transformation> (дата обращения: 02.04.2020)

9. Устюгова Е. Цифровизация промышленности как инструмент повышения эффективности производства. Лучшие практики и новые решения [Электронный ресурс] // Коммерсантъ – 2018. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3744965> (дата обращения: 01.06.2020)

10. Digital Transformation: A Roadmap For Billion-Dollar Organizations // Capgemini Consulting, 2011 – URL: [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital\\_Transformation\\_\\_A\\_Road-Map\\_for\\_Billion-Dollar\\_Organizations.pdf](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf) (дата обращения: 18.04.2020)

11. Digital Vortex. How Digital Disruption Is Redefining Industries // Global Center For Digital Business Transformation, 2015 – URL: <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digital-vortex-report.pdf> (дата обращения: 18.04.2020)

12. Terrar D. What is Digital Transformation? // Theagileelephant.com, 2015 URL: <http://www.theagileelephant.com/what-is-digital-transformation>. (дата обращения: 02.04.2020)

УДК 658:005.95/.96

## ПЕРСОНАЛ-МАРКЕТИНГ КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

*А.А. Прядко*

*Научный руководитель И.Ю. Охрименко*

*ГО ВПО Донецкий национальный университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского*

Аннотация. В статье раскрыта сущность и содержание процесса управления человеческими ресурсами предприятия в рыночных условиях. Обоснована роль основных подсистемы управления человеческими ресурсами в общей системе менеджмента предприятия. Рассмотрены теоретические основы внедрения персонал-маркетинга на предприятии. Предложен научно-методический подход к развитию подсистемы персонал-маркетинга.

Опыт деятельности отечественных и зарубежных предприятий свидетельствует о росте роли человеческого фактора в функционировании предприятия, что способно обеспечить устойчивое развитие хозяйствующего субъекта в долгосрочной перспективе. На сегодняшний день от руководства предприятия требуется создание интегрированной единой службы управления предприятием с целью исключения разделения работ функциональных подразделений кадровой службы, подчиненных отдельным менеджерам.

В современной литературе как зарубежные (М. Армстронг, Х.Т. Грэхем, П. Друкер, Г. Минцберг, М. Портер, Р. Райт и др.), так и отечественные (Л.В. Балабанова, Б. И. Башкатов, В.М. Мишин, Т.Г. Озерникова, Л.А. Омелянович, Е.В. Сардак и др.) исследователи уделяют достаточно внимания оптимизации систем управления персоналом на основании системного и стратегического подходов. Однако недостаточно внимания уделено исследованию маркетинга в системе управления человеческими ресурсами, также отсутствует комплексный научно-методический подход к его внедрению на предприятии. Данный аспект и обуславливает актуальность рассмотрения предложенной темы.

Непрерывное развитие взглядов исследователей на роль человека в жизнедеятельности предприятий обусловило возникновение широкого понятийного аппарата. Среди обширного количества терминов можно выделить ряд наиболее существенных и содержательных, в частности: «рабочая сила», «кадры», «трудовые ресурсы», «персонал», «человеческие ресурсы», «человеческий капитал», «трудовой потенциал», «кадровый потенциал». Понятия размещены в логической последовательности своего возникновения и развития, отражая тем самым роль человека в управлении и эволюцию подходов к управлению человеческими ресурсами.

Для современного этапа развития менеджмента характерны следующие понятия: «персонал», «человеческие ресурсы», «кадровый потенциал» (HR-потенциал).

Дефиниция «персонал» подразумевает весь состав работников предприятия (постоянный и временный, квалифицированный и неквалифицированный), состоящих в трудовых отношениях с работодателем и выполняющих определенные функции, руководствуясь собственными способностями.

Аккумулируя подходы к трактовке «человеческие ресурсы», представим собственное видение данного понятия: человеческие ресурсы – комплекс профессионального, культурного капиталов, капитала здоровья, которые есть у каждого человека и реализуются им в процессе производства и потребления, а также рационально используются предприятием в целях повышения конкурентоспособности во внешней среде.

В свою очередь, кадровый потенциал рассматривается с позиции экономического, демографического, статистического и социологического подходов и содержит нацеленность не только на сохранение и использование возможностей, качеств работников, но и на их непрерывное развитие. Именно

такой взгляд на систему управления способен обеспечить конкурентоспособность предприятия не только в сфере своей деятельности, но и на рынке труда.

Развитие кадрового потенциала предприятий требует разработки и внедрения подсистемы персонал-маркетинга. Маркетинг-ориентированный подход позволит в полной мере реализовывать концепцию 5P предприятия (товар, цена, место, продвижение, персонал).

Анализ последних публикаций позволил установить следующие наиболее распространенные варианты подходов к управлению человеческими ресурсами:

1) целевой подход (авторы: К.В. Воденко, С.И. Самыгина и К.Г. Абазиева): система УЧР находит свое отражение в формировании оптимального состава трудовых ресурсов, раскрытии качеств работников и повышении компетентности, их развитии, что позволяет предприятию достигать поставленных целей [6, с.197];

2) регламентный подход (авторы: Д.В. Барышникова и М. А. Девяткина): система УЧР базируется на стратегиях, целях, задачах, правах, ответственностях и принципах взаимодействия организации и сотрудников, отраженных в регламентирующих деятельность документах;

3) маркетинговый подход (авторы: Л.В. Балабанова, Н.А. Горелов, Ф. Котлер, Е. В. Сардак): достижение конкурентных преимуществ возможно посредством построения такой системы УЧР, которая будет рассматривать персонал как важный стратегический ресурс, однако существует риск потери контроля [1, 2, 4];

4) функциональный подход (автор: А.Я. Кибанов): система УЧР ассоциируется с совокупностью управленческих мероприятий по разработке планов, процедур, мероприятий, способствующих взаимному дополнению всех элементов в области регулирования деятельности трудовых ресурсов [3, с.124-130].

По результатам анализа вышеуказанных подходов можно сделать вывод, что система управления человеческими ресурсами – совокупность приемов, методов и технологий, охватывающих процесс планирования, подбора, подготовки, оценки, обучения и мотивации персонала, направленный на эффективное его использование, развитие и достижение целей предприятия и работников.

Систему управления человеческими ресурсами целесообразно рассматривать как сложную целостную систему, состоящую из взаимосвязанных и взаимодействующих подсистем: подсистема HR-ориентиров и планирования, подсистема обеспечения и организации работы персонала, подсистема персонал-маркетинга, подсистема формирования и использования персонала, подсистема развития и активизации персонала.

Рассмотренная система управления человеческими ресурсами наиболее полно охватывает выделенные ключевые потенциалы в рамках современной политики HR-менеджмента. Также данная система отражает маркетинг-

ориентированный подход в управлении предприятием в целом. По мнению Н.В. Лясникова, подход означает организацию деятельности с позиции того, как она отразится на динамике рыночной доли предприятия и его HR-бренде на рынке труда [5, с.176].

Изобразим иерархическую взаимосвязь элементов системы управления человеческими ресурсами и HR-потенциала (рис. 1).

Уровень реализации HR-потенциала предприятия свидетельствует о степени значимости персонала в процессе управления, принятия решений, разработки проектов, повышения конкурентоспособности и т.п.

Особо актуальным вопрос о развитии персонал-маркетинга становится в условиях кризиса и нестабильности внешней среды. Именно в таких условиях вынуждены функционировать предприятия Донецкой Народной Республики на протяжении более 6 лет. Первоначальный этап становления предпринимательской деятельности отличался повышенной инициативностью и дисциплинированностью работников. Однако с течением времени консервативный подход утратил свою эффективность, и возникла обоснованная потребность в модернизации системы HR-управления отечественных предприятий в направлении учета потребностей, качеств, возможностей персонала.



Рисунок 1 - Иерархическая взаимосвязь элементов системы управления человеческими ресурсами и HR-потенциала

Внедрение персонал-маркетинга в систему управления человеческими ресурсами обеспечит учет потребностей работодателя и работников. Именно персонал-маркетинг способен обеспечить баланс в развитии ключевых потенциалов в системе управления человеческими ресурсами в целом: организационного, технологического, адаптационного, социального, коммуникационного, квалификационного, образовательного, мотивационного и креативного потенциала.

Однако, как показала практика, в системе управления человеческими ресурсами подсистема персонал-маркетинга не рассматривается на отечественных предприятиях как системообразующая. В связи с этим целесообразно предложить следующий научно-методический подход к развитию данного направления (рис. 2).

Первый этап предполагает исследование системы УЧР, расчет значений, необходимых для построения системы частных показателей оценки элементов.

На втором этапе осуществляется оценка реализуемой бизнес-стратегии предприятия посредством построения матрицы Томпсона-Стрикленда по показателям конкурентной позиции и темпов роста рынка.

Обобщенная оценка подсистемы персонал-маркетинга в разрезе основных потенциалов (организационного, технологического, адаптационного, социального, квалификационного, образовательного, коммуникационного, креативного и мотивационного потенциалов) с помощью матриц представляет собой третий этап. Построение матриц требует установления соответствия между потенциалами и ключевыми характеристиками идентифицированных бизнес- и кадровых стратегий.

На четвертом этапе предполагается формирование системы целей по развитию подсистемы персонал-маркетинга. Во внимание принимаются рассчитанные на первом этапе значения для формирования системы показателей по организационному и технологическому, адаптационному и социальному, квалификационному и образовательному, коммуникационному, креативному и мотивационному потенциалу. Данный этап послужит основой для обобщения оценки подсистемы персонал-маркетинга посредством сравнения фактического и нормативного значений, поиска отклонений и определения целей развития.

Определенные цели нерационально реализовывать одновременно, что требует выявления первостепенных и второстепенных направлений развития. Следовательно, на пятом этапе осуществляется построение иерархии критериев выбора целей методом экспертной оценки с учетом ряда требований: конкретность, измеримость, достижимость, актуальность и реалистичность, четкая определенность во времени.

Однако данные требования следует конкретизировать в соответствии с объектом исследования. Поэтому критериями будут выступать: взаимосвязь цели с бизнес- и кадровой стратегией (ВБК), точность формализации целей (ТФЦ), совместимость цели с бизнес-стратегией (СЦБ), достижимость (ДЦ),

гибкость (ГЦ), стимулирующий характер (СЦ). С учетом критериев по правилу Фишберна рассчитывается их весомость и обосновывается степень соответствия целей критериям выбора.

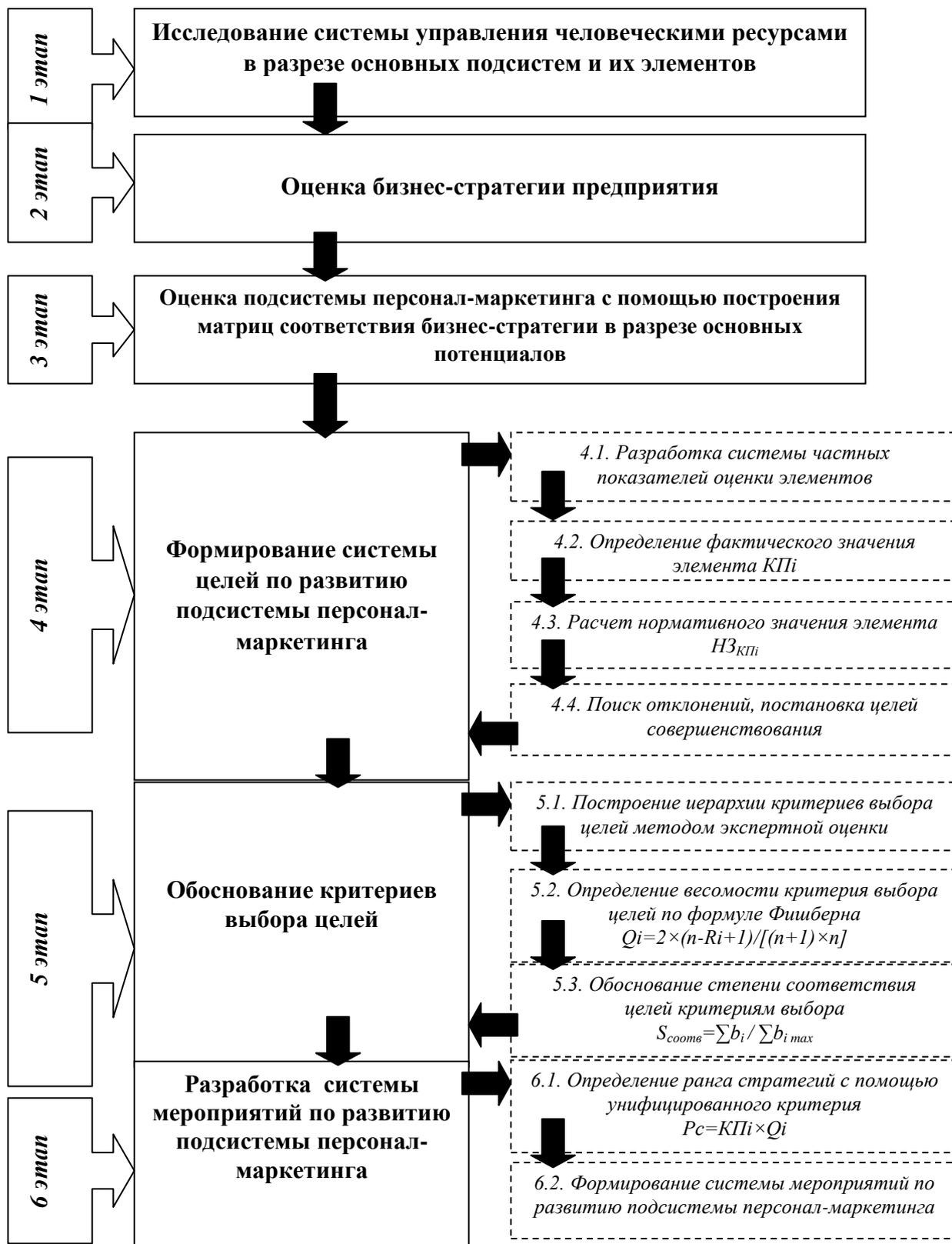


Рисунок 2 – Рекомендованный научно-методический подход к развитию подсистемы персонал-маркетинга для ООО ПКФ «ОНИКС»

На шестом этапе целесообразно предложить систему альтернатив развития подсистемы персонал-маркетинга посредством построения матриц выбора в разрезе тех потенциалов, которые требуют совершенствования. Идентифицированные мероприятия по развитию объединяются и представляют собой стратегический портфель.

Реализация альтернатив позволит сформировать такие взаимоотношения в системе функционирования предприятия, которые будут способствовать росту лояльности и со стороны персонала, и со стороны контактных аудиторий.

