

**Всероссийская (национальная)
научно-практическая конференция**

**«НАЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ»**

Курск

26 июня 2019 г.

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель организационного комитета:

Окорокова Г. П., к.э.н., доцент, ректор Курского института менеджмента экономики и бизнеса;

Члены организационного комитета:

Кликунов Н. Д., к.э.н., доцент, проректор по научной работе и инновационному развитию;

Еськова Н. А., к.г.н., доцент, заведующая кафедрой УиСО Курского института менеджмента, экономики и менеджмента;

Зюкин Д. В., к.э.н., доцент, зам. заведующего кафедрой УиСО Курского института менеджмента, экономики и менеджмента;

Слатинов В. Б., д.п.н, доцент, директор института экономики и управления Курского государственного университета;

Ковальчук В. Н., заместитель главы Администрации г. Рыльска;

Гребеньков С. С., начальник отдела по делам молодежи, культуре и спорту администрации Центрального округа города Курска,

Национальные приоритеты социально-экономического развития России.

Сборник материалов всероссийской (национальной) научно-практической конференции (26 июня 2019 года) – Курск - 2019 - с. 80

Ответственность за точность цитат, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых статей. Материалы публикуются в авторской редакции.

© ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия

© Авторы опубликованных статей

Содержание

Рашидова И. А., Рашидов О. И. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РФ И МЕХАНИЗМОВ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	4
Окороков В. М., Бондарева А. А. РАЗВИТИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	11
Жданова Н. Г. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗА РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ	13
Лазарев Д. В., Окороков В. М. АВТОМАТИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ – СУБЪЕКТА ВЭД КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЕЕ УПРАВЛЕНИЯ	15
Севрюков Р. И. ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ	21
Кликунов Н. Д. НОВЫЕ КРИСТАЛЛЕРОВСКИЕ ЦЕНТРЫ В ЧЕРНОЗЕМНОМ РЕГИОНЕ	25
Россолов В. В., Черная Л. В. МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННО- ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ	30
Бадмаева Н. В. ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО СИРОТСТВА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ПЕВЕК	38
Еськова Н. А. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: ПРАКТИКА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ	41
Ханькевич А. В., Кулешов А. Э. ОПТИМИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ	47
Аболмасова Ю. В., Кликунов Н. Д. АНАЛИЗ ЗАРАБОТНЫХ ПЛАТ СОТРУДНИКОВ АДМИНИСТРАЦИЙ КОРЕНЕВСКОГО РАЙОНА И ПРОГНОЗ ИХ ДИНАМИКИ НА 2019-2020 ГОДЫ	54
Зюкин Д. В., Борисов И. С., Кудря А. С. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВА	59
Филонович А. В., Туякбасарова Н. А. РЕЖИМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ ПРИНЯТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ	65
Сапунова Ю. Н. УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ. КРИЗИСНЫЕ СИТУАЦИИ И МИНИМИЗАЦИЯ ПОТЕРЬ	69
Чичиль А. В. КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ РАССМОТРЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ	72
Удинская К. Н., Окороков В. М. ОЦЕНКА И ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ	76

Рашидова Ирина Александровна,

к.э.н., Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, г. Курск

E-mail: irinanatasha@mail.ru

Рашидов Олег Ибрагимович,

к.э.н., Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, г. Курск

E-mail: oleg-rashidov@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ РФ И МЕХАНИЗМОВ ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается денежно-кредитная политика в Российской Федерации через призму эффективности ее реализации. Также отмечены особенности денежно-кредитного регулирования в России в последние годы. Сделан вывод о недостаточной эффективности монетарной политики вследствие того, что инфляция в нашей стране в большей степени носит немонетарный характер.

Ключевые слова. Денежно-кредитная политика, центральный банк, инфляция, инфляционное таргетирование, экономический рост,

Процесс глобализации финансовых рынков, в совокупности с санкционной риторикой, ставит перед монетарными властями России вопрос об эффективности денежно-кредитной политики и возможности центрального банка России (Банк России) воздействовать на финансовые и экономические показатели. Интегрированность нашей страны в глобальную экономику повышает подверженность ее финансовых показателей, уровня цен, экономической активности влиянию внешних шоков. Но при этом не стоит забывать и о влиянии внутренних факторов на состояние денежного рынка России и всей экономики страны в целом.

Основной целью денежно-кредитной политики Банка России, закрепленной в статье 34.1 ФЗ №86, является «защита и обеспечение устойчивости рубля посредством поддержания ценовой стабильности, в том числе для формирования условий сбалансированного и устойчивого экономического роста» [1].

В современной иерархии целей денежно-кредитной политики Банка России, эта цель является стратегической. Центральный банк напрямую не может достичь конечную цель денежно-кредитной политики, обозначенную в законодательстве, для этого регулятор устанавливает промежуточные цели денежно-кредитной политики, способствующие достижению конечной цели [6].

В отечественной практике принято выделять несколько уровней целей денежно-кредитной политики (ДКП):

- стратегические (конечные или долгосрочные);
- промежуточные (среднесрочные);
- операционные (тактические) цели.

Открыто заявленная цель денежно-кредитной политики выполняет роль ее номинального якоря, под которым понимается объявленная экономическая переменная, являющаяся количественной целью ДКП центрального банка в среднесрочной перспективе, за которую он несет ответственность, и которая обладает влиянием на конечную цель денежно-кредитной политики, закрепленную на законодательном уровне. Номинальный якорь выступает как ограничитель стоимости внутренних денег. Он призван выполнять две функции:

- 1) закрепляя инфляционные ожидания, способствует поддержанию ценовой стабильности;
- 2) дисциплинирует реализацию ДКП, т.е. решает так называемую «проблему временной несогласованности» [7].

Номинальный якорь может быть трех видов:

- денежный (роль якоря играет денежная база или один из агрегатов денежной массы);
- валютный (якорем является номинальный или реальный валютный курс);
- инфляционный (якорь – целевой ориентир инфляции).

Стратегия или набор мер достижения цели носит название «таргетирование» (таргетинг или целеполагание, от англ. *targeting*), оно включает в себя: определение и публичное объявление цели, использование инструментов ДКП для ее достижения и ответственность за результаты [6]. Соответственно, в зависимости от того какая переменная подвергается таргетированию, различают три базовых режима денежно-кредитной политики:

- денежное таргетирование: промежуточной целью являются денежно-кредитные агрегаты;
- таргетирование валютного курса: промежуточной целью выступает обменный курс национальной валюты;
- таргетирование инфляции: промежуточная цель денежно-кредитной политики отсутствует, совпадает с конечной целью или ею выступает прогноз инфляции.

Центральный банк выбирает базовую монетарную переменную и реализует достижение ее установленного значения на среднесрочный период [5].

Для сохранения ценовой стабильности страны экспериментировали с тем или иным якорем ДКП, которым выступала промежуточная цель (*intermediate target*) политики Центрального банка. Таким образом, номинальный якорь денежно-кредитной политики является промежуточной переменной перед достижением конечной цели Центрального банка страны.

С конца 1980-х годов около десятка экономически развитых стран решили перейти на инфляционное таргетирование. Первыми стали Новая Зеландия и Канада, затем к ним присоединились Великобритания, Финляндия, Швеция, Австралия и Испания. Последующее распространение режима привело к тому, что он стал новым стандартом денежно-кредитной политики.

По состоянию на 2017 год МВФ считает, что режим инфляционного таргетирования действует в 38 странах, включая Японию и еврозону. Неопределенными остаются режимы денежно-кредитной политики

Швейцарского национального банка и ФРС США, которые ввели целевые ориентиры инфляции в свою политику, соответственно, в 2000 и 2012 годах. Не в последнюю очередь благодаря МВФ после Азиатского финансового кризиса 1997-98 годов инфляционное таргетирование приобрело большую популярность в мире развивающихся экономик. По состоянию на 2017 год доля развивающихся экономик среди приверженцев инфляционного таргетирования достигает 73% и медленно продолжает расти за счет стран Азии [6].

Мировая практика показывает, что страны с количественно заданным номинальным якорем имеют более низкую инфляцию и менее волатильный экономический рост, чем страны без заявленного якоря. До 1990-х годов целевой ориентир инфляции и целевой валютный курс максимальное воздействие оказывали на темп прироста цен, а целевой денежный агрегат – на волатильность ВВП. Со второй половины 1990-х годов, а также в 2000-х годах макроэкономические различия между номинальными якорями в экономически развитых странах практически сошли на «нет» [5]. Однако они продолжают играть роль в развивающихся экономиках, особенно тех, для которых характерна высокая инфляция.

Банк России перешел на инфляционное таргетирование в конце 2014 года под влиянием макроэкономического кризиса, вызванного падением цен на нефть. По согласованию с Правительством РФ Банк России установил среднесрочную цель по инфляции на уровне 4% в год [3].

Как правило, мерой эффективности монетарной политики считают ее способность достигать ценовой и финансовой стабильности или сглаживать циклические колебания экономики. Стимулирование долгосрочного экономического роста в качестве критерия эффективности обычно не используют. Это связано с тем, что с традиционной точки зрения в долгосрочной перспективе деньги нейтральны, поэтому денежно-кредитная политика (ДКП) не может воздействовать на долгосрочные значения реальных переменных. Однако в современных исследованиях выявлены эмпирические свидетельства в пользу того, что решения, принимаемые денежными властями, могут сказываться на росте экономики. С этим согласны и некоторые центральные банки. Так, в «Основных направлениях единой государственной денежно-кредитной политики...» [3] не только указывается, что ценовая стабильность признается основной целью Банка России, но и отмечается, что она «является одним из важнейших условий формирования долгосрочных сбережений в национальной валюте и роста инвестиций в основной капитал». Таким образом, де-факто регулятор утверждает, что монетарная политика важна для обеспечения условий долгосрочного экономического роста.

Базовым индикатором денежно-кредитной политики служит основная ставка, которая устанавливается центральным банком. Она может носить информационный характер, то есть по ней могут не проводиться операции, или представлять собой ставку, по основным операциям рефинансирования, прежде всего, операциям на открытом рынке. Изменение процентной ставки центрального банка оказывает влияние на кредитную и экономическую активность и, в конечном счете, позволяет достигать промежуточной цели

денежно-кредитной политики. Данный инструмент относится к прямым (директивным) методам. В России основной ставкой денежно-кредитной политики с 1 января 2016 является «ключевая ставка Банка России», до этого использовалась ставка рефинансирования.

Принято считать, что прямые методы реализации ДКП дают быстрый экономический эффект, поскольку оказывают непосредственное, хотя и нерыночное влияние на конъюнктуру финансовых рынков. При активном использовании прямых методов временные лаги денежно-кредитной политики сокращаются. Но, в то же время, с начала 1990-х гг. считается, что частое использование прямых методов говорит о нестабильности финансового сектора, поэтому их стараются использовать как можно меньше. Это также относится и к изменению основной ставки.



Рис.1 Динамика изменения основной ставки Банка России¹

Как видно из рисунка 1, в истории современной экономики России, на протяжении 1993 – 2018 годов основная ставка подвергалась изменениям. При этом данный график коррелирует с циклическостью российской экономики, на периоды экономических кризисов приходится наибольшее количество изменений основной ставки Банка России за год. Это кризисы российской экономики 1994-95 гг., 1997-98 гг., 2008-09 гг. Однако, наряду с этим, стоит заметить, что в трудный для российской экономики 2015 год основная ставка не менялась и находилась на уровне 8% при годовой инфляции на уровне 15,5% (Таблица 1).