Подводя итог, стоит отметить, что персонал-маркетинг в условиях рыночных отношений является эффективным инструментом реализации кадровой политики, удержания и расширения зон своего влияния. Применение маркетинга в управлении позволит формировать кадровый потенциал на основе стратегического подхода; организовывать долгосрочное планирование; формировать кадровый резерв; создавать систему мотивации с учетом интересов сотрудников; эффективно управлять разнообразием персонала; предоставлять возможность карьерного роста молодым специалистам; создавать рабочие места для молодых специалистов, взаимодействуя с вузами, что позволит снижать затраты на поиск и набор персонала.

#### Список использованной литературы

1. Балабанова Л.В., Сардак Е.В. Управление персоналом: учебник / Л. В. Балабанова, Е. В. Сардак. – Киев: Центр научн. лит-ры., 2011. – 468 с.
2. Горелов Н.А. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников ; под ред. Н. А. Горелова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 270 с
3. Кибанов А.Я. Управление трудовыми ресурсами. Учебник / А. Я. Кибанов. – Инфра-М, 2010. – 284 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экс пресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006.
5. Лясников Н.В. Экономика и социология труда [Текст]: учебное пособие для вузов / Н. В. Лясников, М. Н. Дудин, Е. В. Чеканов. — 2-е изд., стер. — Москва: КноРус, 2014. — 274 с.
6. Управление человеческими ресурсами: учебно-методическое пособие/ Дудин М.Н., Лясников Н.В., Сенин А.С., Сепиашвили Е. Н., Сидоренко В.Н., Толмачев О.М. — М.: Издательство «Элит», 2016. — 349 с.

УДК 339.1(079.2)

### ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

*Ю.Ю. Свирина*

*Бийский технологический институт (филиал) АлтГТУ им. И.И. Ползунова*

В статье рассмотрена оценка конкурентоспособности малого предприятия, осуществляющего деятельность на рынке профилированных погонажных изделий. В

частности, проведен анализ конкурентных сил отрасли, представлены основные характеристики регионального рынка погонажных изделий, конкурентный анализ отрасли и стратегические возможности развития предприятия. Предложены рекомендации по повышению конкурентоспособности малого предприятия по производству погонажных изделий из древесины.

Конкурентоспособность является основной характеристикой предприятия с позиции конкурентной борьбы. Она наиболее полно отражает результаты деятельности любого предприятия, организацию работы всех его структурных подразделений и подтверждает, насколько оно эффективно.

Для малого предприятия остается актуальным вопрос удержания конкурентоспособности и изыскание способов ее повышения, решить который невозможно без проведения оценки конкурентоспособности.

Объектом исследования в работе выступило производственное предприятие, принадлежащее индивидуальному предприятию Коробкову С.Б. Предприятие предлагает из алтайского кедра качественный, экологически чистый погонаж (имитации бруса, евравагонка, доска для пола и т.д.) для строительства и ремонта. Кроме этого, предприятие оказывает услуги по производству мебели из массива кедра и изготавливает нестандартные изделия под заказ.

Первым этапом исследования стал анализ рынка профилированных погонажных изделий из древесины, на котором работает предприятие.

Анализ рынка погонажных изделий позволил определить основные характеристики, которые представлены в таблице 1.

Можно отметить, что рассматриваемая отрасль достаточно привлекательна, так как производство из древесины погонажных изделий весьма простой процесс в техническом, технологическом и организационном плане, что побуждает многих мелких предпринимателей выходить на этот рынок.

Основным рынком потребления погонажной продукции является рынок малоэтажного загородного домостроения. На рисунке 1 представлено разделение сегментов погонажной продукции по рынкам сбыта.

Малоэтажное жилищное строительство наиболее интенсивно развивается на территории городского округа города Барнаула и прилегающих к нему районов – Первомайского и Павловского.

В Алтайском крае функционирует около 20 компаний, работающих на рассматриваемом рынке, которые представлены и крупными деревообрабатывающими заводами, и мелкими индивидуальными предпринимателями. Покупателями продукции выступают как частные клиенты, так и строительные компании. Данная продукция отрасли в основном стандартизированная, выпускаемая по международным и российским стандартам. Рассмотренные характеристики рынка характеризуют привлекательность отрасли.

Таблица 1

## Основные характеристики регионального рынка погонажных изделий

Показатель	Величина или характеристика
1. Годовой объем производства	Около 300 тыс. м <sup>3</sup>
2. Темп роста рынка в год	6 %
3. Число конкурентов и их относительные размеры	Около 20 компаний, от крупных заводов до микропредприятий
4. Характеристика покупателей	Строительные компании, фирмы, частные клиенты
5. Факторы, влияющие на развитие отрасли	Экономический рост, урбанизация, доходы семей, уровень активности в секторе строительства малоэтажных жилых и нежилых зданий
6. Легкость вхождения в отрасль или выхода из нее	Умеренная возможность, не требуется лицензирование деятельности, нужен стартовый капитал
7. Характеристика продукции: дифференцированная или стандартизированная	Стандартизированная, выпускаемая по российским и международным стандартам
8. Характеристика капитальных вложений в отрасли	Стартовый капитал 500 000 рублей
9. Доходность (рентабельность) отрасли	Рентабельность на среднем уровне
10. Стадия жизненного цикла отрасли	Зрелость

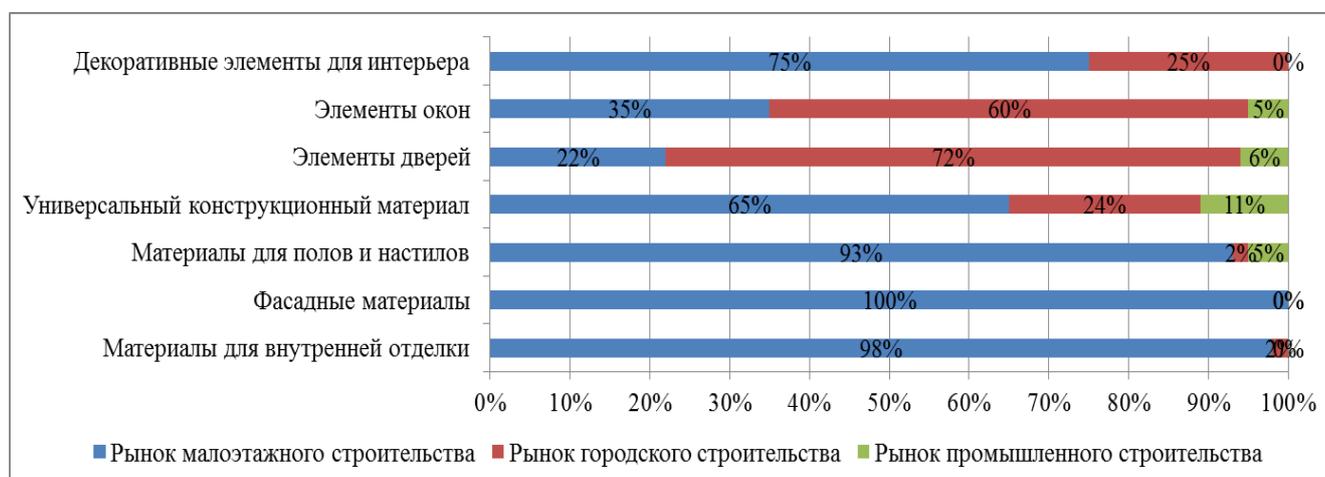


Рис. 1. Структура продажи погонажной продукции по типам строительных рынков

На основе имеющихся данных по рынку погонажных изделий был проведен анализ конкурентных сил отрасли по модели М. Портера [1]. На схеме представлена сводная модель пяти сил конкуренции для отрасли (рис. 2).

По результатам можно сделать следующие выводы:

- 1) центральное место занимает конкуренция продавцов;

- 2) товары-заменители (недревесные отделочные материалы) также несут высокий уровень угрозы;
- 3) поставщики несут средний уровень угрозы;
- 4) новые конкуренты также представляют средний уровень угрозы;
- 5) пятая сила – покупатели - является наименее влиятельной на рынке.

Конкурентное положение предприятия может быть продемонстрировано при помощи SWOT-анализа. Анализ сильных и слабых сторон малого предприятия, его возможностей и угроз позволил составить матрицу, которая определяет стратегические возможности ее развития, направленные на укрепление конкурентного положения на рынке погонажных изделий и перспективы улучшения производственной деятельности (табл. 2).

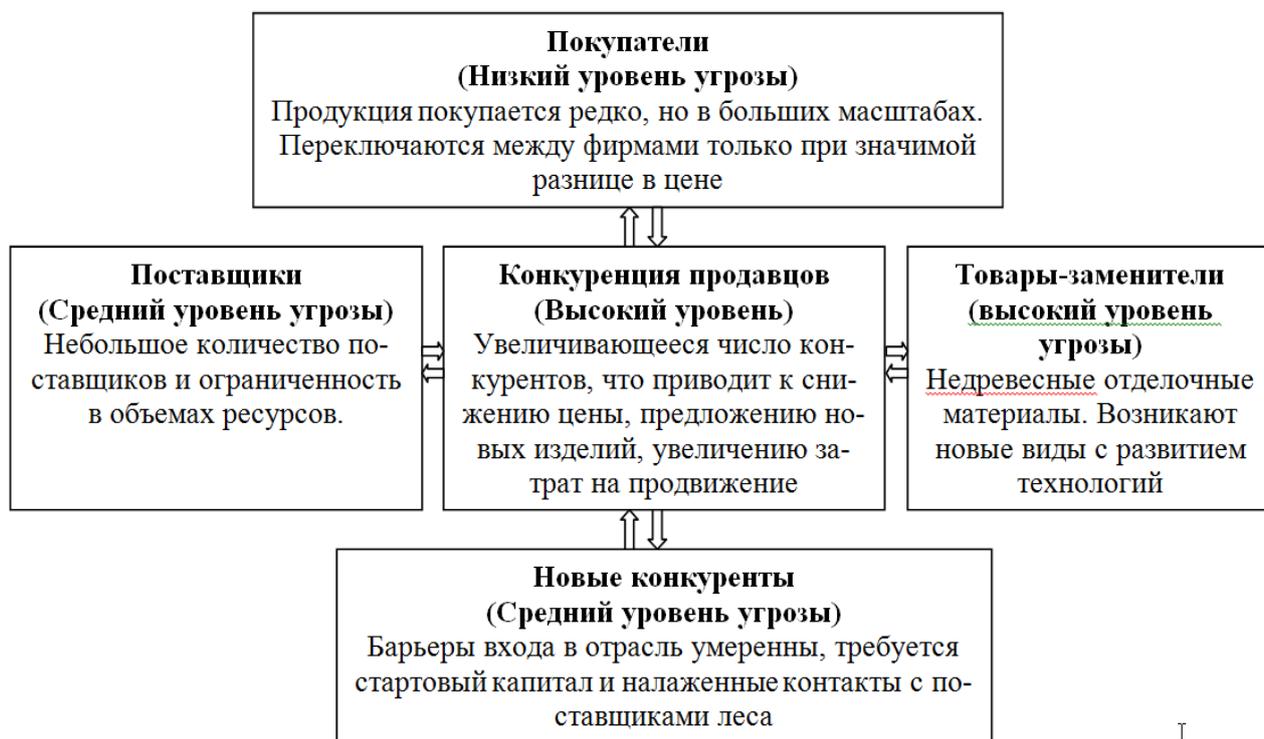


Рис. 2. Конкурентный анализ отрасли по М. Портеру

Таким образом, учет слабых сторон и влияния угроз, а также использование сильных сторон и возможностей позволят малому предприятию достичь планируемой доли рынка, укрепив свое положение на рынке погонажных изделий.

Для того чтобы определить конкурентоспособность предприятия, функционирующего на рассматриваемом отраслевом рынке, необходимо проводить сравнительный анализ с предприятиями-конкурентами [2]. Основными конкурентами ИП Коробков являются предприятия «ВудМастер» и «Мир дерева», которые в свою очередь также осуществляют производство и реализацию пиломатериалов и погонажных изделий на рынке города Бийска и Алтайского края.

Таблица 2

Матрица SWOT-анализа малого производственного предприятия ИП Коробков

	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Возможности (O)	SO-стратегия	WO-стратегия
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- укрепление позиций на рынке города и постепенный выход на региональный рынок</li> <li>- наращивание объемов производства продукции</li> <li>- положительная репутация компании позволит привлечь новых клиентов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разработка и запуск фирменного сайта</li> <li>- разработка бренда и логотипа</li> <li>- зависимость от поставщиков и заказчиков может ослабить возможности по завоеванию новых рынков</li> </ul>
Угрозы (T)	ST-стратегия	WT-стратегия
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- репутация компании позволит минимизировать последствия усиления конкуренции на рынке</li> <li>- индивидуальный подход к клиентам послужит эффективным средством в конкурентной борьбе</li> <li>- расширение ассортимента продукции позволит бороться со снижением спроса</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зависимость от заказчиков и отсутствие четкой стратегии создают подверженность экономической нестабильности</li> <li>- активное использование методов стимулирования сбыта</li> </ul>

Результаты проведенной оценки конкурентоспособности рассматриваемых предприятий представлены в наглядном виде в качестве многоугольника конкурентоспособности (рис. 3).

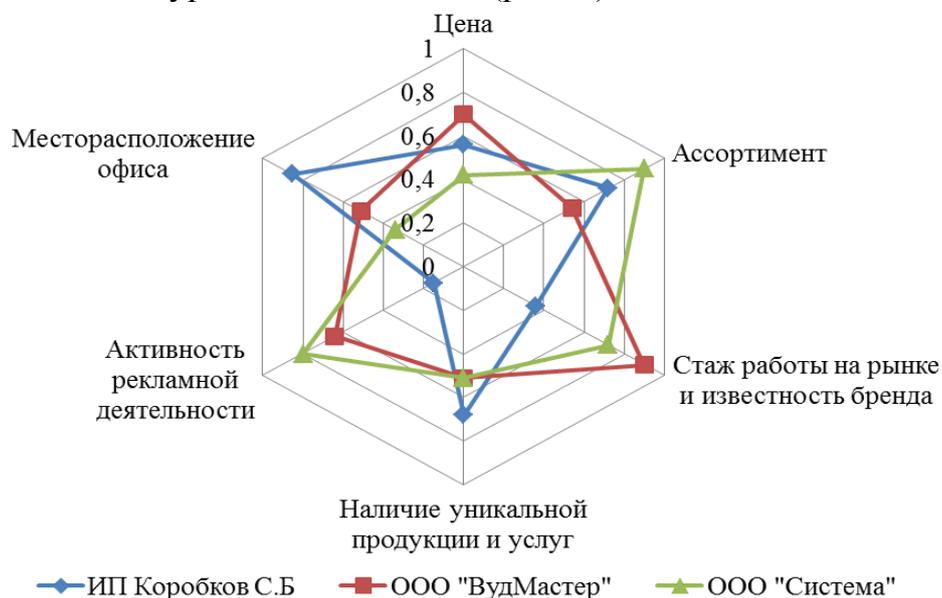


Рис. 3. Многоугольник конкурентоспособности

Количественная оценка конкурентоспособности проводилась методом экспертных оценок по пятибалльной шкале. В качестве ключевых критериев для оценки использовались цена, ассортимент, активность рекламной деятельности, стаж работы на рынке и известность бренда, наличие уникальной

продукции и дополнительных услуг, месторасположение компании. Общая оценка конкурентоспособности для рассматриваемых предприятий составила: 3,32 балла для ИП Коробков, 3,8 балла для ООО «ВудМастер» и 3,69 балла для ООО «Система». Таким образом, наиболее сильным конкурентом для ИП Коробков С.Б. является компания ООО «ВудМастер».

При этом ИП Коробков занимает последнее место среди своих основных конкурентов, но отставание незначительное. Благодаря индивидуальному подходу к клиентам и возможности производства изделий любых размеров на заказ, продукция и услуги предприятия пользуются спросом на рынке города. Слабыми сторонами предприятия является небольшой опыт работы на рынке, нет собственного бренда и логотипа, низкий уровень активности рекламной деятельности.

Проведенное исследование конкурентоспособности предприятия позволило выявить основные направления совершенствования деятельности – это активизация коммуникационной политики, рекламной деятельности, разработка логотипа.

Фирменный сайт компании является необходимым атрибутом бизнеса любого масштаба. Грамотное применение интернет-ресурса позволяет добиться конкурентного преимущества за достаточно короткое время и с минимальными дополнительными вложениями. При этом сайт может работать как на расширение географии продаж, так и на повышение имиджа и др.

Следующей рекомендацией является создание и продвижение бренда и логотипа компании. Хорошо разработанный логотип может способствовать успеху в бизнесе.

После разработки и запуска сайта, а также разработки фирменного логотипа компании оценка конкурентоспособности составит 3,83 против 3,32 и превысит оценку основного конкурента ООО «ВудМастер».

#### Список использованной литературы

1. Дрок, Т.Е. Анализ и оценка конкурентоспособности малого производственного предприятия / Т.Е. Дрок // Вестник Калининградского филиала Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2014. – №3(37). – С. 128-134.
2. Зинина, О.В., Шадрин, В.К. Разработка инструментов оценки конкурентоспособности предприятий малого бизнеса / О.В. Зинина, В.К. Шадрин // Социально-экономический и гуманитарный журнал Красноярского ГАУ. – 2018. – №2. – С. 53-66

## О МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОЙ ОГРАНИЧЕННОСТИ

*А. В. Сорокин*

*Рубцовский индустриальный институт*

В работе рассматриваются проблемы мотивации персонала в условиях финансовой ограниченности ресурсов, анализируются конкретные шаги по повышению эффективности использования персонала в подобных условиях.

Ключевые слова: персонал, мотивация, методы мотивации, ресурсы.

Мотивация (от лат. *movere*) – побуждение себя и других к действию; психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленность, организацию, активность и устойчивость; способность человека деятельно удовлетворять свои потребности [1].

О проблемах в области мотивации персонала написано огромное количество трудов как зарубежных, так и отечественных авторов. В развитых странах, где уровень благосостояния общества и отдельно взятого человека выше, чем в нашей стране, применение различных методов мотивации является более тонким и изощренным процессом, так как затрагивает, в основном, верхние уровни потребностей по иерархии А. Маслоу. В российских же реалиях наибольший эффект дают материальные составляющие мотивационного процесса. В большинстве отечественных компаний и организаций люди работают исключительно «за деньги», игнорируя другие призывы и попытки работодателей их мотивировать.

В условиях нестабильной внешнеполитической и экономической обстановки у руководства российских компаний (как частных, так и государственных) не может быть полной уверенности в наличии достаточного объема финансовых ресурсов, необходимых для адекватного увеличения уровня заработной платы своим работникам. Поэтому многие компании вынуждены идти по пути оптимизации структуры и численности персонала, действуя по принципу: «не нравится – уходи». Однако далеко не каждый хозяйствующий субъект может позволить себе реализовать такой подход, особенно в части высококвалифицированного персонала. В условиях нестабильной экономической ситуации, кроме финансовых проблем и необходимости удержания своих позиций на рынке, очень часто перед руководством организации и отделом персонала встает вопрос, как удержать высококвалифицированных сотрудников, не выходя при этом за рамки существующего бюджета. Ключевые специалисты – это важнейший ресурс, без которого выход организации из сложных ситуаций просто невозможен [2].

Данная проблема актуальна для большинства организаций и состоит из двух взаимосвязанных пунктов:

- как удержать высококвалифицированного работника, постоянно не прибегая к материальным методам мотивации?
- как сохранить данного работника эффективным?

Два этих вопроса неразрывно связаны между собой и требуют комплексного подхода к их решению. Стандартные наборы действий руководства компаний в сложных финансовых ситуациях, описанные в литературе [3], рекомендуют прибегать к применению административных и социально-психологических методов управления персоналом. И, действительно, при грамотном их использовании и адекватном коллективе, они дают результат. Но в последнее время наряду с положительным эффектом, достигаемым данными методами, все чаще можно услышать фразы: «а зачем мне это нужно?» или «ничего делать не хочу и не буду». Вышеприведенные выражения, естественно, вызывают у руководства негативную реакцию, заставляющую их идти на применение жестких административных мер, что, в свою очередь, приводит к потере работника или же его эффективности. Отсутствие же реакции на подобное поведение, выражающееся в попустительстве и попытке все «спустить на тормозах», приводит к еще большему расхолаживанию коллектива, что незамедлительно отражается на результатах его работы и, как следствие, на результатах работы организации в целом.

Поэтому выбор тех или иных методов мотивации, подходов к управлению персоналом – довольно проблемный и сложный процесс, требующий всестороннего анализа и предельной аккуратности в своей реализации. Нахождение той тонкой грани, когда работники остаются «замотивированными», не испытывают постоянного чувства страха и хотят работать – вот ключевая задача руководства в области управления персоналом в ситуации финансовой нестабильности.

Каким образом решается данная задача, необходимо определять в каждом случае индивидуально. Но есть общие моменты, которые обязательно должны быть учтены. А именно, руководству организации, на наш взгляд, необходимо:

- понять, что движет работниками организации. Для этого можно задействовать весь арсенал средств социальных методов управления персоналом: анкетирования, интервьюирование, анонимные опросы и т.д. Вышеперечисленные инструменты должны позволить руководству понять, что им делается неверно, что демотивирует персонал, выявить пути по изменению сложившейся ситуации;

- быть открытым с коллективом. Проводить периодические встречи с работниками, доводить до них информацию о том, что делается, чтобы преодолеть кризисные ситуации, что планируется делать дальше. На подобных встречах необходимо осуществлять диалог с работниками, фиксировать их замечания и предложения, создавая дружелюбную рабочую атмосферу и позволяя каждому почувствовать себя частью команды, а не «винтиком в механизме»;

- осуществлять неформальные встречи с коллективом, направленные на его сплочение (будь то игра в волейбол или личные беседы). Это не

обязательно влечет за собой какие-то дополнительные финансовые затраты, но при этом создает у людей чувство того, что они ценны и нужны организации;

- применять весь спектр нематериальных методов мотивации (грамоты, конкурсы, памятные сувениры, фото в рекламных проспектах или на баннерах, предоставление возможности самореализации), в том числе создавая их миксы. Ведь никто точно не знает, на что и каким образом может отреагировать коллектив или отдельно взятый работник;

- быть справедливым. Одно из самых сложных по реализации к руководству компаний требований в современном мире. В тяжелой экономической ситуации каждый старается позаботиться прежде всего о себе. Если персонал организации чувствует себя ущемленным, видя, что доходы руководства, несмотря на кризисные явления, не сокращаются, а даже продолжают расти, естественно, это порождает у них чувство несправедливости, которое может вылиться в деструктивные действия.

Таким образом, следуя вышеперечисленным рекомендациям, руководство организации может предпринять реальные шаги, нацеленные на повышение уровня мотивации персонала в рамках существующего бюджета. Это позволит сохранить квалифицированный состав работников, добиться повышения (или сохранения) высоких результатов труда коллектива, заинтересовать людей не только в сиюминутных выигрышах, но и в дальнейшем развитии, перспективе - всем вместе становится лучше.

#### Список использованной литературы

1. Обзор статьи о мотивации на сайте Википедии [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Мотивация>

2. Герасимов К.Б. Методы мотивации персонала в условиях кризиса / К.Б. Герасимов, Н.Д. Шарапова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №12. – С. 29-32.

3. Обзор материалов сайта HR-PORTAL [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/motivaciya-personala-v-kompanii-problemy-i-resheniya>

## СЕКЦИЯ 4: КУЛЬТУРНАЯ МИГРАЦИЯ В ЭКОНОМИКЕ: ОТ ИДЕИ К ПРОЦЕССУ

ББК 74.58

### ПОДГОТОВКА БУДУЩЕГО ЭКОНОМИСТА К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВАМИ ИНОЯЗЫЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОЕКТОВ

*А.Н. Корниенко*

*Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*

В статье рассматривается проблема применения метода проектов в процессе подготовки студентов, обучающихся по направлению 38.03.01 Экономика, к профессиональной деятельности. Выделяя в содержании обучения бакалавра экономики иностранному языку профессиональный, социокультурный и языковой аспекты, которые соответствуют одноименным компонентам иноязычной коммуникативной компетенции, автор предлагает классифицировать профессионально ориентированные проекты по аспектному принципу так, чтобы каждый из выделенных аспектов содержания обучения был поддержан соответствующим ему типом проектов. Такой подход, по мнению автора, обеспечит наилучшие условия для формирования каждого из компонентов иноязычной коммуникативной компетенции.

Метод проектов, представляющий гуманистическое направление в образовании, был разработан американским ученым Д. Дьюи в 1920-е годы. Педагог-новатор предложил так организовать процесс обучения, чтобы этот процесс, соответствуя личной заинтересованности ученика, осуществлялся посредством рациональной деятельности, направленной на получение какого-либо знания. Деятельность учащегося, по мнению Д. Дьюи, является для него единственным способом знакомства с окружающим миром, а связь учащегося с реальной жизнью состоит в «обучении посредством делания» [3, с. 244-246]. Ученый считал, что миссия образования заключается в развитии способности решать актуальные проблемы, а не в передаче информации, которая, возможно, понадобится в будущем.

Идеи исследовательского учебного познания прослеживаются в работах отечественных педагогов начала XX века (П. П. Блонский, Н. К. Крупская, С. Т. Шацкий), а также в теории проблемного обучения, фундаментальные основы которой были заложены во второй половине прошлого века (И. Я. Лернер, А. М. Матюшкин, М. И. Махмутов, и др.) В конце XX – начале XXI веков разработкой метода проектов в России и за рубежом занимались И. А. Зимняя, И. А. Колесникова, Н. Ф. Коряковцева, Н. В. Матяш, Н. Ю. Пахомова, Е. С. Полат, Т. Е. Сахарова, А. Ю. Уваров, D. Fried-Booth, T. Hutchinson и др.

Данный метод получил широкое распространение в образовательных системах мира по ряду причин, к которым Е. С. Полат относит: потребность в формировании способности к самостоятельному получению знаний; актуальность развития организационных и коммуникативных способностей; заинтересованность в обширных межличностных и межкультурных контактах; необходимость владения исследовательскими методами: «собирать

необходимую информацию, факты, уметь их анализировать с разных точек зрения, выдвигать гипотезы, делать выводы и заключения» [10, с. 70-71].

Отражение вышеперечисленных причин можно найти в Федеральном государственном образовательном стандарте высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата). В документе отмечается, что бакалавр указанного направления должен быть способен:

- использовать иностранный язык «для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия»;
- работать в коллективе, придерживаясь норм поликультурного общения;
- осуществлять самоконтроль и самообразование;
- оперировать информацией;
- организовывать деятельность малой группы;
- принимать организационно-управленческие решения и нести за них ответственность [14].

Анализируя теоретические основы и опыт применения метода проектов (Л. В. Голикова, Г. А. Забелина; Н. Ф. Коряковцева; А. А. Максаев; Н. В. Матяш; Н. Ю. Пахомова; Е. С. Полат; и др.), мы отметили, что современные исследователи рассматривают метод проектов как технологию, суть реализации которой заключается в том, чтобы побудить обучающихся к самостоятельному разрешению какой-либо актуальной проблемы на основе некоторой суммы имеющихся у них знаний и через проектную деятельность, в процессе которой предполагается самостоятельно получить недостающую информацию (овладеть недостающими умениями), продемонстрировать прикладное значение добытых знаний. Проектная технология (метод проектов) предполагает обнародование результатов деятельности в виде продукта. При этом сам «продукт» имеет лишь косвенное отношение к цели проектной деятельности, которая заключается в развитии личности субъекта обучения и в формировании различных компетенций – социальной, творческой, познавательной и др. [2; 4; 7; 8; 9; 11; 10].

Применительно к вузовским условиям эта цель, по нашему мнению, состоит в развитии разных аспектов личности студента, его готовности к профессиональной деятельности посредством формируемых в процессе выполнения проекта компетенций. Осознавая богатый потенциал метода проектов (проектной технологии), современные исследователи активно пытаются использовать его в процессе подготовки будущих специалистов, находя различные способы внедрения данного метода (технологии) в образовательный процесс вузов. Об этом свидетельствуют работы А. Г. Ковалевой, Л. В. Скоповой и др. [5; 12].

Очевидно, что содержание технологии должно соответствовать ее цели, т. е. в нашем случае оно должно отображать специфику будущей профессиональной деятельности бакалавра. Следовательно, для учебных проектов нужно отбирать значимые в профессиональном плане проблемы,

разрешение которых связано с овладением знаниями, умениями и навыками, необходимыми для исполнения профессиональных обязанностей экономиста. Другими словами, проекты, реализуемые в процессе обучения будущего бакалавра экономики иностранному языку, должны быть ориентированы на эту профессию.

В рамках типологии, разработанной Е. С. Полат, выделяются исследовательские, поисковые, творческие, ролевые, информационные и прикладные проекты (классификация по доминирующей в проекте деятельности) [10, с. 71-73]. Мы предлагаем добавить в этот ряд профессионально ориентированные проекты (доминирующая деятельность – квазипрофессиональная). Квазипрофессиональная деятельность (термин введен А. А. Вербицким), сочетая в себе черты как учебной, так и профессиональной деятельности, включает «ролевое поведение, различные профессиональные позиции и ценности, элементы институционального взаимодействия» [1, с. 75].

Выделяя в содержании обучения бакалавра экономики иностранному языку профессиональный, социокультурный и языковой аспекты, которые соответствуют одноименным компонентам иноязычной коммуникативной компетенции, мы также предлагаем подразделить профессионально ориентированные проекты на предметные, социокультурные и языковые виды проектов так, чтобы каждый из выделенных аспектов был поддержан соответствующим ему типом проектов. По нашему мнению, это обеспечит наилучшие условия для формирования каждого из компонентов иноязычной коммуникативной компетенции.