¹ Выполнено авторами на основе данных Банка России

Таблица 1. Основные макроэкономические показатели экономики России²

Год	Рост ВВП (реальный)	Темп инфляции	Уровень безработицы	Средневзвешенное значение основной ставки за год	Относительное отклонение основной ставки от средневзвешенного значения за год
1993	8,7%	874,6%	5,9%	139,6%	26,0%
1994	-12,7%	307,6%	8,1%	180,0%	11,4%
1995	-4,1%	197,5%	9,4%	185,8%	6,0%
1996	-3,6%	47,7%	9,7%	86,5%	38,9%
1997	1,4%	14,8%	11,8%	27,0%	32,7%
1998	-5,3%	27,7%	13,3%	52,9%	45,4%
1999	6,4%	85,7%	13,0%	51,2%	11,9%
2000	10,0%	20,8%	10,6%	33,1%	26,2%
2001	5,1%	21,5%	9,0%	25,0%	0
2002	4,7%	15,8%	8,0%	22,7%	5,9%
2003	7,3%	13,7%	8,2%	17,3%	10,3%
2004	7,2%	10,9%	7,7%	13,5%	8,2%
2005	6,4%	12,7%	7,2%	13,0%	3,9%
2006	8,2%	9,7%	7,1%	11,6%	2,9%
2007	8,5%	9,0%	6,0%	10,3%	3,2%
2008	5,2%	14,1%	6,2%	10,9%	7,8%
2009	-7,8%	11,7%	8,2%	11,4%	9,8%
2010	4,5%	6,9%	7,4%	8,0%	3,7%
2011	5,0%	8,4%	6,5%	8,1%	1,5%
2012	3,7%	5,1%	5,5%	8,1%	1,5%
2013	1,8%	6,8%	5,5%	8,3%	0
2014	0,7%	7,8%	5,2%	8,3%	0 (115,8%)
2015	-2,5%	15,5%	5,6%	8,3%	0 (34,5%)
2016	0,3%	7,1%	5,5%	10,6%	4,0%
2017	1,6%	3,7%	5,2%	9,1%	6,8%
2018	2,3%	4,3%	4,8%	7,4%	4,5%

Стоит отметить, что в 1993-2000 годах основная ставка менялась в значительных пределах, при этом максимальное отклонение было в 1998 году, почти в полтора раза. При этом принято считать, что в современной экономике относительные отклонения основной ставки от среднего значения более 10% является шоковым и может привести к непредсказуемым последствиям с мультипликативными эффектами. Следовательно это говорит о полном отсутствии финансовой стабильности в экономике и проблемах в привлечении инвестиций. На обратной стороне – неэффективная монетарная политика со стороны регулятора.

С 2001 года и по 2013 год включительно ситуация улучшилась, и колебания основной ставки не превышали 10%, исключение - 2003 год (отклонение 10,3%), что на фоне предыдущих лет незначительно. В данном временном отрезке наиболее проблемными были 2008 и 2009 годы,

² Получено авторами на основе данных Банка России и Росстата

соответственно 6 и 10 за год Банк России изменял основную ставку, и колебания были 7,8% и 9,8% соответственно.

Наиболее стабильными в плане реализации ДКП в России были 2011-2014 годы, за этот период изменения основной ставки были минимальны, и темп инфляции находился на одном уровне. Можно говорить о достаточном уровне финансовой стабильности, но в ее обеспечении заслуга не Банка России.

Интерес представляют 2014 и 2015 годы, на их протяжении Банк России не менял ставку рефинансирования (которая на тот момент выполняла роль основной ставки), но значительно изменял ключевую ставку. Особенно это видно в 2014 году, в течении которого ключевая ставка менялась 6 раз, в итоге она выросла более чем в два раза, то есть относительное изменение составило 115,8% (немыслимое отклонение в современной монетарной практике). 2015 год в этом плане был немного спокойней, при 6 изменениях ключевой ставки относительные отклонения не превысили 35%.

А уже с 1 января 2016 значение ставки рефинансирования приравнено к значению ключевой ставки Банка России на соответствующую дату.

Почему-то ни в одном своем официальном заявлении (в проблемные годы для российской экономики) ни в 2008, ни в 2014 гг. ЦБ не называет причиной высокого уровня инфляции проблему высоких процентных ставок.

На наш взгляд, высокие ставки процента, действующие в России – это один из важнейших факторов инфляции. При чем эта проблема говорит нам о том, что инфляция в России по большей части имеет немонетарный характер, то есть цены на товары растут не в виду того, что производители теперь хотят получать больше прибыли за свою продукцию, а ввиду того что производители повышают цены на продукцию, поскольку свои расходы на уплату процентов по обязательствам перед кредиторами они переносят на конечных покупателей, чтобы не генерировать убытки от своей деятельности, - то есть норма заимствования закладывается в издержки и стоимость товара на каждом технологическом этапе.

Комментируя свои меры в области денежно-кредитного регулирования, применённые в 2014 году, ЦБ РФ в основных направлениях ДКП на 2015 год поясняет, что «для сдерживания инфляции Банк России повышал в 2014 году ключевую ставку» [2] - то есть повышал ставку до 17 %, чтобы снизить инфляцию. Это пояснение ЦБ является прямым противоречием применения режима таргетирования инфляции, направленного на достижение цели по инфляции, которое главным образом обеспечивается путем воздействия на цену денег в экономике – то есть через соответствующие низкие процентные ставки, скорректированные на особенности этапов развития экономики страны. После очередного провала денежно-кредитной политики 2014 года, в период с 2015 по 2016 год Банк России начал говорить о горизонте достижения цели по инфляции, то есть он определял точку, устанавливали конкретный период (конец 2017 года), когда планирует достичь целевого уровня по инфляции. Целевой уровень ЦБ установил в размере 4%. Для того чтобы достичь это значение ему понадобилось три полноценных года. По итогу 2017 года инфляция составила 3,7 %. По оценкам Банка России отклонение инфляции ниже 4 % связано в основном с

влиянием временных факторов и приблизилась к 4,3 % к концу 2018 года. С 2018 года цель по инфляции – вблизи 4 % становится постоянной [3].

В среднесрочной перспективе (3 года) промежуточной целью денежно-кредитной политики Банка России заявлено удержание инфляции вблизи целевого уровня – 4 %. Весьма сложно спрогнозировать, получится ли у Банка России в ближайшие три года достижение своей цели. На наш взгляд, это в большей степени будет зависеть от внешнеполитической ситуации и внутренних немонетарных факторов. Процентная политика, проводимая Банком России для достижения цели по инфляции, на практике оказалась провальной – в кризисные года (1998-99г., 2008 г. и 2014-15 г.) инструменты, применяемые ЦБ, не способствовали сдерживанию роста цен. Оба периода завершились большой потребительской инфляцией – 85,7%, 14,1 % и 15,5 % соответственно. За анализируемый период времени (26 лет) Банку России удалось достичь своей цели по инфляции только трижды, во всех случаях это были те временные периоды, когда экономика России находилась в одной из двух благоприятных фаз экономического цикла (оживление и подъем). В 2010 году фактическая инфляция оказалась за нижней границей целевого диапазона 9-10 % и по итогу года составила 8,8 %, учитывая тот факт, что в этот период ЦБ ставил перед собой задачу дальнейшего снижения инфляции, можно сказать, что он достиг поставленной цели в этом году. В 2011 году инфляция по итогу года не достигла значения в целевом диапазоне 5-7 % и закрепилась на уровне 8,4 %. В 2017 году инфляция в России составила 3,7 %, при годовом ориентире 4 %. Условно можно выделить и четвертый успех ДКП Банка России – 2018 год, когда итоговая инфляция по году составила 4,3 % при заявленной цели 4 % к 2019 году. С учетом последней практики использования регулятором мер в связи с денежно-кредитным регулированием, можно сказать, что если Центральный банк в ближайшее время не поменяет свой подход к монетарному регулированию, то при наступлении следующей кризисной обстановки ему вновь не удастся подавлять сигналы от действия внешних шоковых факторов в режиме оперативного регулирования, что вновь подорвет доверие населения и бизнеса к регулирующему органу.

Список литературы

1. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 07.03.2018) «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37570/
2. Банк России (2015). Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2015 год и период 2016 и 2017 годов. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2015\(2016-2017\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2015(2016-2017).pdf)
3. Банк России (2019). Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2019 год и период 2020 и 2021. М.: Центральный банк Российской Федерации. [Электронный ресурс] // Режим доступа: [http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2019\(2020-2021\).pdf](http://www.cbr.ru/publ/ondkp/on_2019(2020-2021).pdf)

4. Картаев Ф. Полезно ли инфляционное таргетирование для экономического роста? // Вопросы экономики, 2017. — № 2. — С.62—74.
5. Моисеев С. Одиссея инфляционного таргетирования: к новым вызовам денежно-кредитной политики // Вопросы экономики. — 2017. — Октябрь.
6. Трунин П.В., Божечкова А.В., Киюцевская А.М. О чем говорит мировой опыт инфляционного таргетирования // Деньги и кредит, 2015. — № 4. — С.61—67.
7. Шершнева Е.Г., Сутягина Е.В., Иванов В.А. Успехи и провалы в денежно-кредитной политике Банка России и иерархия целей в политике таргетирования. // Бенефициар, 2018. — № 24. — С.66—71.
8. Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Окороков Владимир Михайлович

к. э. н., доцент, проректор Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

Бондарева Анастасия Александровна

магистрантка Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

РАЗВИТИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается формирование программы лояльности работников предприятия как основной фактор повышения его конкурентоспособности

Ключевые слова: лояльность, программа лояльности, конкурентоспособность

В системе управления персоналом предприятия в условиях изменений и актуализации человеческого потенциала, большое значение следует уделить лояльности персонала. Лояльность персонала появляется тогда, когда общие цели и интересы организации отходят на второй план, когда они превращают группу людей в организацию, в коллектив, когда мотивационным фактором становится не только уровень заработной платы, но и аспект удовлетворенности персонала от процесса работы.

Любая компания, желающая выжить в долгосрочной перспективе, должна заботиться о лояльности своего персонала. Такая необходимость обусловлена, во-первых, тем, что это качество сотрудников является условием формирования в них высокой профессиональной мотивации, которая, в свою очередь, отражается на всех сторонах деятельности. Только преданные работники своей организации, приверженные ее целям, готовы без остатка отдавать свои способности, все свои силы для достижения победы над конкурентами. Умение грамотно управлять лояльностью персонала становится важным фактором успеха для всего предприятия в руках современного руководителя.

Зачастую формирование отношения к предприятию происходит стихийно, и в таком случае поведение персонала в большей степени оказывается зависимой от неконтролируемых и дезорганизационных факторов. Намеренное выделение этого процесса, его изучение придают ему целеустремленность и обращают его в управляемый процесс.

Желаемый вид (уровень) лояльности для предприятий определяется ее целями, спектр которых может быть достаточно широк: от поддержания высокого уровня благонадежности первых лиц до повышения конкурентоспособности, управляемости или проактивности.

Объектом исследования в работе выступил торгово-производственный комплекс «Радуга» (г. Рубежное, Луганская область, Украина), который является одним из производителей хлеба и хлебобулочных изделий в городе Рубежное.

Была проанализирована удовлетворенность работников условиями труда. Результаты исследования показали, что в целом по предприятию персонал скорее доволен, чем не доволен работой.

С целью повышения конкурентоспособности предприятия в работе сформированы программы лояльности работников предприятия. Эти программы дадут возможность поднять эмоциональный уровень предприятия и решить проблему с наличием среди работников лиц, находящихся в состоянии тревоги и в стрессовом состоянии, сократить текучесть кадров, повысить уровень лояльности сотрудников.