*Языковые проекты* могут затрагивать различные аспекты языка: грамматику, лексику или фонетику. Они должны быть включены в содержание обучения экономистов иностранному языку потому, что языковой компонент играет важнейшую роль в структуре иноязычной коммуникативной компетенции. При изучении иностранного языка большую сложность, например, представляет грамматика. Преподавателям известно, что добиться прочного знания грамматики и умения применять это знание в устной и письменной речи очень сложно. Распространенной и существенной проблемой является и то, что студенты, для которых иностранный язык не является профильной дисциплиной, имеют разные уровни языковой подготовки. В этом случае метод проектов может выступить средством дифференциации, а также коррекции уровня личностного развития студента. Студентам, имеющим низкий уровень подготовки, будет полезно разработать свою «личную грамматику» в виде графических рисунков, интеллект-карт, опорных схем, таблиц и справочных записей. Студентам, демонстрирующим средний и высокий уровни владения иностранным языком, следует предложить более сложные проекты. Они могут, к примеру, подготовить и провести в группе конкурс на знание грамматики иностранного языка или выявить и проанализировать грамматические явления, характерные для экономических

текстов, и подготовить на основе проведенного анализа доклад или написать статью.

*Социокультурные проекты* нацелены на ознакомление с географическим положением, культурой, экономикой, и государственным устройством стран соизучаемых языков, а также традициями и укладом жизни народов, проживающих на территории данных государств. Этот тип проектов направлен на формирование умения применять специфические правила, соответствующие нормам социально приемлемого общения страны изучаемого языка и воспитывает толерантное отношение к иным культурам. Не менее важно, на наш взгляд, научить студентов достойно представлять традиции и культуру своей страны в иноязычной среде. Студенты нашего вуза разных лет обучения успешно выполнили следующие проекты социокультурной направленности: «Britain traces in Russia» (Британия в России); «A tour of London» (Экскурсия по Лондону); «Britain's royalty» (Монархия Британии) и др.

Предметные проекты, моделируя трудовую деятельность экономиста, направлены на приобретение и развитие профессиональных компетенций, которые основаны на специальных знаниях, умениях и навыках. К предметным можно отнести такие проекты, как: «The science of economics» (Экономика как наука); «A small business project» (Проект малого предприятия); «Business correspondence» (Деловая корреспонденция) и т.п. Проекты такого рода, по нашим наблюдениям, активизируют познавательные и профессиональные мотивы, совершенствуют навыки иноязычного профессионального взаимодействия и способствуют процессу овладения экономическими понятиями. Процесс реализации некоторых предметных проектов, выполненных студентами Рубцовского индустриального института, подробно представлен в работах А. Н. Корниенко, У. И. Шевченко и др. [6; 13].

В заключение следует отметить, что, хотя выделенные нами виды проектов существенно разнятся в содержательном плане и эта разница оказывает определенное влияние на организацию проектной деятельности, все они объединены одной целью и направлены на формирование и развитие ряда компетенций, указанных в требованиях к результатам освоения программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, которые были перечислены в начале данной статьи. Это обусловлено самой сущностью метода проектов, которая включает в себя общение, планирование и постановку задач, организацию деятельности и предвидение результатов, поиск и обработку данных, принятие решений, презентацию и рефлексию проведенной работы.

#### Список использованной литературы

1. Вербицкий, А. А. Деловая игра как форма контекстного обучения и квазипрофессиональной деятельности студентов / А. А. Вербицкий // Педагогика и психология образования. – 2009. – № 4. – С. 73-84.

2. Голикова, Л. В. Формирование профессиональной иноязычной коммуникативной компетентности студентов неязыкового вуза на основе проектной технологии обучения : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Л. В. Голикова. – СПб., 2005. – 246 с.
3. Дьюи, Дж. Школы будущего / Дж. Дьюи, Э. Дьюи // Народное образование. – 2000. – № 8. – С. 244-269.
4. Забелина, Г. А. Метод проектов в системе высшего профессионального образования : дис...канд. пед. наук : 13.00.01 / Г. А. Забелина. – Москва, 2009. – 168 с.
5. Ковалева, А. Г. Система междисциплинарных проектов в обучении иностранному языку студентов неязыковых направлений подготовки / А.Г. Ковалева и др. // Вектор науки ТГУ. Серия: Педагогика, психология. – 2019. № 2 (37). – С. 15-20.
6. Корниенко, А. Н. Развитие профессиональных компетенций будущего экономиста средствами иностранного языка / А. Н. Корниенко // [Проблемы и перспективы развития экономики и менеджмента в России и за рубежом](#): Материалы Шестой международной научно-практической конференции. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2014. – С. 120-123.
7. Коряковцева, Н. Ф. Теория обучения иностранным языкам: продуктивные образовательные технологии : Учеб. пособие для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений / Н. Ф. Коряковцева. – М. : Издательский центр «Академия», 2010. – 192 с.
8. Максаев, А. А. Методика развития социокультурных и речевых умений учащихся в процессе реализации международных образовательных языковых проектов (английский язык, профильный уровень) : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / А. А. Максаев. – Москва, 2015. – 196 с.
9. Матяш, Н. В. Инновационные педагогические технологии. Проектное обучение : Учеб. пособие для студ. учреждений высш. образования / Н. В. Матяш. – 3-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия», 2014. – 160 с.
10. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования : Учеб. пособие для студ. пед. вузов и системы повыш. квалиф. пед. кадров / Е. С. Полат [и др.] ; под ред. Е. С. Полат. – М. : Издательский центр «Академия» , 2002. – 272 с.
11. Пахомова, Н. Ю. Метод учебного проекта в образовательном учреждении : Пособие для учителей и студентов педагогических вузов. / Н. Ю. Пахомова – 2-е изд., испр. и доп.– М. : АРКТИ, 2005. – 112 с.
12. Скопова, Л. В. Проект как творческий метод обучения иностранному языку студентов экономических специальностей / Л. В. Скопова, О. Л. Соколова // Сопоставительная лингвистика. – 2015. – Выпуск 4. – С. 80-83.
13. Шевченко, У. И. Особенности делового электронного письма (на материале английского языка) / У. И. Шевченко // Проблемы социального и научно-технического развития в современном мире: Материалы XVI

Всероссийской научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2014. – С. 394-396.

14. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fgosvo.ru> (дата обращения: 10.09.2020).

ББК 60.55

## СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ РОЛЬ ДЕНЕГ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

*М.Б. Красильникова*

*Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*

Аннотация: Феномен денег в статье рассмотрен в контексте социокультурного подхода. Показано, что деньги включены в текст культуры, связаны с ее ценностной разметкой, могут быть инструментом исследования истории общества и культуры. Анализ исторической динамики (от конца XIX к веку XXI) социокультурной роли денег, обусловленной их специфическими функциями, позволяет представить современное «денежное мышление» новой религией общества – монетарным монотеизмом, претендующим на всеохватность. В статье рассмотрены факторы ограничения власти «религии денег».

Ключевые слова: Деньги, культура, цивилизация, общество, «денежное мышление», ценности, постмодернизм.

Как объект познания деньги отнесены к сфере экономики, но уже давно определился опыт рассмотрения феномена денег в контексте других наук. На протяжении многих столетий познать сущность денег пытались философы, экономисты, социологи, писатели.

Объяснение природы денег, как и формирование самого понятия, было представлено в классической политической экономии, где речь шла, в первую очередь, о функциональном характере денег, т.е. они определялись через выполняемые ими функции: меры стоимости; средства обмена; накопления стоимости. К. Маркс, рассматривая деньги как составной элемент системы товарно-денежных отношений, пришел к анализу выполняемых ими общественных функций. Выходя за рамки экономических представлений о деньгах только как всеобщем эквиваленте товаров, он анализировал и социальные функции денег, рассмотрел денежные отношения как явления социальные. На рубеже XIX-XX веков появляется ряд исследований, рассматривающих феномен денег в контексте других областей знаний. Так, Г. Зиммель решал иную, чем Маркс, задачу: он исследовал то, как деньги становятся универсальным посредником в мире современной культуры, особой формой культуры.

Известная работа Г. Зиммеля «Философия денег» (1900 г.) представляла собой попытку объяснить современную ему эпоху, которая несла на себе «печать удивления» перед властью денег, с точки зрения их социокультурной значимости. В предисловии к «Философии денег», определяя задачу своего труда, он пишет: «Под исторический материализм следует подвести еще один

этаж, таким образом, чтобы обнаружилась объяснительная ценность включения хозяйственной жизни в число причин духовной культуры, но сами эти хозяйственные формы постигались как результат более глубоких оценок и течений, психологических и даже метафизических предпосылок» [4]. Зиммель показал, что деньги так или иначе связаны с глубинными сферами культуры и жизни в целом. В его понимании деньги есть нечто большее, чем экономическое средство, исследование феномена денег открывает возможности осмысления исторического и культурного процесса, движения общества, а так же и человеческой субъективности – мира человека. «Деньги в этом круге проблем представляют собой лишь средство, материал или пример изображения тех отношений, которые существуют между самыми внешними, реалистическими, случайными явлениями и идеальными потенциями бытия, глубочайшими течениями индивидуальной жизни и историей. Смысл и цель целого состоит лишь в том, чтобы с поверхности хозяйственных явлений прочертить линию, указывающую на конечные ценности и значимости (Bedeutsamkeiten) всего человеческого» [4]. Безусловно, для Зиммеля загадка денег заключается не в экономике. Феномен денег значим для него с точки зрения его воздействия на «жизнечувствие индивидов, сплетение их судеб, общую культуру», с позиции «переплетения (Verzweigung) денежного принципа с развитиями и оценками внутренней жизни» [4]. В работе Зиммеля можно выделить следующие концептуальные суждения: деньги, помимо экономических характеристик, имеют социокультурные значения; через социологический анализ денег можно достичь понимания особенностей современного общества в целом. Такое видение позволяет решать двойную задачу: «понять сущность денег, исходя из условий и отношений жизни вообще» и наоборот – «понять сущность и форму последней, исходя из действительности денег» [4]. С.Московичи отмечает, что труд Зиммеля обнаруживает общий принцип: «...деньги – это нечто большее, чем историческая сущность, такая, как капитал, большее, чем экономическое средство. Они представляют собой нить Ариадны, с помощью которой можно исследовать движение нашего общества и, таким образом, человеческую субъективность вообще» [6].

Еще один аспект исследования роли денег в социальной и культурной жизни общества был представлен известным трудом М.Вебера «Протестантская этика и дух капитализма». Он говорит о ряде феноменов культуры, возникших и получивших универсальное значение на Западе: наука, искусство, формы социальной организации общества и т.д., и включает туда же фактор современной ему жизни – капитализм [2]. Понятно, что суждения Вебера дискуссионны и неоднократно были критически рассмотрены рядом исследователей. Но безусловно значимым в его работе является то, что он показал становление рациональности как базовой характеристики современной ему культуры, связав это с процессом универсализации денег и превращения их в особую форму социальных связей. М. Вебер показал, что рационализация,

принимаящая сплошной характер, становится судьбой западной культуры и подчиняет все сферы жизни общества и отдельного человека единой логике. Наиболее адекватным выражением этой логики являются деньги, не обладающие собственной качественной определенностью, однако с их помощью можно привести к общему знаменателю и сопоставить друг с другом вещи, которые вне этой общей категории несопоставимы. Таким образом, именно универсализация денег превращает их в особую форму социальной связи. Эта позиция Вебера сходна с взглядами Зиммеля, также полагавшего, что деньги формируют универсальные связи между отдельными людьми, между людьми и внешним, предметным миром, но сами не обладают никакой качественной определенностью: «самые удаленные друг от друга вещи находят в них общую основу и вступают в контакт друг с другом» [4].

Г. Зиммель, М. Вебер задают вектор исследования, согласно которому историческая миссия денег заключается не только в развитии экономики, но и в формировании «духа капитализма», формировании «экономического человека» с его определенными ценностными установками.

Осмысление проблематики денег в контексте философии культуры находит отражение в известном труде О.Шпенглера «Закат Европы» (1919г.). Один из аспектов фундаментального труда немецкого ученого – исторический обзор феномена денег с позиции его включенности в текст культуры. Деньги Шпенглер рассматривает как один из символов культуры.

Анализируя мировую историю, Шпенглер показал противоречия между культурой и цивилизацией, обозначив цивилизацию как стадию угасания культуры. Знаком цивилизации он видел «мировой город», символом которого, в свою очередь, становятся деньги «как неорганическая, абстрактная величина, оторванная от всех связей со смыслом плодотворной почвы, с ценностями исконного жизненного уклада» [10, с.166]. Дух мирового города-цивилизации предполагает космополитизм, оторванность от культурной традиции, холодный ум вместо религии сердца. С этого времени, утверждает Шпенглер, даже благородное мировоззрение оказывается также вопросом денег. Именно римская культура, вошедшая в стадию цивилизации, явила в пределах античного мира величие денег – «в руках твердых духом и широких натур практического пошиба» [10, с.169].

Поскольку автор утверждает, что современная ему европейская культура вступила в стадию цивилизации («мировой город»), символическое значение денег будет тем же. Шпенглер напоминает, что современная политическая экономия возникла в эпоху классицизма, «когда не только статуи, вазы и чопорные драмы считались единственным подлинным искусством, но и изящно отчеканенные монеты – единственными настоящими деньгами» [11, с.523]. При этом, по мысли Шпенглера, в учениях от А.Смита и до К.Маркса речь шла исключительно об анализе экономического мышления одной, отдельной культуры, причем на одной из ступеней ее развития. «Исходную точку, стоя на которой можно было бы понять экономическую историю высоких культур, не

следует искать в сфере самой экономики, – утверждает Шпенглер. – Экономическое мышление и деятельность – это одна сторона жизни, получающая неверное освещение, стоит только начать рассматривать ее как самостоятельную разновидность жизни» [11, с.496].

Все экономические учения, существовавшие до сих пор, считает Шпенглер, были «лишь приуготовлением». В соответствии с его взглядами, экономическое мышление находится накануне своего подлинного раскрытия, которое, «точно так же как и в эллинистическо-римскую эпоху, начинается только там, где искусство и философия бесповоротно уходят в прошлое» [11, с.496–498.], очевидно, что здесь мысль автора близка к суждениям Вебера о рационализации современной им европейской культуры.

Шпенглер говорит об универсализации денег в «фаустовской» культуре, вступающей в стадию цивилизации. Он рассматривает деньги как форму духовной энергии, в которой находят свое концентрированное выражение абсолютно все: «воля к господству, политическая, социальная, техническая, умственная одаренность, страстное стремление к жизни высокого полета» [11, с.515]. Цивилизация означает такую ступень культуры, где угасает ее душа и на которой традиция утрачивает свое непосредственное значение. На этой ступени всякая идея, для того чтобы реализоваться, должна быть вначале переосмыслена в деньгах, утверждает Шпенглер. Если посмотреть на экономическую историю с позиции культуры, то можно увидеть, как в ней происходит отчаянная борьба, которую ведет против «духа денег» коренящаяся в почве традиция, «душа» культуры [11, с.515]. Таким образом, безграничную власть денег Шпенглер связал с духом цивилизации, этапом угасания культуры, периодом ее рационализации, становлением «мирового города».

В представленном обзоре работ авторов, принадлежащих к одной эпохе, можно внятно проследить тенденцию обозначения денег некой новой всемогущей субстанцией, явно смещающей или замещающей Бога. Заклучая в себе все человеческие желания, деньги предстали той силой, которая оказывает мощнейшее воздействие как на отдельного человека, так и на общество в целом. С. Московичи упоминает суждение Г. Зиммеля, высказанное им в письме философу Кайзерлингу: «Любая великая эпоха имеет нечто вроде центрального понятия, чей статус, определяемый посредством идентичных координат, в высшей степени реален и одновременно обладает высшей ценностью: для греков – это бытие, для христиан – Бог; в XVII и XVIII веках – это природа, в XIX веке – общество, а теперь кажется, что жизнь меняет коней...» [6]. Уже Зиммель показал, что сама реальность моделируется стоимостью – стоимость становится нормой суждения о людях или предметах, т.е. социокультурная реальность, чтобы стать таковой, должна быть осмыслена в категориях стоимости, в денежном эквиваленте. Эта логика осмысления реальности через призму стоимости получила развитие на протяжении всего XX века, сохраняя свои позиции до современности. С. Московичи отмечает, что чем более общий характер принимают деньги, «выходя за пределы самих себя»

и превращаясь в универсальную меру всех вещей и средство достижения всех целей, тем больше они становятся похожими на всемогущее божество: «Всемогущество денег роднит их с представлением о Боге» [6]. В трудах мыслителей начала XX века деньги рассматриваются не только как средство достижения каких-либо благ, но и «мера всех вещей».

Основные идеи, представленные в трудах мыслителей конца XIX начала XX, стали базой для формирования мифа монетаристского универсализма, «буржуазного» мифа денег, который воплощает традицию их восприятия в качестве самостоятельной автономной силы, господствующей над всем. Московичи называет такое восприятие «монетарным монотеизмом».

Но и у Шпенглера, и у Зиммеля можно найти суждения о неоднозначности этого восприятия. Шпенглер в соответствии с основной линией своего учения отмечал, что всякая культура имеет как свой собственный способ «мыслить деньгами», так и присущий ей символ денег [11, с.515 – 51]. Он разделял античное и фаустовское (европейское) «денежное мышление» (деньги как величина и деньги как функция), обратил внимание на особенности восприятия денег в русской культуре. Шпенглер утверждал, что всецело мистическая внутренняя жизнь русской культуры воспринимает деньги как грех. [11, с.527с.] Суждения Шпенглера относительно русской культуры грешат категоричностью, представляют картину однозначно. Вместе с тем нельзя не признать, что мыслитель обозначил магистральное русло русской духовной культуры в осмыслении денег. Исторически русская культура по-своему восприняла буржуазный миф денег, включив его в свою ценностно-смысловую разметку [3]. Для культуры отечественной, как и для европейской, характерна двойственность оценки денег, но духовные установки русской культуры исключают видение денег как «эквивалента всего», некой «божественной силы», что реализовалось в рациональной культуре Запада. Следует отметить, что и в европейской культуре деньги-«божество» не были однозначно источником добра, не всегда соответствовали моральным принципам и зачастую оказывались жестоким «богом». С. Московичи отмечает: «Заклучая в себе все человеческие аппетиты, деньги оказывают на индивидуальный или коллективный разум своего рода очаровывающее воздействие, превращающее их в единственный одновременно демонический и божественный компонент нашей многовековой цивилизации, господствующий над всеми другими» [6].

Современный мир характеризуется тем, огромное количество связей, коммуникаций, взаимодействий опосредовано деньгами, которые воплощают эти взаимодействия в той или иной форме. Деньги сегодня – это посредник и средство связи, господствующее над всем остальным. Они стремятся превратиться не только в эталон меры, но и в символ взаимоотношений, устанавливаемых при их посредничестве. «Поистине деньги – это система символов, сродни языку, письменности или весам и мерам», – пишет К. Поланьи [9]. Обладая «единой грамматикой», деньги образуют универсальные связи, подчиняя себе все сферы жизни. Нельзя не видеть, что деньги, их

восприятие и осмысление, превращаются в модель культуры. По сути, общество представляет себя, свои ценностные ориентиры, свою ценностно-смысловую разметку «денежным мышлением», о котором писал Шпенглер.

Утверждая, что деньги есть категория мышления, он полагает, что окружающий мир можно мыслить «денежно» так же, как можно его помыслить юридически и технически [11, с. 511].

Современное «денежное мышление» описано культовым российским писателем – постмодернистом В. Пелевиным: «Черная сумка, набитая пачками стодолларовых купюр, уже стала важнейшим культурным символом и центральным элементом большинства фильмов и книг, а траектория ее движения сквозь жизнь – главным сюжетобразующим мотивом» [8, с.130]. Деньги выступают универсальным началом, подчиняющим себе все: «...все упирается в деньги – потому что деньги давно уперлись сами в себя...» [8, с.133]. Постмодернист Пелевин как всегда реалистичен в описании общего социально-психического феномена «переживания» денег, когда даже сама жизненная энергия может быть трансформирована в деньги. Логика абсурда регулирует рециклирование денег в современном мире: «Миллион долларов нужен, чтобы купить дом в дорогом районе, дом нужен, чтобы было где ходить в красных тапочках, а красные тапочки нужны, чтобы обрести спокойствие и уверенность в себе, позволяющие зарабатывать миллион долларов, чтобы купить дом, по которому можно будет ходить в красных тапочках, обретая при этом спокойствие и уверенность» [8, с.128]. Однако эта настойчивость и агрессивность денег, стремление выступить единственной подлинной реальностью не является их собственным свойством, оно приписано массовым сознанием. Часы за тысячу долларов и за тысячу рублей показывают одно и то же время – это реальность.

В работе В.Ю. Катасонова анализируется современный капитализм, который, по убеждению автора, представляет собой, прежде всего, не экономическое, а духовное явление, духовное устройство общества и отдельно взятого человека. По мнению автора, современный капитализм имеет все признаки религии, которая по своим основным установкам диаметрально противоположна христианству. Катасонов называет ее «религией денег» [5, с.9]. Эта «религия» сегодня проявляет экспансию, охватывает общества, культуры, расширяет сферу своего влияния. Такова логика цивилизации, о которой писал Шпенглер. В работе С.Московичи приведена следующая цитата: «Механизм, который двигатель наживы пускает в ход, может сравниться по своим результатам лишь с самым мощным взрывом религиозных страстей, который знала история. На протяжении жизни одного поколения весь населенный мир был подвергнут его развращающему влиянию» [6]. Московичи полагает, что параллельно с «атрофией» старого религиозного монотеизма гипертрофируется новый монетарный монотеизм. Каковы границы и пределы влияния этой «религии» и есть ли они?

Нельзя не признать, что в современном обществе деньги являются не только инструментом и способом достижения целей, но и универсальной формой связи и коммуникаций, в которых они присутствуют и которые воплощают в той или иной форме. Они встроены в социальные отношения, как символ включены в модель культуры и во многом определяют ее ценностную систему. Вместе с тем и социальные отношения, и культурные ценности не могут исчерпываться денежно-экономическими свойствами. Социальный капитал несводим к экономическому капиталу, утверждает А.С.Панарин [7]. Как показывают современные исследования, морально-нравственные основы культуры, связанные с религией, препятствуют формированию восприятия денег в качестве некой абсолютной силы [1]. Очевидно, что сверхстоимостный компонент, присущий жизни общества и культуры и несводимый к денежному измерению, остается регулятором и ограничителем власти «религии» денег.

#### Список использованной литературы

1. Асканова О.В., Севастьянова С.К. Деньги в духовно-нравственном контексте / Вестник КемГУКИ – 2014. – №27. – С. 52–59.
2. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма [Электронный ресурс]. – URL: [http:// pereprava.org>trust/3574-maks-veber-i...etika.html](http://pereprava.org/trust/3574-maks-veber-i...etika.html) (дата обращения: 17.11.20).
3. Зарубина Н.Н. Мифология денег в российском обществе / Общественные науки и современность. – 2007. – №4. – С. 39–48
4. Зиммель Г. Философия денег [Электронный ресурс. –] URL: [http:// https://iknigi.net/avtor-georg-zimmel/102354-izbrannoe-problemy-sociologii-georg-zimmel/read/page-14.html](http://https://iknigi.net/avtor-georg-zimmel/102354-izbrannoe-problemy-sociologii-georg-zimmel/read/page-14.html) (дата обращения: 20.11.20).
5. Катасонов В. Ю. Религия Денег. Духовно-религиозные основы капитализма / В. Ю. Катасонов — «Кислород», 2013. – 408с.
6. Московичи С. Деньги как страсть и как представление // С.Московичи. Машина, творящая богов [Электронный ресурс]. – URL: [http:// rolatulet.narod.ru>...smmtb/moskovichi\\_mashina.html](http://rolatulet.narod.ru...smmtb/moskovichi_mashina.html) (дата обращения: 19.11.20).
7. Панарин А. С. Православная цивилизация [Электронный ресурс] / Сост., предисл. В. Н. Расторгуев / Отв. ред. О. А. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2014. – 1248 с. – URL: [http:// rusinst.ru](http://rusinst.ru)>...Panarin-ravoslavnaa\_civilizaciya.pd (дата обращения: 18.11.20).
8. Пелевин В. Generation «П». – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 352с.
9. Поланьи К. Семантика использования денег // Историко-экономический альманах. М.: Академический проект, 2004. – С. 415–448. [Polanyi K. Primitive, Archaic and Modern Economies. Boston, 1971.]
10. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. 1. Гештальт и действительность / Пер. с нем. и примеч. К.А.Свастьяна. – М.: Мысль, 1998. – 663, [1] с

11. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. 2. Всемирно-исторические перспективы / Пер. с нем. и примеч. И. И. Маханькова. – М.: Мысль, 1998. – 606, [1] с.

УДК: 911.3:61

ББК: 65.04

## ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДОРОВЬЕ КАК ГЕОСОЦИАЛЬНАЯ КАТЕГОРИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

*А.И. Чистобаев<sup>1</sup>, З.А. Семенова<sup>1</sup>, Н.А. Грудцын<sup>2</sup>*

<sup>1</sup>*Санкт-Петербургский государственный университет*

<sup>2</sup>*Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций*

Аннотация: Общественное здоровье – объект исследования разных наук. По мнению авторов, видное место в его изучении принадлежит общественной географии. В данной статье с позиции комплексно-индикативного подхода рассматривается оценка состояния и динамики общественного здоровья как геосоциальной категории территориального здравоохранения. Приведены параметры оценивания здоровья людей (социумов) в конкретной среде обитания. Показаны возможности ГИС-технологий при выявлении взаимосвязей в состоянии окружающей среды и заболеваемости населения. Раскрыты направления использования результатов интегральной оценки общественного здоровья в практике управления территориальным здравоохранением.

Ключевые слова: население, регион, среда обитания, здоровье, сбережение, ГИС-технологии, менеджмент.

Внимание ученых к всестороннему исследованию общественного здоровья особенно проявилось после того, как в 1946 г. в Уставе Всемирной организации здравоохранения было дано такое определение: «Здоровье является состоянием полного физического, душевного и социального благополучия, а не только отсутствия болезней и физических дефектов» [1]. С тех пор к исследованию общественного здоровья стали обращаться не только медики, но и географы-обществоведы, социологи, психологи, экономисты [2]. В научных публикациях обращается внимание на неопределенность понятия «благополучие» (в контексте здоровья) и тем более «социальное благополучие». Предпосылкой обсуждения послужило то обстоятельство, что человек может быть успешным в трудовой деятельности, жить при материальном достатке, но при этом не отличаться крепким здоровьем. Так, известный специалист в области валеологии (наука о здоровье) И.И. Брехман в своих трудах подчеркивал недостижимость полного благополучия в физическом, социальном и духовном отношениях как идеальной цели. По его мнению, каждая из названных составляющих общественного здоровья динамична в своем развитии, имеет тенденцию роста [3]. Одновременно стало возрастать внимание к отражению способности людей сохранять и развивать себя и среду обитания, повышать способность адаптации к изменяющимся условиям жизни в окружающей природной и социальной среде.

По мере усиления интенсификации производства и всех других сфер жизнедеятельности людей становилось все более очевидным, что достижение

физического, духовного, умственного и социального благополучия происходит на фоне ускорения темпов техногенного давления на все природные среды. В этих условиях возрастает значимость био-гео-медицинского, био-гео-социального и ценностно-социального подходов к научным исследованиям общественного здоровья. Как следствие, особую важность приобретет интегрированный подход к исследованию всех составляющих формирования и сбережения общественного здоровья в конкретных условиях среды обитания. При таком подходе открывается возможность обеспечения единства физических, духовных и трудовых функций людей в различных видах общественной жизни, в их мироощущении.

Географы-обществоведы (в данном контексте – медико-географы) при проведении комплексных исследований всегда опирались и опираются на интегративный подход. И в данном случае он использован нами для оценки состояния и динамики общественного здоровья. По этому поводу у нас уже были опубликованы научные статьи – как для уровня всей Российской Федерации, так и для уровня ее регионов [4,5,6]. Отправляя заинтересованного читателя к этим публикациям, обратимся далее к краткому изложению сути интегральной оценки исследуемых явлений, а затем – к рекомендациям по использованию полученных нами результатов в практике стратегического регионального развития и обеспечения эффективного управления территориальным здравоохранением.

Общественному здоровью свойственно многомерное динамическое состояние населения страны или региона, т.е. субъекта федерации или муниципального образования. Это – геосоциальный ресурс продуктивной жизнедеятельности, один из индикаторов качества жизни населения [7]; его следует рассматривать и как научную категорию, и как сложную социально-экономическую систему. Следовательно, воздействия на эту сложную систему могут быть детерминированными или случайными. Оценивание таких систем на покомпонентной основе не всегда способно отражать изменения эмерджентных свойств системы в целом [8]. Мы, авторы этих строк, считаем, что более применимы многокритериальные оценки, выполнение которых основывается на индикативном подходе.

Задача оценки состояния и динамики общественного здоровья сводится к количественному и качественному измерению природных, экологических, социальных и экономических условий формирования и сбережения общественного здоровья населения в пределах административных границ территорий. Для решения этой задачи необходимо осуществить четыре последовательных действия: 1) сформировать концептуальное представление об объекте исследования как сложной системы; 2) обосновать и представить модели систем разных классов и свойств; 3) разработать методологический подход и методику проведения расчетов; 4) полученные результаты адресовать лицам, принимающие управленческие решения по организации и развитию системы территориального здравоохранения. Выработка таким образом

системных теорий позволяет раскрыть целостность исследуемого объекта, охарактеризовать присущие ему многообразные типы связей и представить практические рекомендации.