Мероприятия по внедрению программы аффективная (эмоциональная) лояльности:

- формирование установки на лояльность;
- организация работы с учетом индивидуальных особенностей;
- командообразование (Teambuilding);
- пакет льгот предоставленных предприятием;
- дни семьи и здоровья;
- формирование гордости.

Мероприятия по внедрению программы – расчетной лояльности:

- процентная надбавка к окладу;
- пакет льгот предоставленных предприятием;
- материальная помощь и получение займа на личные нужды;
- информационное пространство;
- дополнительные дни отдыха.

Мероприятия по внедрению программы нормативной лояльности:

- тренинги, система обучения;
- политика «открытых дверей»;
- ссуда на самореализацию.

Данные программы будут способствовать удовлетворению потребностей персонала в вовлечении, причастности, самореализации, влиять на сплоченность участников учения, также раскроют секреты эффективного взаимодействия в дальнейшем.

Список литературы

1. Морозова Н.С. Формирование лояльности как инструмент повышения конкурентоспособности гостиничного предприятия / Современные проблемы сервиса и туризма, №2/2010 с.31-36
2. Келарева Е.В. Лояльность персонала как фактор конкурентоспособности предприятия сферы услуг / Школа университетской науки: парадигма развития. 2010. Т. 2. № 1 (1). С. 342-347.
3. Кибанов А.Я., Дуракова И.Б. Управление персоналом организации. Отбор и оценка при найме, аттестация. - М.: Экзамен, 2010. - 417 с.
4. Мильгром, Д.А. Оценка конкурентоспособности экономических технологий [Текст] // Маркетинг в России и за рубежом. - 2010. - №2. - с.44 - 57.

Жданова Наталья Геннадьевна,

магистрант ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»,
гп. Печенга, Мурманская область, Россия

E-mail: mag@mebik.ru

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОГНОЗА РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются основные этапы разработки социально-экономического прогноза развития муниципального образования.

Ключевые слова: муниципальное образование, социально-экономическое развитие, анализ, прогнозирование.

Прогноз социально-экономического развития муниципального образования - документ стратегического планирования, содержащий систему научно обоснованных представлений о направлениях и об ожидаемых результатах социально-экономического развития муниципального образования на среднесрочный или долгосрочный период[1].

Прогноз разрабатывается на основе анализа фактических показателей за предшествующие года и плановых показателей, с учетом характерных направлений социально-экономического развития территории муниципального образования до конца текущего года.

Основой для социально-экономического прогноза муниципального образования являются: положения послания Президента РФ Федеральному Собранию РФ, основные параметры прогноза социально-экономического развития Российской Федерации и субъекта Российской Федерации, прогноз показателей инфляции, стратегия социально-экономического развития муниципального образования, муниципальные программы.

Процесс разработки социально-экономического прогноза развития муниципального образования в первую очередь состоит из анализа и оценки основных показателей развития муниципального образования: демографическая

ситуация, инфраструктура жилищно-коммунального хозяйства и социальной сферы, промышленности, сельского хозяйства, туризма, потребительского рынка, малого и среднего предпринимательства за предыдущие три года.

Ключевым материалом для анализа основных показателей социально-экономического развития муниципального образования являются сведения из базы данных основных показателей социально-экономического развития муниципального образования Федеральной службы государственной статистики РФ, Федеральной налоговой службы РФ, Федеральной службы государственной регистрации, кадастра и картографии РФ, других органов государственной и муниципальной власти. Вся информация, предоставляемая вышеуказанными органами осуществляется на безвозмездной основе в рамках информационного взаимодействия между органами государственной и муниципальной власти.

Уполномоченный орган местного самоуправления по проведению анализа социально-экономического положения муниципального образования может запрашивать необходимую информацию напрямую у хозяйствующего субъекта.

Стоит обратить особое внимание, что объективный анализ социально-экономического развития муниципального образования должен в комплексе помимо официальных статистических данных, также оценивать направления жалоб и обращений граждан.

Основываясь на проведенном анализе, подводятся предварительные итоги социально-экономического развития муниципального образования за истекший период текущего года и даются оценка ожидаемым итогам социально-экономического развития муниципального образования за текущий год с учетом исполнения плана мероприятий, предусмотренных муниципальными программами муниципального образования.

На основании проведенного анализа муниципальное образование выявляет перечень проблем социально-экономического положения и определяет перечень мер по решению их в прогнозном периоде.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что разработка социально-экономического прогноза муниципального образования, как правило, осуществляется в два этапа.

Первый этап состоит из разработки предварительного прогноза и сценарных условий социально-экономического развития муниципального образования.

Разработка предварительного прогноза и сценарных условий социально-экономического развития муниципального образования делается в двух вариантах.

Первый вариант выступает как умеренный и определяет характер социально-экономического развития муниципального образования, с учетом изменений влияния внешних и внутренних факторов и сохранению основных направлений развития территории муниципального образования.

Второй вариант опирается на положительное влияние внешних и внутренних факторов и определяет параметры социально-экономического развития муниципального образования направленные на достижение результата

в поставленных стратегических целей и приоритетных направлениях социально-экономического развития муниципального образования.

Второй этап заключается в разработке уточненного прогноза социально-экономического развития и на основании его проекта бюджета муниципального образования на очередной финансовый год.

Уточненный прогноз социально-экономического развития муниципального образования, на базе наиболее возможного варианта развития сценарных условий социально-экономического положения муниципального образования, на основании предварительных за 9 месяцев и ожидаемых итогов текущего года.

Прогноз социально-экономического развития муниципального образования одобряется исполнительным органом местного самоуправления муниципального образования одновременно с принятием решения о внесении проекта бюджета в представительный орган местного самоуправления муниципального образования.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» // [Электронный ресурс] – Режим доступа: КонсультантПлюс. (дата обращения: 2.06.2019)
2. Жданова Н.Г., Еськова Н.А. Условия и факторы социально-экономического развития муниципальных образований: особенности территории городского поселения Печенга Мурманской области// Политика, экономика и инновации. 2019. № 1 (24). С. 4. // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36996183> (дата обращения: 2.06.2019)

Лазарев Денис Валентинович,

магистрант Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

E-mail: lazarev.den.v@yandex.ua

Окороков Владимир Михайлович,

к.э.н., профессор Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса

E-mail: vmo@mebik.ru

АВТОМАТИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ – СУБЪЕКТА ВЭД КАК НАПРАВЛЕНИЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЕЕ УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются предпосылки и результаты внедрения информационного обеспечения в деятельность отдела внешнеэкономической деятельности металлургического предприятия. Приводятся расчеты экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

Ключевые слова. Управление, внешнеэкономическая деятельность, экономическая эффективность, программное обеспечение, выручка от реализации экспортной продукции, чистая прибыль от экспорта

Деятельность любого коммерческого предприятия осуществляется, в первую очередь, с целью получения прибыли. Предприятие может осуществлять виды деятельности, не запрещенные законодательством и прописанные в его уставе.

Внешнеэкономическая деятельность – составная часть общей деятельности субъекта хозяйствования, сфера хозяйственной деятельности, связанной с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, а также выходом предприятия на внешний рынок [1].

Внешнеэкономическая деятельность предприятия основывается на возможности получения экономических выгод исходя из преимуществ международного разделения труда, международных деловых отношений, потому что производство определенного товара, его сбыт или предоставление определенного вида услуг в иной стране имеет больше преимуществ, чем такая деятельность внутри страны [2].

В работе рассматривается предприятие черной металлургии Донбасса – субъект внешнеэкономической деятельности (ВЭД), основным направлением деятельности которого является выпуск и сбыт высококачественной конкурентоспособной продукции, развитие внешнеэкономической деятельности.

Предложения по повышению эффективности деятельности исследуемого предприятия, в том числе за счет совершенствования управления внешнеэкономической деятельностью, связаны, в первую очередь, с внедрением программного обеспечения работы отдела внешнеэкономической деятельности.

Как утверждает Вильманс В.С., целью автоматизации является повышение качества выполнения процесса. Автоматизированный процесс имеет более четкие и неизменные характеристики, чем процесс, осуществляемый вручную. Автоматизация повышает уровень производительности, сокращает период осуществления процесса, уменьшает его стоимость, а так же увеличивает стабильность и точность выполняющихся операций [3].

Внедрение программных продуктов в управление внешнеэкономической деятельностью металлургического предприятия направлено на повышение эффективности взаимодействия между таможенными органами и данным субъектом ВЭД, и позволит оптимизировать время и затратность осуществления таможенных процедур.

Автоматизация связана с внедрением в деятельность отдела ВЭД таких программных продуктов как: ВЭД-Инфо (расширенная версия), ВЭД-Декларант (расширенная версия), ВЭД-Контроль ГТД, ВЭД-Контракт. Указанные программные продукты предназначены для таможенного оформления и информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности.

Изучив рынок продавцов программных продуктов для ВЭД выбор был

сделан в пользу отечественной компании, т.к. 1) это оптимальное соотношение цены и качества программного обеспечения; 2) данное программное обеспечение имеет открытый код прикладной бизнес-логики, что позволит IT-специалистам исследуемого предприятия осуществлять ряд настроек самостоятельно и позволит сократить расходы на обслуживание данной системы; 3) внедрение предполагает небольшой срок внедрения.

Функционал данной системы включает такие блоки управления:

- приём, регистрация и учёт декларации на товары;
- контроль правильности определения кода ТН ВЭД и соблюдения правил нетарифного регулирования;
- контроль правильности определения таможенной стоимости и валютный контроль;
- проверка правильности начисления таможенных платежей;
- расчет сопутствующих расходов;
- таможенный контроль товаров и транспортных средств.

Внедрение данного программного продукта предполагается в количестве одной лицензии. Т.к. одна лицензия включает 5 рабочих мест, а в данный момент отдел ВЭД включает пятерых работников, то нет необходимости для приобретения дополнительной лицензии.

Мероприятия и сроки автоматизации отдела ВЭД на исследуемом металлургическом предприятии можно представить в виде табл. 1.

Таблица 1. Мероприятия по автоматизации отдела ВЭД

Мероприятия	Сроки
Покупка ПО	1
Настройка ПО	10
Тестирование	10
Обучение пользователей	7
ИТОГО (рабочих дней)	28

Поскольку отечественная компания по установке программного обеспечения при единовременной оплате лицензий разных программных продуктов для внешнеэкономической деятельности, одна из которых «ВЭД-Декларант (базовая версия)» или «ВЭД-Декларант (расширенная версия)», предоставляет скидку (за исключением «ВЭД-Контроль ГТД») для трех и более продуктов в размере 17%, в этом случае затраты на приобретение, внедрение и функционирование программных продуктов для ВЭД в течение 2018-2019 гг. составят 186,47 тыс.руб.

Так как численность сотрудников отдела ВЭД на исследуемом металлургическом предприятии составляет 5 человек, при внедрении программного обеспечения во внешнеэкономическую деятельность считаем нецелесообразным их содержание, т.к. некоторые функции сотрудников (главного специалиста по транспорту и логистике, ведущего специалиста по транспорту и логистике, ведущего специалиста) дублируются. А автоматизация внешнеэкономической деятельности предприятия позволит ускорить процесс оформления документации и высвободит время для выполнения других обязанностей. Поэтому считаем рациональным сократить должность ведущего

специалиста по транспорту и логистике. Таким образом, при средней заработной плате специалистов отдела ВЭД в 8 тыс.руб. экономия от предложенного мероприятия составит:

$$\text{Экономия}_{\text{от сокращения}} = 9,5 * 12 * 2 = 228 \text{ тыс.руб.}$$

Расчет единовременных затрат на автоматизацию отдела ВЭД за 2018-2019 гг. представлен в таблице 2.