Собственно интегральная оценка общественного здоровья выполняется в определенной последовательности. Сначала проводится диагностический анализ состояния природно-общественной системы, в составе которой складывается современная картина состояния и динамики общественного здоровья на фоне изменяющихся условий жизни населения (социума). Это – своего рода рекогносцировка достоинств (положительная значимость) и недостатков (отрицательная значимость) исследуемого объекта. На этом этапе работ выявляются свойства и структура системы, режимы ее функционирования. На основе полученных результатов устанавливаются качественные уровни общественного здоровья: высокое, среднее или низкое. Затем формируются оценочные шкалы состояния объекта по его основным параметрам.

Детальное ознакомление с методологией и методикой интегральной оценки общественного здоровья можно получить, ознакомившись с нашими предыдущими публикациями [9 – 11]. Заметим, что параметры оценивания могут отличаться по исследуемым регионам вследствие их специфики, но набор главных параметров должен быть одинаковым. Так, в экологической подсистеме необходимо учесть объем выбросов загрязняющих веществ, использование свежей и оборотной воды, внесение удобрений на сельскохозяйственные угодья, сброс загрязненных сточных вод, образование отходов производства и потребления. Основными параметрами экономической подсистемы являются: численность безработных, среднедушевые денежные доходы, доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума. В социальной подсистеме в обязательном порядке учитываются: ожидаемая продолжительность жизни при рождении, число больничных коек, число зарегистрированных преступлений, число дошкольных образовательных организаций (последние три показателя в расчете на 100, 10 или 1 тыс. населения). Все названные показатели содержатся в сборниках «Регионы России» (см. интернет сайт Росстата).

Что касается состояния и динамики здоровья населения, то для интегральной оценки были введены следующие критерии: первая группа – заболеваемость взрослого населения, заболеваемость детского населения; вторая группа – всего заболевших, болезни органов дыхания, болезни органов пищеварения, болезни глаза и его придаточного аппарата. Близость интегрального показателя к нулю свидетельствует о минимальной заболеваемости (максимальном уровне здоровья) населения – 1-й класс, а близость к единице – о максимальной заболеваемости (минимальный уровень здоровья) населения – 5-й класс.

В качестве пилотных проектов для апробации теоретико-методологических и методических положений явились субъекты РФ,

расположенные в разных природных зонах (от Мурманской области до Краснодарского края) и разной удаленности от Москвы в широтном измерении (от Калининградской области до Сахалинской области) [7]. Кроме того, расчеты были выполнены для ряда муниципальных районов [12].

Важным этапом исследований явилось картографирование состояния и динамики общественного здоровья [13]. Такие карты необходимы для подготовки документов пространственного планирования и территориальной организации сферы здравоохранения. На их основе могут быть установлены нозоарелы, причинно-следственные связи в распространении заболеваний, соответствие уровня развития объектов территориального здравоохранения профилирующим видам заболеваний в регионе. С использованием космофотоснимков и геоинформационных систем (ГИС) и технологий (ГИС-технологий) вырабатываются рекомендации по формированию систем расселения, организации профилактических мероприятий по оздоровлению среды обитания людей (социумов). Карты подразделяются на три типа: 1) по отражению воздействия состояния окружающей среды на здоровье населения (экологические карты); 2) по распространению заболеваний (геомедицинские карты); по территориальной организации и уровням развития здравоохранения (социально-экономические карты).

Современные ГИС-технологии используются при выявлении взаимосвязей в состоянии окружающей среды и заболеваемости населения, что способствует диагностике заболеваний, организации лечебно-оздоровительных мероприятий. Однако наличие такой информации еще недостаточно для обеспечения эффективного функционирования систем здоровьесбережения – нужны механизмы и инструментарии управления здравоохранением на государственном и муниципальном уровнях, причем применительно к типам местности: ландшафтам, городским и сельским территориям. Кроме того, ГИС-технологии способствуют повышению качества разработки стратегий и программ развития здравоохранения, созданию специфического медико-географического менеджмента [14].

Основные выводы по исследованию общественного здоровья как геосоциального ресурса развития региона и совершенствования организации территориального здравоохранения:

1. Общественное здоровье – научная категория, введенная в употребление в середине прошлого века. Эта категория отражает состояние и динамику общественного здоровья населения в пределах территории, на которой проживающие там люди имеют определенные взаимосвязи, объединяющие их в единый социум.

2. Общественное здоровье является одним из индикаторов качества жизни, параметров состояния природно-общественных систем. Исследование изменения эмерджентных свойств, характеризующих названную систему, – целевая установка для интегральной оценки состояния и динамики

общественного здоровья, которая может быть достигнута на основе использования моделей измерения совокупности свойств системы.

3. Методология интегральной оценки общественного здоровья базируется на многоуровневых и многокритериальных моделях, реализуемых в определенной последовательности:

- модель состояния природно-общественной системы и ее устойчивости к гипотетическому изменению;

- модель качества жизни населения применительно к конкретным условиям природно-общественной системы и ее подсистем;

- модель состояния, динамики и гипотетического изменения общественного здоровья в регионе.

4. Полученные в ходе интегральной оценки результаты могут быть использованы в практике управления региональным развитием и организации территориального здравоохранения. При принятии таких решений используются ГИС-технологии и методы картографирования природно-общественных систем.

**Благодарности.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований по гранту № 18-05-00328 «Теория и методология интегральной оценки состояния здоровья населения в изменяющихся социально-географических условиях жизни».

#### Список использованной литературы

1. Всемирная организация здравоохранения // <https://www.who.int/ru/about/who-we-are/constitution> (дата обращения: 10.10.2020).

2. Семенова З.А., Чистобаев А.И. Медицинская география и здоровье населения: эволюция знания. Семенова З.А., Чистобаев А.И. Монография – СПб НЦ РАН, СПбГУ. – Издательство «Европейский Дом», 2015. – 252 с.

3. Брехман И. И. Валеология – наука о здоровье. – 2-е изд., доп., перераб.. – М.: Физкультура и спорт, 1990. – 208 с.

4. Дмитриев В.В., Огурцов А.Н., Боброва О.Н., Семенова З.А., Чистобаев А.И. Оценка состояния социо-эколого-экономических систем, качества жизни населения, общественного здоровья в регионах России // Информационные технологии и системы: управление, экономика, транспорт, право. №3(35), 2019. 15–25 с.

5. Грудцын Н.А. Семенова З.А. Медико-демографическая ситуация в Северо-западном федеральном округе России // Материалы международной научной конференции в рамках X научной Ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов (АРГО). 2019/ 280–282 с.

6. Семенова З.А. Мониторинг, экспертная оценка и классификация показателей состояния общественного здоровья в регионе. Социально-экономическая география. Вестник Ассоциации российских географов-обществоведов, 2019. № 8. С. 96–105.+

7. Огурцов, А. Н., & Дмитриев, В. В. (2019). Интегральная оценка и геоинформационный анализ социальных детерминант здоровья населения Крайнего Севера европейской части Российской Федерации. *ИнтерКарто/ИнтерГИС*, 25(1), 24-34. <https://doi.org/10.35595/2414-9179-2019-1-25-23-34>, <https://doi.org/10.35595/2414-9179-2019-1-25-23-34>
8. Leading indicators for healthy people: Final report. Washington DC: National Academy of Sciences, 2010. 80 p.
9. Чистобаев А.И., Семенова З.А. Медицинский туризм – новая отрасль экономики // *Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: Материалы IX междунар. науч.-прак. конф.* СПб, 2017. – С. 160 – 164.
10. Чистобаев А.И., Семенова З.А. 2011. Индивидуальное и общественное здоровье как категория медицинской географии // *Вестник СПбГУ. Сер.7: геология и география.* № 3. – С. 83 – 91.
11. Чистобаев А.И., Семенова З.А. 2013. Информационно-статистические ресурсы медицинской географии // *Информатизация географических исследований и пространственное моделирование природных и социально-экономических систем. Сб. статей / Отв. ред. акад. В.М. Котляков.* М.: ИГ РАН. С. 128 – 140.
12. Огурцов А.Н., Дмитриев В.В. Интегральная оценка социальных детерминант общественного здоровья населения Калининградской области (муниципальный уровень) *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: Материалы Междунар. конф.* М: Издательство Московского университета, 2020. Т. 26. Ч. 3. С. 78–90. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-78-90
13. Чистобаев А.И., Дмитриев В.В., Семенова З.А., Огурцов А.Н., Грудцын Н.А. Интегральная оценка и картографическое моделирование общественного здоровья как индикатора качества жизни *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Геоинформационное обеспечение устойчивого развития территорий: Материалы Междунар. конф.* М: Издательство Московского университета, 2020. Т. 26. Ч. 3. С. 91–104. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-91-104
14. Семенова З.А. Модификация методов современного менеджмента в медицинской географии // *Географический вестник.* 2016. № 1 (36). С. 132–137.

ББК 65.497

## РЕЛИГИОЗНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА РУБЦОВСКА

*И.В. Чугунова, С.К. Севастьянова*

*Рубцовский индустриальный институт АлтГТУ*

Аннотация: В статье предпринята попытка обосновать тезис о влиянии религиозного туризма на экономическое, финансовое и социальное развитие города Рубцовска Алтайского края. Находящиеся в городе и на территории Рубцовской и Алейской епархии историко-культурные объекты, чья биография связана с историей Отечества и судьбой Православия в

России в советское время, привлекает сюда путешественников. Разные виды культурно-познавательного направления туризма со временем могут приобрести значение для экономики города и региона и стать заметной частью туристского брендинга территории.

Туризм сегодня — это та отрасль мировой экономики, которая динамично развивается. В совокупности с эффектом от инвестиций, цепочкой поставок и воздействия на доходы вклад туризма в мировой ВВП в 2018 году составил 8811,0 млрд долларов, что соответствует 10,4% ВВП [1]. По прогнозам, представленным в TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD, к 2029 году эти цифры составят соответственно 13085,7 млрд долларов США и 11,5% мирового ВВП [2]. Однако эти предположения не учитывали значительное проседание отрасли туризма в условиях глобальной пандемии, вызванной распространением новой коронавирусной инфекции в конце 2019 года. Почти на два квартала 2020 года отрасль туризма осталась без доходов, а в дальнейшем вынуждена функционировать с рядом ограничений, значительно снижающих туристический поток. Но, тем не менее, не стоит умалять роль туризма в мировой и национальной экономике многих стран мира.

Туризм в Алтайском крае за последние 10–15 лет претерпел серьезные изменения. В Стратегии социально-экономического развития Алтайского края на период до 2025 года (утв. законом АК от 21.11.2012 № 86–ЗС) сформулирована стратегическая миссия Алтайского края, которая заключается «в превращении его в динамично развивающийся, геополитически значимый и удобный для жизни регион, в территорию успеха, здоровья и благополучия ее жителей» [3, с. 38]. Одним из направлений реализации стратегической миссии является «формирование высоко развитого многофункционального туристско-рекреационного комплекса международного уровня» [3, с. 39, 40]. Сегодня к туризму стали относиться как к важной экономической отрасли, доля сферы туризма в ВРП Алтайского края с учетом мультипликативного эффекта составляет более 7% [4]. Ведь сам туризм и индустрия гостеприимства вовлекает в свою работу еще более 50 смежных отраслей, таких как транспорт, строительство, реклама, общественное питание и другие. А ранее Алтайский край рассматривался как нечто «по пути» в Горный Алтай. Доходы краевого бюджета по налоговым поступлениям от туризма составляли менее 1% [4]. Изменившееся отношение властей региона к проблемам развития отрасли туризма дает свои результаты. Начиная с 2011 года край стал активно участвовать в федеральных целевых программах по развитию территорий, включая дорожное строительство, электро- и газоснабжение территорий. Сформированная инфраструктура позволяет бизнесу легче начинать новое дело. Любой регион нашей страны может назвать ключевые элементы своего внутреннего туристического потенциала, поэтому, просто имея такой потенциал, привлекать инвестиции в региональный туризм проблематично.

В сети Internet создана система обмена туристской информацией (СОТИ), которая аккумулирует основные сведения о субъектах Российской Федерации в сфере туризма (<http://www.nbcrs.org/>). Согласно данным СОТИ, приоритетными

видами туризма в Алтайском крае являются: лечебно-оздоровительный, экскурсионно-познавательный, активный, спортивный (водный, пеший, горный), сельский, социальный, событийный, военно-исторический, этнографический, экологический, деловой, рекреационный, гастрономический, игорный.

Бывает нелегко однозначно сказать, к какому виду туризма относится пребывание человека в туристической зоне, т.к. он старается охватить за короткое время максимальное число возможных туристических объектов и получить максимальное количество туристических услуг. В программу мероприятий большинства туристов включены посещения различных исторических и культурных мест. История, традиции и местные обычаи интересны не только людям, которые живут на данной территории, но и приезжим из других регионов и стран.

Историко-культурное наследие является важнейшим конкурентным преимуществом туристской отрасли Алтайского края. Многочисленные памятники, связанные с историей освоения региона разными народами, историей столкновения и взаимодействия цивилизаций и культур на территории Алтая (Денисова пещера, Сентелекский комплекс «Царский курган», Колыванско-Змеиногорский горнорудный комплекс, курганы и др.); базовая инфраструктура для культурного туризма, связанная с проведением событийных мероприятий межрегионального значения (Шукшинский дни, фестиваль «Песни иткульского лета» и т.д.), а также имена и личности общероссийского и международного масштаба (И. Пырьев, В. Шукшин, Г. Титов, В. Золотухин, М. Евдокимов, Н. Рерих, П. Паллас, А. Гумбольдт, А. Брем и др.) [3].

Особым видом туризма, опирающимся на историко-культурную базу, можно считать «молодое», возникшее в 1990-е годы, направление — религиозный туризм. Дискуссии о дефиниции «религиозный туризм» с тех пор не утихают [5]. В отечественной и зарубежной литературе выделяются следующие направления трактовки этого понятия. Под религиозным туризмом понимают специальные виды культурно-познавательных поездок, отличных от паломничества (С.Ю. Житенёв, М.С. Оборин, Д.Ю. Шарапов и др.) [6–9]. Другое направление утверждает доминирование духовно-просветительской составляющей внутри религиозного путешествия, схожего с паломничеством, являющимся, как считается, частью религиозного туризма (А.В. Бабкин, Т.Т. Христов, В.С. Сенин, В.Г. Овсянников и В.Н. Якунин, З.Г. Облицова, Е.В. Печерица и Е.Е. Шарафанова и др.) [10–15]. Ряд исследователей отождествляет религиозный туризм с паломничеством (М.В. Силантьева) [16]. Есть авторы, которые утверждают существование научного, или религиоведческого, туризма (С.Ш. Саякова и др.) [17].<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Из огромного количества исследований на данную тему мы выбрали новейшие (2018–2020 годов), в которых достаточно полно приведены и оценены работы предшественников.

В Алтайском крае, как и во всей Российской Федерации, считают исследователи, религиозному туризму во всех его видах и направлениях уделяется недостаточное внимание. По подсчетам Е.Ш. Танеевой и С.К. Волжиной, доля паломнического туризма является практически самой низкой и составляет 10–11% в общем объеме оказанных туристических услуг. Такие показатели исследователи связывают с разрушением или закрытием в годы советской власти большого количества объектов паломничества и искоренением любых проявлений религиозности граждан, благодаря чему паломничество сблизилось с культурно-познавательным путешествием, а храмы и монастыри стали восприниматься как музеи с функцией объектов туризма [18, с. 195].

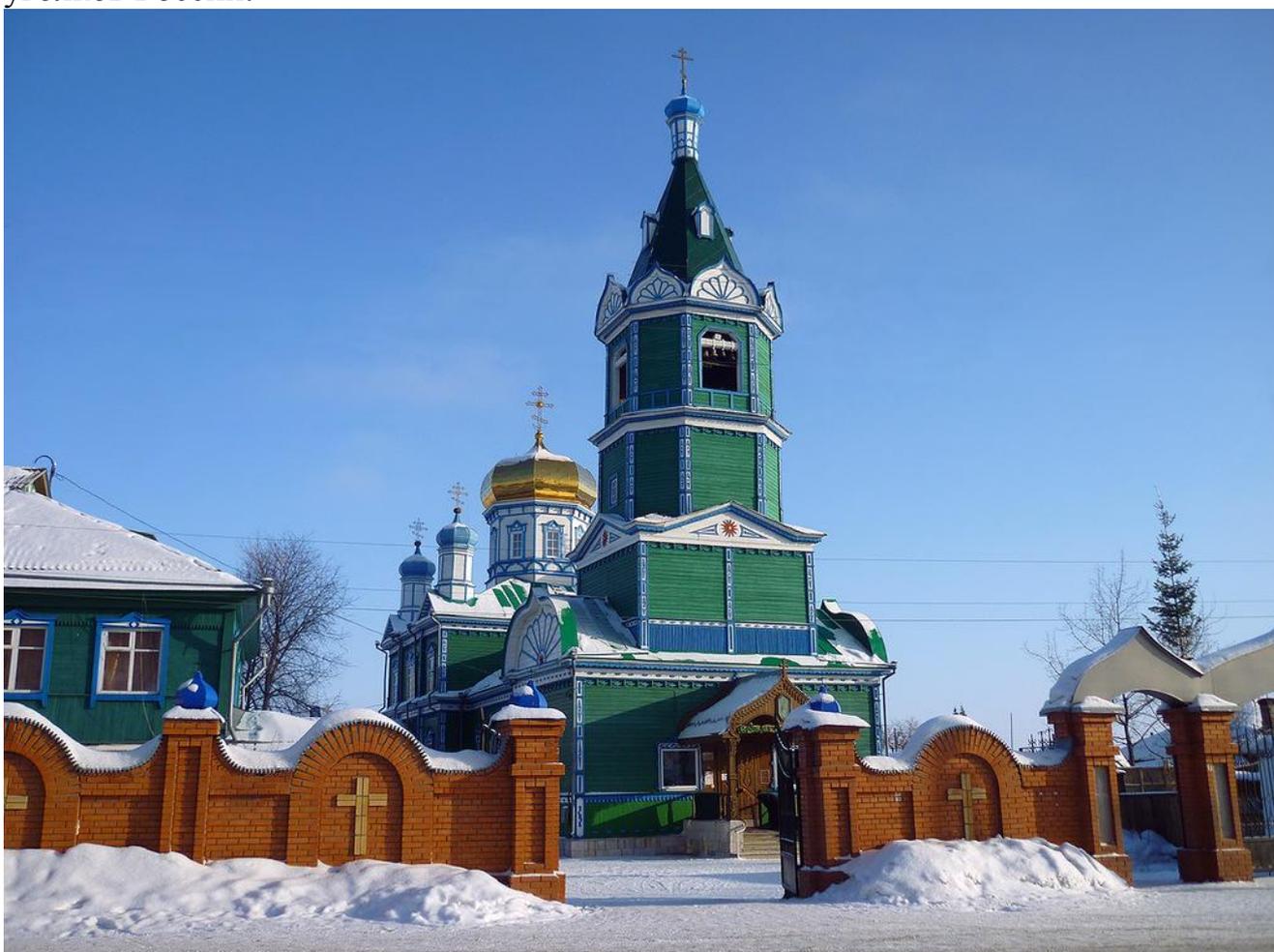
Под религиозным туризмом авторы статьи понимают культурно-исторические и экскурсионные путешествия, совершаемые с научной, просветительской и познавательной целями, исключаяими поклонение святыням и их прославление. Наиболее ярким отражением нашей позиции является определение религиозного туризма, которое дал С.Ю. Житенёв: «Религиозный туризм представляет собой светское путешествие с культурно-познавательными целями, но при этом его участники не совершают обязательных для паломников сакральных ритуалов. Он является подвидом культурно-познавательного туризма, а также коммерческой деятельностью по организации посещения туристами, находящимися вне обычной среды проживания, религиозных и достопримечательных мест, связанных с культурным и природным наследием, относящимся к существующим и ушедшим в историческое прошлое верованиям и религиям. Религиозный туризм осуществляется в форме туристских и экскурсионных поездок к религиозным и иным объектам, но при этом совершение сакральных ритуалов не входит в программу или носит факультативный характер» [19, с. 168].

Потенциал Алтайского края в направлении православного туризма пока не раскрыт и не приносит дополнительных доходов. Вместе с тем, интернет-проект «Rulandinfo. Путешествия по России» ([www.rulandinfo.ru](http://www.rulandinfo.ru)), имеющий отдельно выделенный раздел о религиозном туризме в 8 Федеральных округах России, внутри туров по Алтайскому краю содержит информацию об объектах конфессионального туризма (<https://rulandinfo.ru/?REGION=106>).

В СОТИ в разделе Алтайского края по объектам туристического притяжения представлена таблица с религиозными объектами, местами паломничества и религиозного культа (<https://www.nbcrs.org/regions/altayskiy-kray/religioznye-obekty-obekty-palomnichestva-i-religioznogo-turizma>). В их числе православные храмы, приходы, старообрядческие церкви, пещерный монастырь, монашеский скит, святые источники, родники, часовни, кирхи, монастыри. Однако на практике лишь малая доля этих объектов включена в программы экскурсионного показа, то есть участвует в процессе туристического обслуживания. Следует отметить, что этот обменно-информационный ресурс дает далеко не полную информацию об объектах

религиозного значения на Алтае. В частности, сведения о святынях и духовных местах, расположенных на территории Рубцовской и Алейской епархии, здесь отсутствуют.

Рубцовская и Алейская епархия образована 5 мая 2015 года в административных границах 18 районов южной части Алтайского края, ранее входивших в Алтайскую митрополию (<http://www.rubtsovsk-eparhia.ru/>). В ее составе объединились четыре благочиния (Рубцовское, Алейское, Поспелихинское, Змеиногорское) и 41 приход, в пределах которых сегодня насчитывается более 30 храмов, два мужских монастыря (епархиальный в честь Казанской иконы Божией Матери в селе Коробейниково [20] и Свято-Димитриевский в городе Алейске) и другие святыне места, ежегодно привлекающие паломников, туристов и других путешественников из разных уголков России.



Ил. 1. Кафедральный собор в честь Михаила Архангела, город Рубцовск. Современный вид.

URL: [https://yandex.ru/maps/org/kafedralny\\_sobor\\_arkhangela\\_mikhaila/](https://yandex.ru/maps/org/kafedralny_sobor_arkhangela_mikhaila/41786171197/?ll=81.217419%2C51.514433&z=18)

41786171197/?ll=81.217419%2C51.514433&z=18

Епархиальное управление располагается в Рубцовске (статус города с 1927 года), административном центре одноименного района. На 1 января 2019 года это третий по населению город Алтайского края (после Барнаула и Бийска) и 123-й из 1115 городов Российской Федерации с числом жителей 142,5 тысячи.

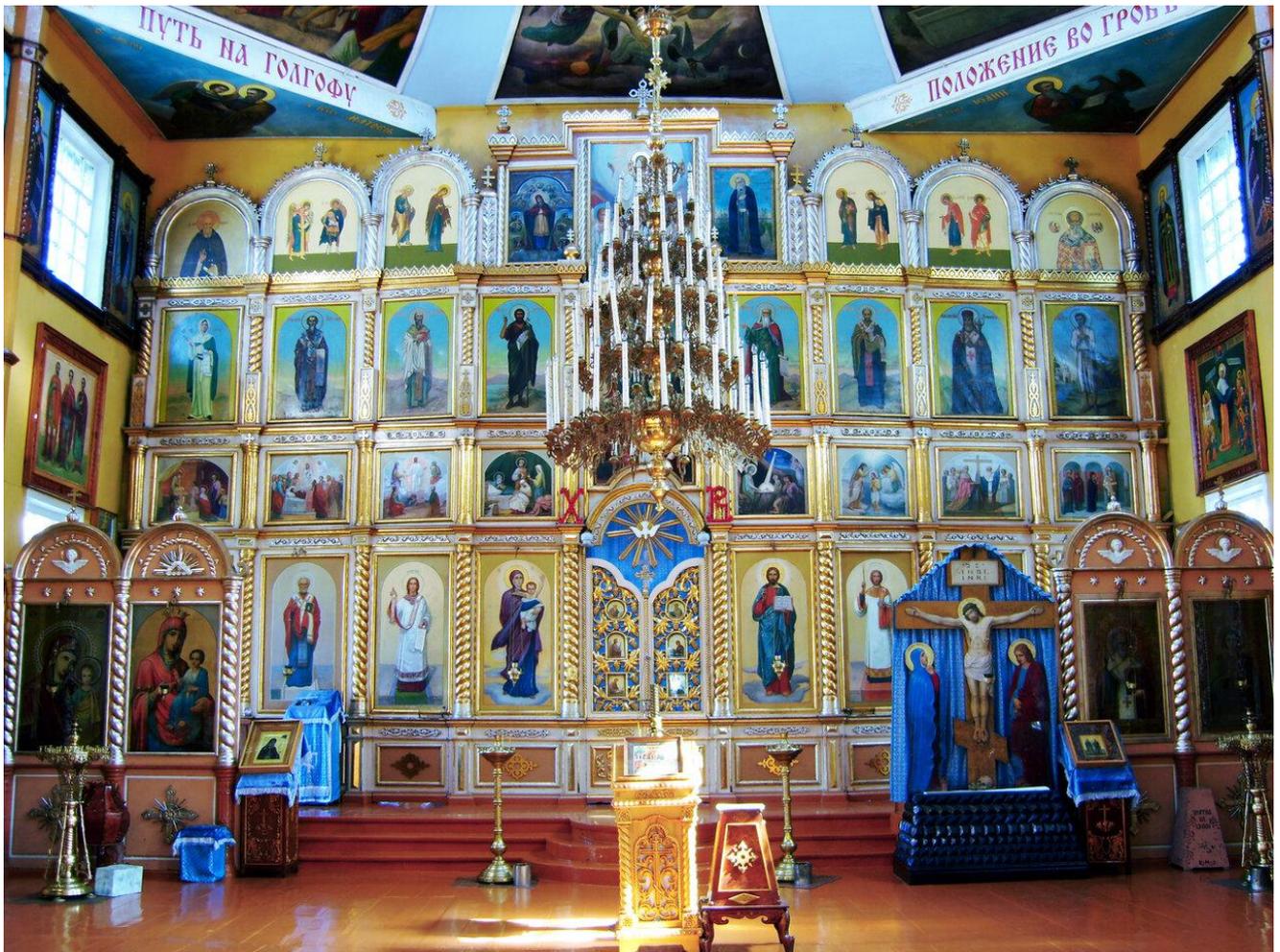
Для Рубцовска, как и для многих других малых городов России, туризм, в том числе религиозный, может сыграть важную роль в экономическом, социальном и культурно-духовном развитии, способствовать продвижению территории [21, 22]. В нашем городе есть объекты религиозного туризма, как имеющие давнюю историю, так и возникшие относительно недавно, которые способны привлечь внимание путешественников, неравнодушных к истории страны и региона.

Одна из достопримечательностей города Рубцовска — кафедральный собор, освященный 4 февраля 1906 года в честь Архистратига Михаила, Архангела (Ил. 1). Храм имеет интересную столетнюю, наполненную событиями историю, отразившую непростую судьбу Православия в России в советское время. После революции часть церковной утвари была изъята в пользу государства, в 1937 году храм закрыли, а во время Великой Отечественной войны оборудовали под общежитие. Главный храмовый колокол был снят и отправлен на переплавку, иконостас сломан, иконы разбиты, роспись уничтожена (Ил. 2).

Во второй половине 1940-х годов началось восстановление Михайло-Архангельской церкви и возобновление ее богослужебной жизни: подняли



Ил. 2. Кафедральный собор в честь Михаила Архангела.  
Фото 1 января 1929 года. URL: <https://sobory.ru/photo/309657>



Ил. 3. Михайло-Архангельский храм. Иконостас. Фото 2018 года.  
 URL: [https://yandex.ru/maps/org/kafedralny\\_sobor\\_arkhangel\\_a\\_mikhaila/41786171197/?ll=81.217419%2C51.514433&z=18](https://yandex.ru/maps/org/kafedralny_sobor_arkhangel_a_mikhaila/41786171197/?ll=81.217419%2C51.514433&z=18)

колокола и соорудили временный иконостас (в начале 1950-х годов на добровольные пожертвования прихожан поставили постоянный), освятили новые иконы и начали работы по росписи храма; в начале 1990-х годов иконостас покрыли позолотой, а к 2000-м годам добавились новые колокола (Ил. 3).

Сегодня Михайло-Архангельский храм — это крупный епархиальный комплекс, включающий в себя не только церковное помещение для богослужений и молитв, но и Воскресную школу для детей и взрослых, православный музей и библиотеку [23].