Таблица 2. Затраты на внедрение программных продуктов для ВЭД на металлургическом предприятии

Наименование затрат	Размер лицензионного вознаграждения за одну лицензию тыс.руб.		Кол-во, ед.	Сумма за 2018 год, тыс.руб.	Сумма за 2019 год, тыс.руб.
	месяц регистрации	месяц продления			
1	2	3	4		5
1. Программное обеспечение					
ВЭД –Инфо (расширенная версия)	10	3,07	1	43,77	36,84
ВЭД-Декларант (расширенная версия)	2,7	2,7	1	32,4	32,4
ВЭД-Контроль ГТД	2,7	2,7	1	32,4	32,4
ВЭД-Контракт	0,6	0,6	1	7,2	7,2
2. Настройка и тестирование программного продукта, обслуживание	25		1	25	-
3. Обучение сотрудников	5		4	20	-
Итого	-	-		160,77	108,84

Общие затраты на внедрение и функционирование программных продуктов для ВЭД на металлургическом предприятии за 2018-2019 гг. с учетом 17%-ной скидки компании по установке программного обеспечения составят:

$$\text{Общие}_{\text{затраты}} = ((43,77 + 32,4 + 32,4 + 7,2) + (36,84 + 32,4 + 32,4 + 7,2)) * 17\% + 25 + 20 = 231,43 \text{ тыс.руб.}$$

Финансирование внедрения данной системы планируется за счет высвободившихся ресурсов от сокращения должности ведущего специалиста по транспорту и логистике (228 тыс.руб.), а также за счет средств нераспределенной прибыли предприятия, сумма которой составляет на конец исследуемого периода 278,87 тыс. руб.

В результате предложенных мероприятий планируется увеличение выручки от реализации продукции на экспорт на 15% за счет сокращения времени на подготовку документации ВЭД и увеличения свободного рабочего времени на поиск и привлечение новых клиентов, расширение географии сбыта продукции.

Ежегодное увеличение выручки от реализации продукции на экспорт планируется на уровне 15%. Таким образом, суммарный прирост выручки за 2018-2019 гг. составит 548,9 тыс. руб.

Прогноз роста выручки от реализации продукции на экспорт представлен на рис. 1.

Прогнозное значение показателя выручки от реализации продукции на экспорт металлургического предприятия было определено с помощью корреляционно-регрессионного анализа, выполненного в программном пакете Microsoft Excel [4]. На рис.1 представлена прогнозная линия тренда (сплошная линия) на 2018-2019 гг., которая свидетельствует о росте объема выручки от реализации продукции на экспорт.

Анализ, выполненный с помощью моделирования линии тренда, позволил найти зависимость в виде аналитического уравнения (логарифмической функции):

$$y = 1E + 0,6Ln(x) + 538,95 \quad (1)$$

где: y – значение выручки от реализации экспортируемой продукции, тыс.руб.;

x – объем продаж продукции на экспорт.

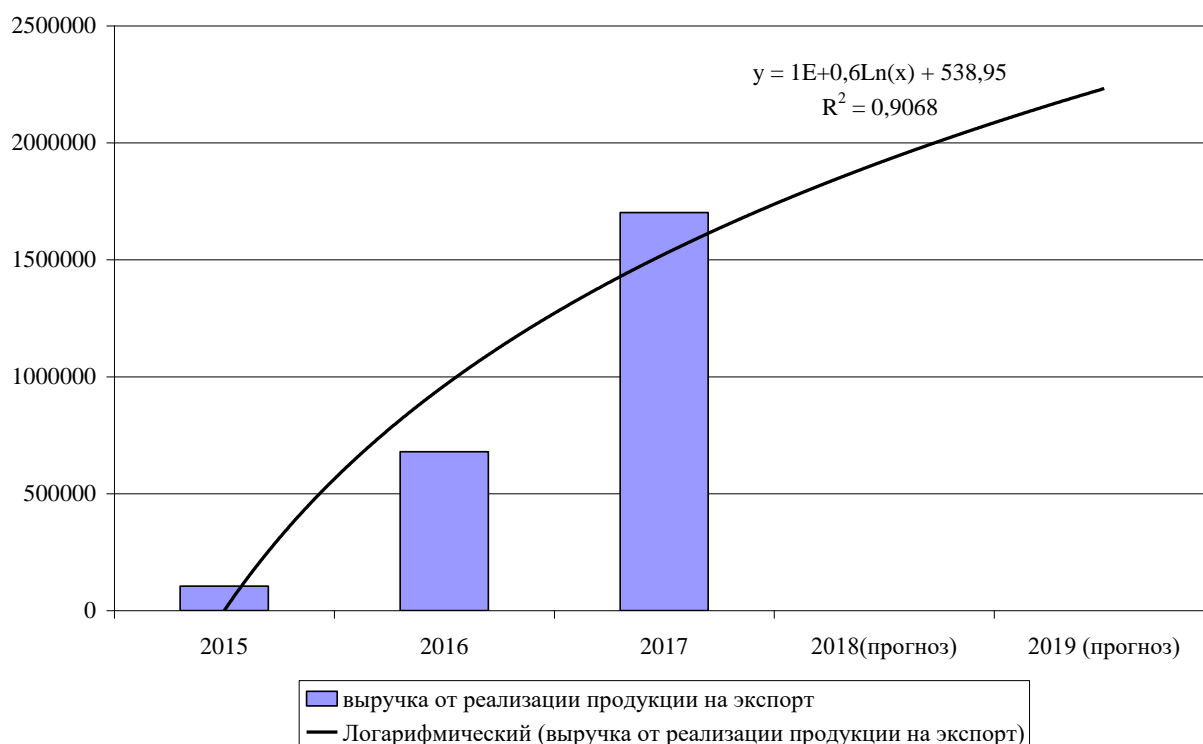


Рис. 1. Прогноз роста выручки от реализации продукции на экспорт

Логарифмическая модель была выбрана ввиду того, что исследуемый процесс находится в стадии стабилизации, о чем свидетельствует устойчивость рассматриваемых экономических показателей, и позволяет в данном временном интервале наиболее объективно и достоверно выполнить прогноз [4].

Это выражение описывает взаимосвязь между выручкой от реализации продукции на экспорт от объема реализации данной продукции.

Коэффициент аппроксимации ($R^2 = 0,9068$) свидетельствует о зависимости выручки от реализации продукции на экспорт от объема реализации данной продукции на 90,68%, что свидетельствует о достоверности полученной

информации.

По данным независимых информационных агентств при правильном, тщательно спланированном внедрении программного обеспечения, коммерческие расходы снизятся на 20% и составят 45384 тыс. руб., что значительно скажется на росте чистой прибыли, увеличение составит 208552,7 тыс. руб. в 2018 г и 764336,9 тыс.руб. в 2019 тыс.руб.

Планируемые изменения показателей эффективности деятельности исследуемого предприятия представлены в таблице 3.

Таблица 3. Прогнозные показатели эффективности деятельности металлургического предприятия после внедрения предложенных мероприятий, тыс.руб.

Показатели	2017 год	2018 год (прогноз)	2019 год (прогноз)	Прирост 2018/ 2017	Прирост 2019/ 2018
1	2	3	4	5	6
1. Выручка от продаж	1701878	1957160	2250734	+255282	+293574
2.Себестоимость реализованной продукции	1361502	1429577	1441013	+11345,3	+11436
3.Коммерческие расходы	56730	45384	45384	-11346	0
3.Чистая прибыль	283646,3	492199	764337	+208552,7	+272138
5.Рентабельность продаж, %	16,7	25	33,4	+8,3	+8,4
6.Рентабельность затрат, %	19	33	51	+14	+18

При автоматизации внешнеэкономической деятельности в 2019 г. увеличатся такие показатели эффективности деятельности предприятия, как рентабельность продаж и рентабельность затрат, и составят соответственно 8,4% и 18% соответственно.

Срок окупаемости данного проекта составляет около 4-5 месяцев, что говорит о высокой эффективности вложений в автоматизацию внешнеэкономической деятельности предприятия.

Таким образом, количественно измеримые экономические выгоды, которые получит металлургическое предприятие в результате внедрения программного обеспечения внешнеэкономической деятельности, заключаются, главным образом, в следующем:

- прямое увеличение объема реализации товаров;
- увеличение оборачиваемости средств в расчетах;
- снижение трудозатрат на создание документов и, как следствие, увеличение производительности труда управляющего персонала;
- снижение уровня запасов;
- сокращение производственных и транспортных расходов.

Список литературы

1. Иванов И.Н. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учеб. пособие. М.: ИНФРА-М, 2011.
2. Покровская, В.В. Внешнеэкономическая деятельность в 2 ч. Часть 1. 2-е изд., пер. и доп. Учебник для бакалавриата и магистратуры / В.В. Покровская. - М.: Юрайт, 2018. - 376 с.
3. Вильманс В.С. Автоматизация как способ повышения эффективности бизнеса // Молодой ученый. — 2016. — №7. — С. 805-808. — URL <https://moluch.ru/archive/111/27318/> (дата обращения: 18.03.2019).
4. Информационные технологии в менеджменте (управлении) : учебник и практикум для академического бакалавриата / Ю. Д. Романова [и др.] ; под общ. ред. Ю. Д. Романовой. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 478 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс).

Севрюков Роман Иванович

Магистрант 2 курса кафедры «Управления связями с общественностью» ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия.

E-mail: romkasevryukov@gmail.com

ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ОЦЕНКА ИХ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Аннотация. Статья посвящена исследованию теоретико-методологических и практических аспектов оценки инвестиций в организациях.

Ключевые слова: оценка инвестиций, инвестиции в организациях.

Главным фактором существования каждого предприятия являются люди. И не только новаторы, которые создают новые возможности и условия работы производства, услуг или торговли. Первоочередная важность – вовлечь всех сотрудников в деятельность предприятия. Успех в развитии предприятия, сотрудников, новаторство и нововведения зависит от грамотного управления человеческим капиталом.

Понятие человеческий капитал подразумевает понятие интеллектуальный капитал. Это обусловлено тем, что в современных условиях труд стал требовательнее к знаниям и умениям. Любая инновационная деятельность и интеллектуальный труд напрямую связаны и неразрывны. Для того, чтобы организация развивалась, для применения новых способов изготовления продукции, ее доставки и, конкретно, самой торговли, требуется интеллектуальный капитал.

Модель интеллектуального капитала представляет собой работу капитала трех видов: взаимоотношений, организационный и человеческий. Каждый из них создает свою ценность в работе предприятия.

Капитал взаимоотношений — это обычно финансовые отношения, которые создаются в процессе работы с поставщиками, партнерами,

акционерами. Такой капитал не подконтролен самой организации и имеет нестабильный характер.

Организационный капитал — это то, что служит организации в виде ресурсов: информация, различного рода процессы, разработки, системы управления - то, чего нельзя отразить в балансе.

Человеческий капитал — все умения и навыки, знания самого работника, способные послужить самой организации и незаменимые компьютерами или машинами.

Все компоненты интеллектуального капитала имеют связь между собой и работают, как одна большая система: система создания идеи — человеческий капитал, система организации деятельности — организационный капитал, система отношений и взаимосвязей в окружающей среде.

Для того, чтобы человеческий капитал в дальнейшем развивался и использовался в коммерческих или исследовательских целях, в него необходимы инвестиции.

Структура вложений в человеческий капитал, как отмечает Л.Ш. Сулейманова, включает в себя следующие виды инвестиций:

По мнению К. Макконелла и С. Брю, существуют три основных вида инвестиций в человеческий капитал: [5, С 400]

1. Инвестиции в образование — затраты на общее и специальное образование, подготовка кадров по месту деятельности.