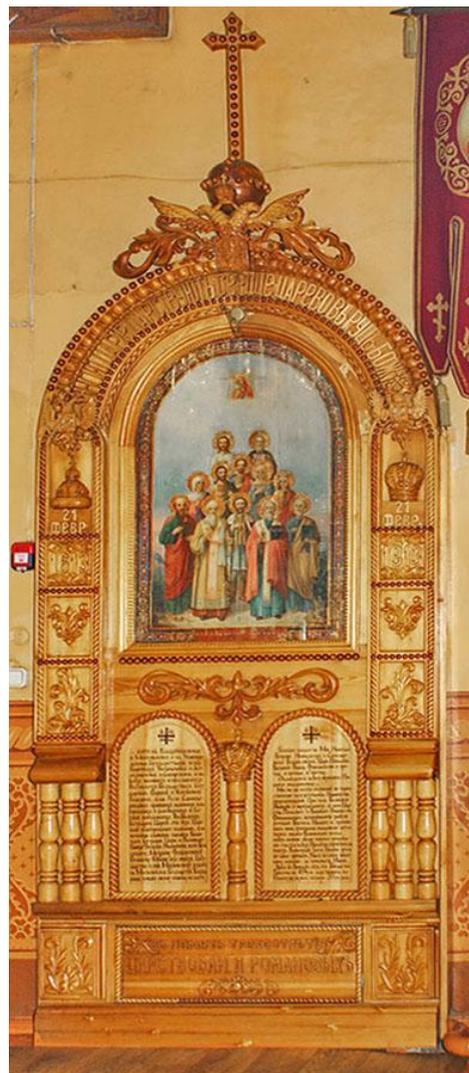
У православного туриста, как и паломника, несомненный интерес вызовет тот факт, что Михайло-Архангельский храм, в 2005 году получивший статус охраняемого памятника истории и архитектуры с занесением в Государственный реестр памятников архитектуры, имеет свои храмовладельческие особенности. Он возведен в традиционной для конца XIX века церковно-строительной архитектуре, но с сибирской простотой форм. Церковь деревянная, по форме — неф («корабль»), семиглавая, стоит на каменном фундаменте.

В храме собран ряд святынь. Это иконы с мощами: прп. Далмата Исетского, основателя Далматского Свято-Успенского мужского монастыря († 1697, пам. 10 и 25.06); свт. Иоанна, митр. Тобольского и всея Сибири († 1715, пам. 23.06, 23.10 и 3-я неделя по Пятидесятнице); прп. Пимена Постника, игумена Киево-Печерского монастыря († 1141, пам. 08.05, 07.08).

В 2018 году в храм были привезены в ковчежце частицы мощей свт. Николая Чудотворца († 345, пам. 19.12, 22.05, 11.08). В 2019 году — части мощей прп. Гавриила (Ургебадзе), архимандрита Грузинской православной церкви (†† 1995, пам. 02.11).



Ил. 4. Икона в память 300-летия царствования дома Романовых (1913). Михайло-Архангельский храм, город Рубцовск. URL: <https://drevo-info.ru/pictures/14019.html>



Ил. 5. Кивот (реконструирован в 2004 году) с иконой в память 300-летия царствования дома Романовых (1913). URL: <https://drevo-info.ru/pictures/14020.html>

В 2003 году Краеведческим музеем города Рубцовска храму была передана Феодоровская икона Божией Матери — великая святыня дома Романовых (Ил. 4–5). Обретенная икона — одна из немногих юбилейных образов, сегодня практически утраченных, выпущенных в 1913 году к 300-летию династии.

Чудотворная икона Богородицы, хранящаяся в Богоявленском соборе Богоявленско-Анастасиина монастыря в Костроме, по преданию, связана с призыванием на царство в 1613 году основателя династии царя Михаила Федоровича: этой иконой молодого царевича благословила на царство мать — великая инокиня Марфа (в миру Ксения Иоанновна Шестова). В Сказании об иконе есть такие слова, приписываемые ей: «Се, Тебе, о Богомати Пречистая Богородица, в Твои Пречистей руце, Владычице, чадо свое предаю, и якоже хочещи, устроиши ему полезная и всему православному христианству» [24, с. 11].



Ил. 6. Платок «300-летие дома Романовых. 1613–1913».

Музей Рубцовской и Алейской епархии. URL: <https://rubtsovsk.city/carskiy-plotok/>

Еще одна уникальная реликвия, связанная с 300-летием царствующего в Российской империи дома Романовых, обнаружилась в 2017 году в фондах

епархиального музея. Это платок с сюжетом о призвании на престол царя Михаила Федоровича (Ил. 6). Вокруг персоны молодого правителя изображены царствующие особы и бояре, его мать, великая старица Марфа, Ипатьевский монастырь, герб Романовых, двуглавый орел, даты — «1613» и «1913». В медальонах — портреты царей и царствовавших императриц. Надписи на подвернутых краях ткани указывают изготовителей: «Товарищество вичугскихъ мануфактуръ Братьевъ Ф. и А. Разореновыхъ въ с. Вичугъ Костр[омской] губ[ернии]» и «Фото гравировано по способу Н.А. Алексеева». На фигуре одной из молящихся женщин видна надпись «А.Н. Гайднь».

Предстоит большая и интересная работа по атрибуции и исследованию этих вещей, чудом сохранившихся в Рубцовске. Но несомненно, что такие редчайшие экспонаты из епархиального музея уже сегодня представляют немалый интерес для ценителей русской культуры.

Но помимо предметов русской старины, прославляющих яркие страницы отечественной истории, в городе Рубцовске есть места, связанные с трагическим прошлым нашей Родины. В 2020 году недалеко от города было официально открыто место, названное Редькиной забоккой, где в 1930-х годах происходили расстрелы невинно пострадавших за веру — крестьян, служащих священников. На этом месте установлены поклонный Крест и памятный камень (Ил. 7). В настоящее время Отделом религиозного образования и катехизации Рубцовской и Алейской епархии ведется активная исследовательская работа по восстановлению имен репрессированных священников. А в храме Архистратига Михаила размещена выставка архивных фотодокументов о последних днях жизни расстрелянных на Рубцовской земле людей.

Следует заметить, что архивные разыскания об исповедниках, погибших в Редькиной забокке, дали свои плоды. Так, благодаря исследовательскому поиску, организованному московской писательницей Е.В. Тростниковой, был досконально изучен священнический род Фавстрицких: как оказалось, четверо представителей этой семьи служили на Алтайской земле, здесь были арестованы и репрессированы [25]. Один из них расстрелян в Рубцовске. О Фавстрицких мучениках и исповедниках снят документальный фильм «Помянник» (2019, режиссер, сценарист и монтажер Людмила Разгон), показ которого летом 2020 года состоялся на телеканале «Спас».



Ил. 7. Поклонный Крест и памятный камень в Редькиной забоке на месте расстрелов пострадавших за веру в 1930-е годы. URL: <http://www.rubtsovsk-eparhia.ru/?p=9215>

Совершенно очевидно, что религиозный туризм в его познавательном направлении имеет перспективную почву для развития в городе Рубцовске. Однако стоит отметить, что внутренний муниципальный туризм в городе Рубцовске пока не развивается. Ни одно туристическое агентство не предлагает даже обзорного маршрута по городу, не говоря уже о каких-то специализированных маршрутах. Поэтому на данный момент мы можем только рекомендовать включение посещения святынь Рубцовской и Алейской епархии в будущие экскурсионные программы. Самые известные краевые

туристические маршруты - Большое Золотое кольцо Алтая и, тем более, Малое Золотое кольцо Алтая - не предполагают заезд или хотя бы проезд через город Рубцовск. Если бы был запущен маршрут, например, по степной зоне Алтайского края (интересной своими пресными и солеными озерами, ленточными лесами), то город Рубцовск мог бы стать одним из пунктов такого маршрута, например при переезде из Змеиногорского района в Егорьевский район Алтайского края. В этом случае при остановке туристов для отдыха или ночлега в городе Рубцовске можно предлагать им посещение святынь, находящихся в непосредственной близости или в самом городе.

Находящиеся в городе и на территории Рубцовской и Алейской епархии историко-культурные объекты, чья биография связана с историей Отечества и судьбой Православия в России в советское время, со временем, мы надеемся, привлечет сюда путешественников и историков. Представляется, что разные виды культурно-познавательного направления туризма смогут иметь определенное значение для экономики города и региона. Наблюдения положительной динамики в этом направлении уже зафиксированы современными исследователями в других малых и средних городах России [напр., 26–29]. При согласованных действиях городских и епархиальных властей религиозный туризм способен принести экономическую выгоду местному населению, государственным структурам и частным предприятиям, оказать поддержку религиозным общинам и организациям [30, с. 122–125]. А рубцовские объекты духовного и историко-культурного содержания могут стать заметной частью туристского брендинга территории.

#### Список использованной литературы

1. Информационно-аналитическая справка о деловом туризме в мире [Электронный ресурс] — URL: [ruef.ru/assets/files/2.Деловой%20туризм%20в%20мире.pdf](http://ruef.ru/assets/files/2.Деловой%20туризм%20в%20мире.pdf) (дата обращения 29.10.2020).
2. TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2019 WORLD [Электронный ресурс] — URL: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf> (дата обращения 29.10.2020).
3. Стратегия развития Алтайского края до 2025 года [Электронный ресурс] — URL: <http://www.altairegion22.ru/territory/investic/strategiya-razvitiya-altayskogo-kraja-do-2025-goda/> (дата обращения 29.10.2020).
4. Развитие туристической отрасли в Алтайском крае [Электронный ресурс] – URL: <https://alttur22.ru/news/smi-o-deyatelnosti-upravleniya/doc22ru-razvitie-turisticheskoy-otrasli-v-altayskom-krae> (дата обращения 29.10.2020).
5. Бурняшева Л.А. Религиозный туризм и религиозное паломничество: сравнительно-сопоставительный аспект // Университетские чтения. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. 2015. № 6. С. 25–29.

6. Житенёв С.Ю. Современное состояние паломничества и религиозного туризма в России: правовые и организационные аспекты // Культурологический журнал: Электронное периодическое рецензируемое научное издание. 2019. 2 (36). [Электронный ресурс] — URL: [http://cr-journal.ru/rus/journals/471.html&j\\_id=39](http://cr-journal.ru/rus/journals/471.html&j_id=39) (дата обращения 02.12.2020).
7. Житенёв С.Ю. Православное паломничество и религиозный туризм в России в начале XXI века // Ученые записки Алт. гос. академии культуры и искусств. 2019. № 2 (20). С. 15–19. DOI: [10.32340/2414-9101-2019-2-15-18](https://doi.org/10.32340/2414-9101-2019-2-15-18).
8. Оборин М.С. Религиозный туризм как особый вид социально-культурной деятельности // Сервис в России и за рубежом. 2020. Т. 14. № 2 (89). С. 147–156. DOI: [10.24411/1995-042X-2020-10213](https://doi.org/10.24411/1995-042X-2020-10213).
9. Шарапов Д.Ю., Косульникова Т.Л., Сазонов А.Н. Современные аспекты паломничества и религиозного туризма в Российской Федерации // Наука России: цели и задачи: сб. научн. трудов по материалам XXII междунар. научн. конфер. Екатеринбург: Изд-во НИЦ «Л-Журнал», 2020. С. 84–87. DOI: [10.18411/sr-10-08-2020-40](https://doi.org/10.18411/sr-10-08-2020-40).
10. Бабкин А.В. Специальные виды туризма: учебник. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. 252 с.
11. Христов Т.Т. Религиозный туризм: учеб. пособие. М.: Издат. центр «Академия», 2015. 288 с.
12. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2014. 400 с. С. 66–68.
13. Овсянников В.П., Якунин В.Н. Религиозный туризм как механизм поддержания духовно-культурных процессов на уровне регионального социума // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 9 (70). С. 107–117.
14. Якунин В.Н. Религиозный туризм и паломничество: особенности организации, проблемы и перспективы развития // Культурное наследие России. 2017. № 1. С. 71–76.
15. Облицова З.Г. Паломничество и религиозный туризм: сходство и различия // На пути к гражданскому обществу. 2019. № 3. С. 42–49.
16. Силантьева М.В. Духовный смысл православного паломничества в эпоху глобализации // Паломничество и религиозный туризм: многообразие интерпретаций: сб. научных статей. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2012. С. 150–173.
17. Саякова С.Ш. Религиозный туризм как составная часть современной индустрии туризма // Вестник Дипломатической академии Министерства иностранных дел Кыргызской республики им. Казы Дикамбаева. 2019. № 11. С. 33–40.
18. Танеева Е.Ш., Волжина С.К. Роль паломнических поездок в организации православного отдыха // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 9 (47). С. 191–198. DOI [10.12737/1862](https://doi.org/10.12737/1862).
19. Житенёв С.Ю. Религиозное паломничество в христианстве, буддизме и мусульманстве: социокультурные, коммуникационные и цивилизационные аспекты. М.: Индрик, 2012. 264 с.

20. Корнев Роман, еп.; Крейдун Георгий, протоиерей. Православный щит Алтая: История обретения и сохранения Чудотворной Казанской-Коробейниковской иконы Божией Матери. Барнаул: ООО «Спектр», 2014. 94 с.
21. Власова Н.Ю. Продвижение малых и средних городов посредством развития религиозного и паломнического туризма // Современные подходы к повышению качества сервиса в индустрии туризма и гостеприимства в условиях межкультурной коммуникации: Материалы IX Междунар. научно-практической конференции. Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2019. С. 7–10.
22. Байнова М.С. Религиозный туризм как ресурс развития российских городов: социологическая оценка // Социальная политика и социология. 2017. Т. 16. № 4 (123). С. 51–58.
23. Соколов А., иерей, Бычкова Е.В. Михайло-Архангельская церковь // Рубцовск: энциклопедия. Барнаул: Азбука, 2007. 424 с. С. 184–185.
24. Судьба храма — судьба России: Храм Феодоровской иконы Божией Матери / авторы-составители протоиерей Александр Сорокин и Александр Зимин. СПб.: Изд-во Зимина, 2006. 148 с.
25. Фавстрийская Т., Тростникова Е. Священнический род Фавстрицких // Журнал Московской Патриархии. 2009. № 4. С. 80–96.
26. Балабейкина О.А. Религиозный туризм: возвращение к сущностным аспектам и влияние на развитие экономики региона // Сервис в России и за рубежом. 2019. Т. 13. № 4 (86). С. 6–17.
27. Балабейкина О.А. Религиозный туризм в территориальном брендинге российских регионов // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы VI Междунар. научно-практической конфер. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. С. 131–134.
28. Потапова Н.Ю. Проблема религиозного туризма в малых городах России // Научные горизонты. 2019. № 5–1 (21). С. 298–301.
29. Туризм как фактор регионального развития: Материалы II Междунар. научно-практической конфер. / Отв. ред. Л.Г. Скульмовская. Нижневартовск: Изд-е Нижневарт. гуманит. унив-та, 2010. 209 с.
30. Современное состояние религиозного туризма и его социальная роль в России и за рубежом (аналитический обзор). М.: Изд-е Междунар. туристской академии, 2010. 178 с.

Научное издание

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ  
И МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Материалы Двенадцатой международной научно-практической конференции  
*19-20 ноября 2020 г.*

Публикуется в авторской редакции

Подготовка оригинала-макета – информационно-технический отдел РИИ

Подписано к печати 21.12.2020. Формат 84x108/16.  
Усл. печ. л. 30,63. Тираж 100 экз. Заказ 201742. Рег. №23.

Отпечатано в типографии