2. Инвестиции в здравоохранение — обеспечение минимальных жилищных условий, питания, медицинского обслуживания.

3. Инвестиции в мобильность — с помощью данного вида инвестиций люди переезжают из мест низкой производительности в места с относительно высокими показателями производительности.

Существует мнение, что инвестиции - основа для создания человеческого капитала в системах образования, здравоохранения, географической мобильности и подобным. Инвестор не только содержит эти системы, вкладывая средства, но и занимается осознанной деятельностью. Саморазвитие и самосовершенствование - вот чему нужно уделить особое внимание при создании человеческого капитала. [6, С 282]

Вложения в человеческий капитал, как заявляет Л.Ш. Сулейманова, содержит в себе следующие виды инвестиций:

1. Образование;
2. Здравоохранение, медицина;
3. Мотивация;
4. Поиск информации и миграция;
5. Фундаментальные научные разработки;
6. Экология, образ жизни;
7. Культура и досуг. [4, С 5]

Повышение уровня знаний человека зависит от образования и подготовки на производстве и от этого увеличиваются объем и качество человеческого капитала. От уровня образования работника зависит эффективность труда. Она повышается либо за счет увеличения производительности труда, либо за счет тех

знаний, которые дают работнику способность осуществлять трудовую деятельность, результаты которой представляют большую ценность.

Не менее важными, наряду с образованием, являются вложения в здоровье человека. Значимость здоровья, его экономическая ценность для накопления человеческого капитала бесспорны. Низкий уровень продолжительности жизни в стране само собой включает в число приоритетных затрат инвестиции на поддержание здоровья, что способствует продлению жизни человека, а, следовательно, и времени жизни человека

Неудовлетворительное состояние здоровья влияет на производительность труда: слабые и больные работники не могут должным образом реализовать свой человеческий капитал. В связи с этим, экономический интерес организации состоит в инвестициях в здоровье сотрудников. И, как следствие, расходы организации на поддержание хорошего физического состояния своих сотрудников приобретают особое значение: профилактика профзаболеваний, предоставление правильного питания, медицинское обслуживание по месту работы, лечение в медицинских учреждениях, улучшение жилищных условий, страхование работников от несчастных случаев.

На сегодняшний день к инвестициям в человеческий капитал можно отнести и расходы на фундаментальные научные разработки. Интеллектуальные новации, которые создаются в процессе развития науки, не только формируют затем новые технологии производства и способы потребления, но и преобразовывают самих людей, выступающих носителями новых способностей и потребностей. В информационном обществе наука - своеобразный генератор «человеческого капитала».

Культура накладывает свой отпечаток на процесс воспроизводства человеческого капитала, так как невозможно обойтись без «духовной пищи» так же сложно себе представить и гармоничное развитие личности. Культура – это опыт прошлых поколений, сохранение знаний, умений и навыков. Уровень культурного развития персонала также играет важную роль в экономических достижениях предприятия.

Ранее мы выяснили, что под человеческим капиталом в необходимо понимать интеллектуальный капитал. Тогда основным критерием приумножения человеческого капитала является инвестирование в интеллектуальный капитал.

Оценить эффективность инвестиций в интеллектуальный капитал коммерческой организаций можно по методике, предложенной О. Г. Ваганяном. Общий подход заключается в следующем: соотносятся два показателя: X (разница между капитализацией организации и ценой замещения ее реальных активов, за вычетом обязательств) и Y (инвестиции в нематериальные активы). Эффективность вложений в интеллектуальный капитал высчитывается как отношение разности показателя X в начале и в конце периода и показателя инвестиций Y в течение этого периода. При этом все данные берутся в дисконтированном виде с учетом инфляции. В результате мы получим коэффициент эффективности инвестиций в интеллектуальный капитал

коммерческих организаций, т.е. рассчитывается формула:
 $Z = X2 - X1 / Y$ (1),

Z - коэффициент эффективности инвестиций;

X2 - величина интеллектуального капитала в конце периода;

X1 - величина интеллектуального капитала в начале периода;

Y - инвестиции в интеллектуальный капитал организации.

Для подсчета показателя Y необходимо учитывать следующие показатели: затраты на исследования и разработки, затраты на образование, укрепление здоровья работников, затраты на информационные технологии, информационное, техническое и программное обеспечение, на формирование и развитие бренда, на создание корпоративного портала, веб-сайта, на маркетинг, на приобретение, распространение, хранение информации, на реализацию товара, на развитие корпоративной культуры, патентов, других видов интеллектуальной собственности.[2,С 15]

Стабильное, стратегическое развитие любой организации напрямую зависит от развития ее базы — людей. Человеческий капитал напрямую влияет на развитие предприятия, поэтому своевременное и необходимое инвестирование в него нужно на всех уровнях, от малого предприятия до целого государства.

Список литературы

1. Лисенкова К. С. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал компании // Актуальные проблемы экономики и права. 2010. №1 (13). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-investitsiy-v-chelovecheskiy-kapital-kompanii>
2. Ваганян О.Г. Управление формированием и развитием интеллектуального капитала коммерческих организаций // Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук, М., 2008.
3. Фитц-енц, Як. Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала/Як Фитц-енц; пер. с англ.: [Меньшикова М.С., Леонова Ю.П.]; под общ. Ред. В.И. Ярных. - М.: Вершина, 2006.
4. Сулейманова Л.Ш. Человеческий капитал как фактор европейской экономической интеграции// Вестник ТИСБИ, 2005, №1.
5. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. - Т.2. - М: Республика, 1992. - 400 с.
6. Бастрыкин С.В., Зайцев С.В., Чичканова К.А. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал как элемент кадровой политики организации // Экономический анализ: теория и практика. 2015. №26
7. <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-investitsiy-v-chelovecheskiy-kapital-kak-element-kadrovoy-politiki-organizatsii>
8. <https://hr-portal.ru/article/ocenka-effektivnosti-investitsiy-v-chelovecheskiy-kapital>

Кликунов Николай Дмитриевич,

канд. экон. наук, доцент, проректор по научной работе и инновационному развитию МЭБИК

E-mail: nklikunov@yandex.ru

НОВЫЕ КРИСТАЛЛЕРОВСКИЕ ЦЕНТРЫ В ЧЕРНОЗЕМНОМ РЕГИОНЕ

Аннотация. В статье статистически обосновано положение, что в Черноземье формируется двоянный кристаллеровский центр, в котором центром экономического притяжения станут города Воронеж и Белгород.

Ключевые слова: кристаллеровский центр, динамика ВРП, рост населения, региональная статистика.

С момента распада социалистической системы хозяйствования и смены экономической парадигмы прошло уже достаточно большое количество времени. Это позволяет сделать определенные статистические обобщения о развитии того или иного черноземного региона, сопоставить выигрыши/проигрыши отдельно взятых территорий.

В данной статье автор ограничивается анализом базовых социально-экономических показателей шести областей так называемого черноземного пояса, характеризующимися изначально схожими социально-экономическими характеристиками, и сопоставляет их развитие как между собой, так и в общероссийском контексте.

Гипотеза из которой строился анализ состояла в том, что на социально-экономическую ситуацию в шести анализируемых областях (Курская, Брянская, Орловская, Липецкая, Воронежская, Белгородская области), да и России в целом, за период с 1990 по 2017 годы повлияло по меньшей мере два ключевых события:

1. Переход от командно-административной экономики с доминированием директивных способов решения экономических проблем к экономике «рыночной» с доминированием денежных способов. Это позволило областям, изначально имевшим значительные сравнительные конкурентные преимущества – географические, климатические, ресурсные, человеческие – нарастить их
2. Снижение роли Украины в общем объеме экономических операций, совершаемых на территориях областей черноземного региона.

Под кристаллеровским центром экономическими географами понимается некий крупный город, который притягивает к себе ресурсы из других, соседних городов и регионов [1, 3]. В Черноземье таким центром традиционно считался город Харьков, развитие которого в значительной мере определялось притоком ресурсов из Белгородской, Воронежской, Курской и других черноземных областей.

Распад СССР и последующие события привели к ослаблению экономических связей с Украиной. Результатом этого стало то, что Харьков в последние годы перестал выполнять роль кристаллеровского центра.

Основная задача, которую ставит перед собой автор статьи, состоит в статистическом обосновании положения, что в Черноземье формируется

сдвоенный кристаллеровский центр, в котором центром экономического притяжения станут города Воронеж и Белгород.

Исследование проведено на базе данных Росстата за период с 1990 по 2017 годы, там где цифры недоступны, то за исходные принимаются данные начиная с 1995 года.

Источник данных: http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_14p/Main.htm

При переводе номинальных денежных показателей в реальные использовался дефлятор ВВП, показатели которого по годам составили.

Таблица 1. Рост цен в Российской Федерации

	1990	95/90	2000/95	2005/95	2010/95	2015/95	2016
Рост цен к 1990 году (разы)	1,0	195,1	921,7	2026,8	3649,5	5649,0	5829,9
Рост цен к 1995 году (разы)	0,0051	1,0	4,7	10,4	18,7	29,0	29,9

Источник данных:

http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab4.htm

Данные по росту цен с 1990 по 1995 годы взяты с сайта «Инфляционные калькуляторы»:

<http://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn-->

plai/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B.aspx

Поправку на деноминацию 1998 года в работе сделана. Реальные показатели, приводимые в исследовании, пересчитаны на цены 2017 года.

Население.

Во всех шести областях, включенных базу исследования, кроме Белгородской области, численность населения в 1990-2017 годах снижалась. Несмотря на некоторое снижение численности населения

Данные по динамике численности населения в России, Москве и исследуемых Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской, Белгородской областей представлены в таблице

Таблица 1. Численность населения в РФ и отдельных субъектах РФ в 1990-2017 год (тыс. чел.)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2017
Российская Федерация	148274	148292	146304	143236	142865	146545	146880
Курская область	1329	1325	1267	1 178	1 126	1 120	1 115
Брянская область	1458	1467	1408	1327	1275	1 266	1 211
Орловская область	898	906	877	822	786	760	747
Липецкая область	1234	1246	1228	1 194	1 172	1 156	1 150
Воронежская область	2469	2491	2 422	2 361	2 335	2 333	2 334
Белгородская область	1398	1467	1507	1 512	1 532	1 550	1 550

Данные по динамике численности населения свидетельствуют о возрастающей доле Воронежской и Белгородской области. Так если в 1990 году на доля населения Воронежской и Белгородской областей составляла 44,0% в населении шести анализируемых областей, то в 2017 году эта доля увеличилась до 47,9%

Занятость.

Подобным образом ситуация складывается и на рынках труда анализируемых областей

Таблица 2. Численность занятых в Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской, Белгородской областях (тыс. чел.)

Численность занятых (среднегодовая)	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Российская Федерация	75324,7	66409	64327	66682,6	67493,4	72424,9	72065,2
Курская область	681,3	557,9	616,6	598,9	573,9	520,3	520,6
Брянская область	739,4	590	593,7	604,1	571,6	547,7	540,6
Орловская область	473,8	403,8	420	407	383,9	335,9	330,2
Липецкая область	626,1	549,4	572,8	548,7	544,9	565,2	565,5
Воронежская область	1218,8	1048,3	1090,9	1055,4	1054,3	1092,5	1094,8
Белгородская область	706,2	648,5	671,3	674,7	693,5	754	756,8

Так, в 1990 году на Воронежскую и Белгородскую области приходилось 43,3% занятых из шести анализируемых областей, то в 2016 году доля занятых увеличилась до 48,6%.

Валовой региональный продукт

Валовой региональный продукт является ключевым показателем экономического развития региона, дефлированные к 2015 году, данные по этому показателю представлены в таблице

Таблица 3. Динамика реального ВРП в 1995-2015 годах в Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской, Белгородской областях (млрд. руб. в ценах 2015 года)

ВРП (в ценах 2015 года, млрд.руб.)	1995	2000	2005	2010	2015
Российская Федерация	37 280	35 264	50 168	58 336	64 997
Курская область	261	185	243	300	335
Брянская область	205	151	186	617	270
Орловская область	162	136	162	164	206
Липецкая область	383	295	407	385	458
Воронежская область	446	304	379	536	823
Белгородская область	333	258	410	617	686

Доля Воронежской и Белгородской областей в валовом региональном продукте шести областей в 1995 году составляла 43,5%, а в 2015 году она увеличилась до 54,3%

Следует также отметить, что Воронежская и Белгородская области, наряду с Липецкой областью, являются лидерами по средним заработным платам в анализируемых регионах, что вполне коррелирует с показателями ВРП



Рис.1. Номинальная средняя заработная плата в Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской и Белгородской областях в 2016 году [4, 5, 6]

Инвестиции.

Показатель инвестиций свидетельствует о потенциале той или иной территории. Чем больше инвестируется в той или иной области, тем выше будет ВРП через определенный временной лаг.

Данные таблицы дают представление о динамике реальных инвестиций в анализируемых областях

Таблица 4. Динамика реальных инвестиций в Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской, Белгородской областях (млрд. руб., в ценах 2016 года)

В ценах 2016 года (млрд. руб)	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Российская Федерация	1451,6	7977,4	7370,4	10387,0	14620,0	14342,3	14639,8
Курская область	12,2	41,8	33,5	51,4	73,6	76,1	89,7
Брянская область	11,1	35,5	17,8	24,4	67,1	64,2	68,3
Орловская область	9,9	24,1	30,9	27,6	34,3	49,5	47,9
Липецкая область	11,1	57,3	39,6	87,2	162,3	119,9	128,0
Воронежская область	18,7	71,5	52,3	82,4	201,0	273,1	271,0
Белгородская область	15,7	80,0	58,5	100,7	153,9	151,9	143,8

Если в 1990 году суммарная доля Воронежской и Белгородской областей в объеме инвестиций шести анализируемых регионов составляла 43,7, то в 2016 году эта доля увеличилась до 55,4%. Пик относительной инвестиционной активности пришелся на 2015 год, когда доля Воронежской и Белгородской областей составила 57,8%

Расходы консолидированного бюджета.

Важным показателем экономической мощи региона являются его бюджетные возможности. Бюджетные расходы в анализируемых регионах Черноземья за анализируемый период времени росли.

Показатели этих расходов в ценах 2016 года представлены в таблице

Таблица 5. Динамика расходов консолидированных региональных бюджетов в Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской, Белгородской областях (млрд. руб, в ценах 2016 года)

Консолидированные бюджеты: расходы в ценах 2016 года (млрд. руб.)							
	1992	1995	2000	2005	2010	2015	2016
РФ в целом (трлн.руб.)	0,1	7,4	6,5	8,5	10,6	9,8	9,9
Курская область	0,7	44,0	27,4	42,4	56,4	53,5	54,9
Брянская область	0,6	46,2	26,3	40,6	54,0	54,5	57,3
Орловская область	0,5	31,6	28,0	28,1	36,7	35,9	35,9
Липецкая область	0,7	57,6	48,1	70,6	63,8	60,8	62,2
Воронежская область	1,2	64,2	40,0	72,2	113,8	101,6	105,6
Белгородская область	0,9	52,1	32,9	74,2	104,0	86,3	85,2



Рис 2. Доля расходов консолидированного бюджета Воронежской и Белгородской областей в суммарных консолидированных бюджетах Курской, Брянской, Орловской, Липецкой, Воронежской и Белгородской областей [4, 5, 6]

Следует отметить, что размер регионального долга к расходам региональных консолидированных бюджетов в анализируемых областях является относительно небольшой величиной (за исключением Орловской области). Так отношение суммарного дефицита бюджета за 2015-2016 годы к суммарным расходам бюджетов за 2015-2016 годы по анализируемым областям составило: Курская область - 2%, Брянская область – 2%, Орловская область – 9%, Липецкая область – 1%, Воронежская область – 3%, Белгородская область – 4% [4, 5, 6].

Вывод: Проведенный анализ данных показал наличие растущего разрыва в социально-экономическом развитии экономик Воронежской и Белгородской областей по сравнению с другими регионами Черноземья

Недостатки и дальнейшие направления исследования

1. Возможно, что необходимо включить в анализ Тамбовскую область, так как экономические географы традиционно относят ее к Черноземью

2. Необходимо провести более детальный экономический анализ самих потенциальных претендентов на новые кристаллеровские центры – городов Воронеж и Белгород [2].

3. Необходимо рассмотреть теоретическое положение о перспективах развития сдвоенного центра и сопоставить его с традиционной кристаллеровской моделью

4. Необходимо рассмотреть особенности функционирования кластеров с двумя и более центрами в экономиках развитых стран, в частности Германии, Франции, Италии и других.

Список литературы

1. Валлерстайн И. Периферия. // Экономическая теория. Под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгрейва, П. Ньюмена. – М.: ИНФРА-М, 2004 – С.671-680
2. О’Салливан А. Экономика города. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 706 с.
3. Combes Pierre Philippe, Meyer Thierry, Thisse Jacques-Francois Economic Geography. Integration of regions and Nations // Princeton University Press. 2008, p. 426
4. Регионы России. Социально-экономические показатели http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_14p/Main.htm
5. Данные по росту цен в РФ с 1995 года (индексы-деляторы) http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab4.htm
6. Данные по росту цен в РФ с 1990 по 1995. Сайт «Инфляционные калькуляторы»: http://xn----ctbjnaatncev9av3a8f8b.xn--p1ai/%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BB%D1%8F%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8F%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%8B.aspx

Россолов Виктор Викторович,

магистрант ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»
E-mail: viktorrossolov@mail.ru

Черная Людмила Владимировна,

к.гос.упр., доцент ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»
E-mail: yelisaveta@ukr.net

МАРКЕТИНГОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ХОЗЯЙСТВЕННО-ДОГОВОРНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация. В статье раскрываются особенности маркетингового обеспечения субъектов предпринимательской деятельности в системе хозяйственно-договорных отношений как элемента государственной поддержки предпринимательства. Показано, что в современных условиях предпринимательство определяется как экономическая, так и правовая категория. Особое внимание уделяется информационному обеспечению, как одного из ключевых элементов маркетингового обеспечения.

Ключевые слова: маркетинговое обеспечение, система государственных хозяйственно-договорных отношений, субъекты предпринимательской деятельности, государственная поддержка предпринимательства.

Постановка проблемы в общем виде. Социально-экономические преобразования в Донецкой Народной Республике остро ставят вопрос о целесообразности коренной переоценки отношения государства к субъектам предпринимательской деятельности в маркетинговой политике. Это связано с тем, что данное взаимодействие является довольно обширным и касается разнообразных сторон жизнедеятельности субъектов предпринимательской деятельности, включая экономические и социальные отношения. Следует также отметить, что ключевое место во взаимосвязях государства и предпринимательства занимает область государственно-хозяйственных отношений, поскольку государство может быть своеобразным гарантом отдельных субъектов предпринимательства, не допуская их банкротства, если это может привести к неблагоприятным последствиям для всей экономики, то есть выступает как покупатель, закупаая товар и услуги предпринимателей для государственных нужд. В Донецкой Народной Республике в последние четыре года активное участие в государственных отношениях принимают субъекты предпринимательской деятельности. Однако, существуют проблемы развития предпринимательства, к которым можно отнести политическую нестабильность, ведение боевых действий, введение экономической блокады со стороны мирового сообщества, ограниченность кредитных ресурсов и рынков, недостаточность финансовых возможностей и многое другое.

Несомненно, данные аргументы приобретают более сложный характер, что связано с невозможностью проникать на зарубежные рынки и обострением конкурентной борьбы, которая приобретает более жесткие формы. Кроме того, отечественным предприятиям в условиях изменчивости внешней среды и нехватки теоретических знаний и практического опыта более сложно разрабатывать и реализовывать стратегические планы с учетом повышения гибкости в управлении и способности оперативно реагировать на постоянно меняющиеся условия их деятельности. Следовательно, особую актуальность в современных условиях приобретает проблема грамотного применения знаний в области маркетингового обеспечения, как ориентированной на потребителя концепции управления деятельностью отечественных предприятий.

Вопросы развития теории и практики предпринимательской деятельности рассматривали в своих трудах А. Агеева, Л. Балабанова, Л. Барышникова, Л. Дмитриченко, В. Дорофиенко, Е. Кошелева, В. Малыгина, В. Орлова, Р. Ободец, Ю. Петрушевский, Б. Рахаев, А. Рубинфельд, В. Тисунова, К. Хемингуэй, Л. Чубарева, Дж. Фокс и др. Кроме того, имеется значительное количество работ зарубежных авторов, которые всесторонне освещают проблемы маркетингового обеспечения, а именно Г. Багиев, Б. Берман, И. Герчикова, Е. Голубков, Р. Дамари, П. Завьялов, Ф. Котлер, О. Лебедев, Р. Моррис, З. Румянцева, Р. Уоттермен, Дж. Эванс, и др.

Вместе с тем, недостаточно разработаны вопросы маркетингового обеспечения деятельности субъектов предпринимательской деятельности в системе государственных хозяйственно-договорных отношений, поскольку на практике совсем немногие руководители отечественных предприятий используют инструменты маркетинга в виде его отдельных элементов.

Цель исследования. Анализ проблем маркетингового обеспечения субъектов предпринимательской деятельности в системе государственных хозяйственно-договорных отношений как элемента эффективного управления.

Изложение материалов основного исследования. В настоящее время в период потерь хозяйственных связей многими отечественными предприятиями, которые находятся под воздействием изменений микро- и макросреды, субъектам предпринимательской деятельности приходится критически оценивать перспективы и учитывать те ограниченные возможности по стабильному производству и обмену. Однако, сказывается отсутствие практики этой деятельности на участие предпринимательства в системе государственных хозяйственно-договорных отношений в Донецкой Народной Республике. Поэтому отечественным предприятиям необходимо уделять самое пристальное внимание опыту сотрудничества предпринимательства с властью в странах с развитой экономикой, в которых механизм организации данного взаимодействия зависит от особенностей национальной модели предпринимательской экономики и политической организации в стране и отличается по значимости форм в процессе их использования. Так, одним из показательных примеров выступает организация контрактной системы США, под которой объединяются все формы хозяйственно-договорных отношений [1].

В соответствии с вышеизложенным, взаимодействие субъектов предпринимательской деятельности с государством происходит с помощью договорных отношений экономического сотрудничества.

В свою очередь, главные направления такого взаимодействия связаны с реализацией государственного заказа, исполнением государственных закупок товаров, работ и услуг, деятельностью частногосударственного предпринимательства, арендой единых комплексов, внешнеэкономическим контрактированием и т.д. (рис.1) [2].

Соответственно, систему таких форм можно подчинить задачам государственной поддержки субъектов предпринимательской деятельности.

Однако, в общем контексте проблем изучения взаимодействия аппарата государственного управления и предпринимательства формы государственных хозяйственно-договорных отношений (государственный контракт, государственный заказ, государственные закупки и т.п.) необходимо рассматривать как систему экономического взаимодействия предпринимательских структур и государственной власти с целью сохранения обоюдных интересов.



Рисунок 1 – Система государственных хозяйственно-договорных отношений

При этом, многие из субъектов предпринимательской деятельности рассчитывают на государственную поддержку, которая может происходить в двух направлениях, представленных на рис. 2.

В этом контексте, с целью успешного функционирования на рынке, в том числе зарубежном, субъектам предпринимательской деятельности необходимо внедрять новые методы и принципы управления, которые ориентированы на взаимоотношения с государством, поскольку именно предпринимательство – организатор и движущая сила бизнеса с большой долей маневренности для удовлетворения спроса потребителей и предложения поставщиков.

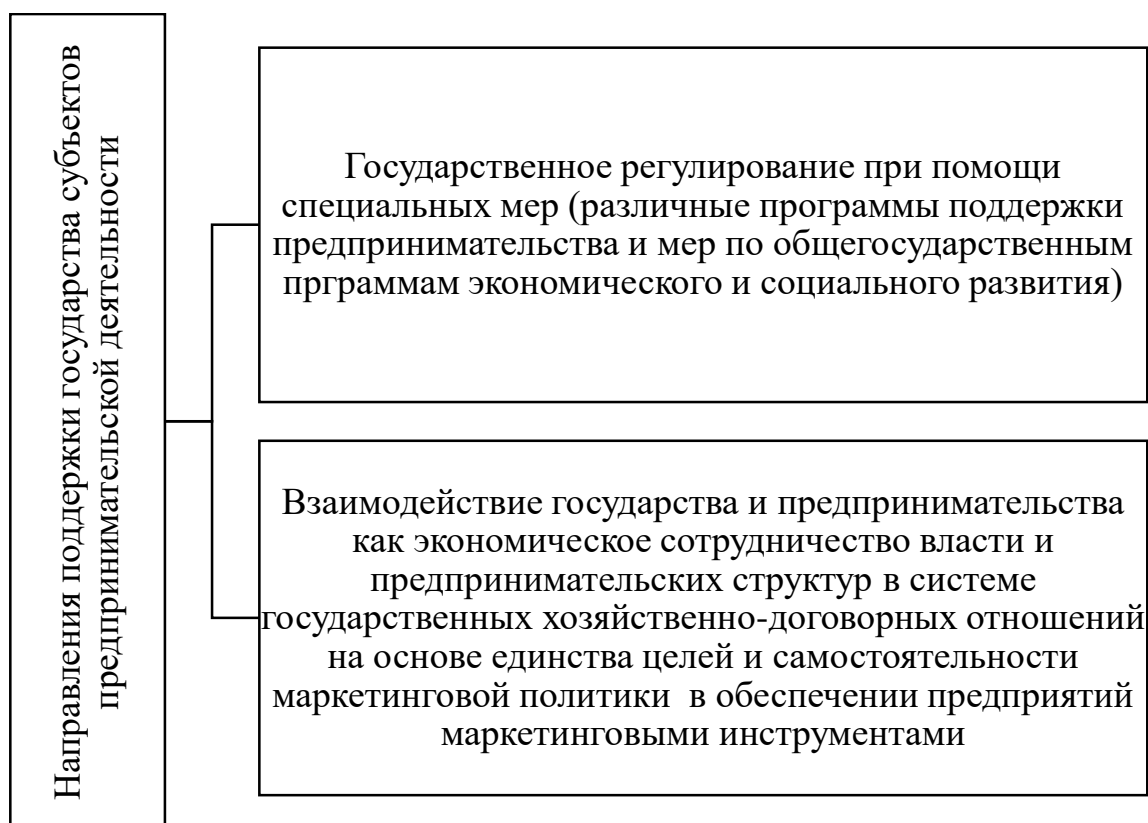


Рисунок 2 – Направления поддержки государства

Говоря о государственном регулировании предпринимательской деятельности, то его следует рассматривать как форму воздействия государства с помощью системы мер и норм, которые регламентируют поведение хозяйствующих субъектов (административные меры воздействия, система экономических методов и регуляторов и т.д.), с целью обеспечения и поддержки ее функционирования в заданном режиме [3].

При этом, взаимодействие субъектов предпринимательской деятельности и государства – это процесс взаимовыгодного экономического сотрудничества как государственных институтов, так и институтов местного самоуправления, с субъектами предпринимательства в системе государственных хозяйственно-договорных отношений.

При рассмотрении понятия «маркетинговое обеспечение» как системы имеется возможность определения роли и сущности категории маркетинга, которая нейтрализует факторы риска и угроз реализации стратегии, с обозначением ее содержания и структуры. В свою очередь, система маркетингового обеспечения является функциональной подсистемой управления и формируется с учетом функционального развития (рис. 3.) [4].

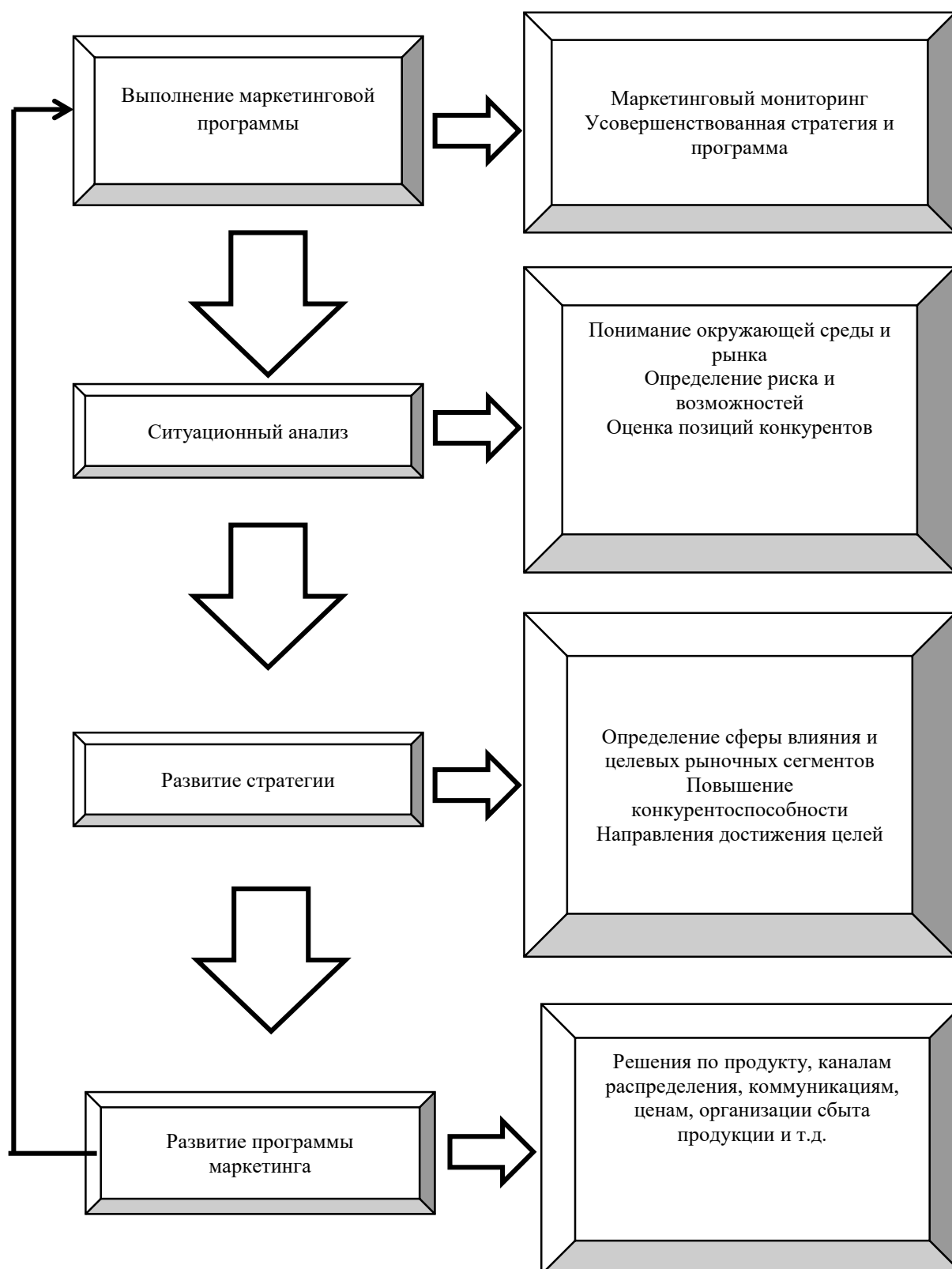


Рисунок 3 - Система маркетингового обеспечения субъектов предпринимательства

Следует отметить, что для предприятий-субъектов предпринимательской деятельности система маркетингового обеспечения является необходимой для бесперебойного и качественного функционирования процесса разработки и принятия решений во взаимоотношениях бизнес структур, вовлеченных в процесс обмена товарами и услугами на коммерческой/некоммерческой основе.

Кроме того, система маркетингового обеспечения охватывает ряд подсистем (информационное, программное, организационное, правовое, экономическое, техническое, математическое, социальное обеспечение безопасности). При этом, важное значение приобретает информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций, к которым можно отнести элементы, представленные в таб. 1.

Таблица 1 – Информационное обеспечение маркетинговых коммуникаций

Элементы	Функции
Состав информации	Перечень информационных единиц и их совокупностей, необходимых для решения задач конкретного взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности
Структура информации и ее преобразование	Правила построения документов, показателей, агрегации, декомпозиции информационных единиц и их трансформация
Характеристика движения информации	Количественная оценка потоков информации, определение временных характеристик функционирования источников информации и маршрутов движения документов, построение схем документооборота, получение первичных данных, определение продолжительности, порядка их хранения, обновления, переоценки
Характеристика качества информации	Система оценок полезности, значимости, полноты, своевременности, достоверности, надежности
Способы преобразования информации	Методы отбора, распределения, доставки информации, методика расчета показателей, схема обеспечения информацией структурных подразделений системы управления, методы и способы подготовки оперативных данных для решения задач

Необходимо отметить, что маркетинговое обеспечение позволяет менеджерам комплексно оценить обоснованность внедрения маркетинговых технологий в деятельность предприятия. В этом контексте основной задачей информационной технологии является то, посредством чего, как и каким образом обеспечить наиболее эффективный информационно-коммуникативный процесс взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности (рис. 4).



Рисунок 4 - Задачи маркетингового обеспечения субъекта предпринимательства

Вследствие происходящих процессов в предпринимательстве, в том числе и международном, неизменно возрастает необходимость в большом объеме

информации, развитии системы как информационного, так и маркетингового обеспечения, что обусловлено объективными причинами, а именно:

- осуществление в условиях неопределенности и повышенного коммерческого риска принятия решений;

- наличие объективных трудностей прогнозирования изменений условий внешней и внутренней среды;

- увеличение затрат на коммуникативные процессы, информационное обеспечение и транзакционные издержки в среде неустойчивого экономического поведения субъектов предпринимательской деятельности;

- отсутствие информации по использованию инструментов маркетингового обеспечения партнерами в меняющихся условиях.

Выводы. Таким образом, в Донецкой Народной Республике состоялось становление государственной системы хозяйственно-договорных отношений, решающее место в которых принадлежит субъектам предпринимательской деятельности. Формирование политики государства в отношении субъектов предпринимательской деятельности представляет общее направление и образует систему целей, которые позволяют воплотить в методах основные направления, учитывающие особенности и приоритеты в развитии предпринимательства и способствующие достижению экономического роста в государстве. В этом процессе обобщающим фактором, объективно способствующим росту превалирования роли маркетингового обеспечения субъектов предпринимательства, может выступать взаимодействие государства и предпринимательства в современной рыночной среде. Все это позволит повысить эффективность использования маркетингового обеспечения, принимаемых маркетинговых решений, что даст возможность во многом нивелировать или снижать коммерческие риски субъектов предпринимательской деятельности, как на внутренних, так и внешних рынках.

Список литературы

1. Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства : учебник / Л.Н. Череданова. – М. : Академия, 2016. – 224 с.
2. Восколович, Н.А. Специфика взаимодействия государственного и рыночного хозяйствования в современных условиях / Н.А. Восколович, А.Ф. Звороно // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – № 4. – С. 403–410.
3. Багиев, Г.Л. Маркетинг и культура предпринимательства / Г.Л. Багиев, В.В. Томилов, З.А. Чернышева. – СПб. : Издво СПбУЭФ, 1995. – 115 с.
4. Проблемы маркетинга в рыночных отношениях / И.М. Кублин, Е.Г. Попкова // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2009. – Т. 5. – № 9. – С.74-78.

Бадмаева Наталья Викторовна,

заместитель главы администрации городского округа - начальник управления делами Администрации городского округа Певек Чукотского автономного округа.

E-mail: mag@mebik.ru

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО СИРОТСТВА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ПЕВЕК

Аннотация. В статье автором раскрываются и анализируются причины возникновения социального сиротства, а также практика работы по созданию первой приёмной семьи на территории городского округа Певек Чукотского автономного округа.

Ключевые слова: профилактика, безнадзорность, правонарушение, несовершеннолетние, социальное сиротство, приёмная семья, органы опеки и попечительства, дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей.

У каждого ребенка есть право расти и воспитываться в семье, пусть не в своей, а в той, которая создаст условия для его нормального развития, поможет ему реализовать свои возможности, приобрести опыт семейной жизни.

Ни для кого не секрет тот факт, что социальные беды больше всего ударяют по детям. Городской округ Певек Чукотского автономного округа – не исключение из этого правила.

Пьянство родителей и оторванность детей, проживающих большую часть времени года в интернатах при школах национальных сел, порождает проблему социального сиротства. Кроме того, сейчас молодыми родителями становятся те, кто вырос в тяжелый период 90-х годов. Время переустройства государства наложило отпечаток на институт семьи. Многие родители, будучи всецело заняты зарабатыванием средств на пропитание, не уделяли в достаточной мере внимания своим детям и тем самым нарушили процесс передачи опыта нормальных семейных взаимоотношений от родителей к детям. Педагогическая неподготовленность молодых пап и мам, является также одной из причин социального сиротства детей.

К сожалению, часто в силу различных причин, несмотря на всю проводимую работу, положительных результатов в работе с такими семьями достичь не удастся – растет число детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей [11].

Каковы же причины, по которым дети остаются без родителей?

Основной причиной является смерть родителей. Но что является причиной смерти родителей? Ведь из большинства детей-сирот, только единицам исполнилось 18 лет, остальным от 1 года до 17 лет. Можно сделать вывод, что их родители умерли в самом расцвете сил, у 70% умерших родителей причина смерти являлась алкогольная зависимость.

Второй причиной, по которой дети остаются без родительского попечения – это лишение их родительских прав. Основанием для лишения родительских

прав служит ненадлежащее исполнение родительских обязанностей из-за пьянства. Такие горе-родители не задерживаются на работе, а затем и вовсе теряют желание что-либо делать. Самое страшное то, что «к бутылке тянутся» молодые женщины. А женское пьянство, в отличие от мужского, – порок практически неизлечимый. Однажды попав в эту полосу, женщина уже не в состоянии выбраться из неё самостоятельно. А пострадавшими в этом разрушительном процессе оказываются дети. Конечно, мы не можем оставить ребенка в семье, где имеется угроза его жизни, поэтому приходится идти на крайнюю меру – лишение родительских прав.

И третья причина – это уклонение родителей от воспитания своих детей, которая в дальнейшем в большинстве случаев переходит во вторую причину, т.е. лишение родительских прав. Какие обстоятельства способствуют уклонению родителей от воспитания своих детей и кто эти родители? Прежде всего – это молодые незамужние девушки, родители-студенты, разведенные родители. Как правило, родители устраивают свою жизнь в центральных районах страны, а бабушки и дедушки воспитывают здесь своих внуков. Через какой-то период времени, не дождавшись от таких родителей какой-либо помощи, родственники обращаются в орган опеки и попечительства или суд с иском по лишению родительских прав своих непутевых и нерадивых собственных детей [1,2].

Как известно одной из главных функций органа опеки и попечительства является жизнеустройство детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. До недавнего времени в нашем районе самыми распространенными и основными направлениями устройства детей данной категории было направление несовершеннолетних в окружной детский дом и учреждение опеки и попечительства над детьми.

Однако, наблюдая в течение нескольких лет за жизнью бывших воспитанников детского дома, возвратившихся в район, было замечено, что у них имеются особые трудности в приспособлении к социуму, что связано со снижением социальной активности, нарушением общения, повышенной агрессивностью. Находясь на государственном обеспечении, у таких детей также нет возможности наблюдать модель детско-родительских отношений. Став взрослыми, будучи в свое время оторванными от семьи, воспитанники детского дома не всегда готовы стать родителями и обеспечить своих детей родительским вниманием и заботой [3,4].

Что касается опеки и попечительства, то в основном в районе опекунами становятся родственники: бабушки, дедушки, дяди, тети. Число посторонних людей, желающих стать опекунами невелико, всего 9-10% от общего числа опекунов. Низка социальная активность населения, в целом люди не готовы принимать на себя ответственность за жизнь и благополучие другого человека, в данном случае, чужого ребенка. Свой отпечаток на данную форму жизнеустройства накладывают особенности нашего региона: малонаселенность территории, удаленность сел от районного центра, ведение традиционного уклада жителями национальных сел. Так, у части опекунов с. Айон и с. Биллингс в связи с тем, что в селе имеется только начальная школа, подопечные большую часть времени проживали в интернате при школе в с. Рыткучи или в с.

Рыркайпий. То же самое можно сказать и о подопечных, опекунами которых были оленеводы, проживавшие большую часть времени в тундре. В дальнейшем, таким опекуну и опекаемому становится трудно найти общий язык, они постепенно отдаляются друг от друга, и их взаимоотношения становятся холодными. Эти причины до определенной степени провоцировали у некоторых опекунов безответственное отношение к своим обязанностям, а подопечные, особенно подростки, оторвавшись от традиционного семейного и трудового уклада, были не готовы к суровой жизни и в большинстве случаев не находили своего места в жизни. В силу этих причин неоднократно приходилось освобождать опекунов от исполнения их обязанностей.

Учитывая все эти факторы, орган опеки и попечительства выступил с инициативой внедрения альтернативной формы семейного жизнеустройства детей, оставшихся без попечения родителей – создание приемных семей.

Одна из первых приёмных семей, созданных на территории Чукотского автономного округа, была создана на территории Чаунского района (ныне городской округ Певек) в 2003 году.

В настоящее время на территории района создано 10 приёмных семей, в которых воспитывается 23 ребёнка, и 15 опекунских семья, в которых воспитывается 18 детей.

Большое внимание уделяется вопросам освещения в СМИ положительного опыта жизнеустройства детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей. В настоящее время территориальным органом опеки и попечительства совместно с муниципальным учреждением культуры «Певекская телестудия» реализуется проект «Чаунский район – территория без сирот».

Благодаря тесному сотрудничеству и взаимодействию специалистов субъектов системы профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних, пониманию значимости проблем социального сиротства и целенаправленной комплексной работе, направленной на реабилитацию семей, находящихся в социально опасном положении, на протяжении длительного времени удаётся достигнуть цели, чтобы ни один ребенок, оставшийся без родительской опеки, не попал ни в детский дом, ни в любое другое интернатное учреждение, а жил и воспитывался в семье, пусть не в своей, а в той, которая создаст условия для его нормального развития, поможет ему реализовать свои возможности и приобрести опыт семейной жизни.

Список литературы

1. Горбунова Е.А. Социальная адаптация в замещающей семье детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2009.
2. Ильина О.Ю. Частные и публичные интересы в семейном праве Российской Федерации: Дис. ... д-ра юрид. наук. М., 2006.
3. Косова О.Ю. О праве на воспитание // Социально-юридическая тетрадь (СЮрТе). Вып. 2. Ребенок в пространстве права; под ред. Н.Н. Тарусиной. Ярославль, 2012. С. 61.
4. Матвеев П.А. Особенности реализации воспитательной функции семейного права в замещающей семье // Семейное и жилищное право. 2014. № 5. С. 13 - 16.

5. Матвиенко И.В. Социально-педагогическое сопровождение адаптации детей-сирот в приемной семье: Дис. ... канд. пед. наук. М., 2006. С. 53.
6. Нагаев В.В. Ювенальная юстиция. Социальные проблемы. М., 2013. С. 88.
7. Нечаева А.М. Интересы ребенка как объект семейно-правовой защиты // Государство и право. 2012. N 1.
8. Ослон В.Н. Жизнеустройство детей-сирот: профессиональная замещающая семья. М.: Генезис, 2006.
9. Словарь русского языка С.И. Ожегова / Под ред. Н.Ю. Шведовой. 20-е изд. М.: Русский язык, 1988. С. 568, 606, 687.
10. Толковый словарь русского языка: В 4 т. / Под ред. проф. Д.Н. Ушакова. М.: ТЕРРА, 1996. Т. 4. С. 606.
11. Еськова Н.А., Коваль В.С. Деятельность учреждений социальной сферы: правовой статус и направления деятельности ОКОУ "Ивановская школа-интернат для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей" Рыльского района Курской области// В сборнике: Современная наука: вопросы теории и практики Сборник материалов II международной научно-практической конференции. 2017. С. 42-56. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37232339> (дата обращения: 16.06.2019)

Еськова Наталья Анатольевна,

к.г.н., профессор кафедры управления и связей с общественностью ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия
E-mail: eskova@mebik.ru

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: ПРАКТИКА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье представлена попытка проанализировать современное состояние института местного самоуправления. Указаны исторические предпосылки формирования территориальной основы местного самоуправления. Представлен опыт и основные проблемы Курской области в рамках указанной темы и возможные пути их решения.

Ключевые слова: местное самоуправление, муниципальное управление, муниципальное образование, социально-экономическое развитие муниципальных образований, полномочия органов местного самоуправления, муниципальный бюджет

Для каждого гражданина нашей страны, причем, не существенно, является он активным участником политических процессов или нет, важно проживать в условиях комфортной, благоустроенной среды, знать, что озвученные им насущные проблемы могут быть услышаны властью на местах. Решать подобные задачи призван институт местного самоуправления.

В 2018 г. исполнилось 15 лет со дня принятия закона Российской Федерации «Об общих принципах организации местного самоуправления»,

заложившего современную идеологию и принципы осуществления народом своей власти.

«Основная задача управления территорией муниципального образования состоит в поддержании и эффективности функционирования систем жизнеобеспечения населенных пунктов, повышении качества жизни населения. И здесь стоит обратить внимание, что управление должно быть равномерно направлено и на управление текущего состояния, и на развитие муниципального образования» [5].

Безусловно, за прошедшее время много сделано положительного, сформирована законодательная база, должностными лицами приобретен опыт работы. Это и в полной мере относится и к Курской области.

В 2019 году куряне также отметили юбилейную дату - 85 лет со дня образования Курской области.

13 июня 1934 года постановлением Президиума ВЦИК из Центрально-Черноземной области в самостоятельные были выделены Курская и Воронежская области. Согласно архивным данным, в состав Курской области тогда вошли 60 районов, в том числе 21 из бывших Орловской и Воронежской губерний. На момент образования площадь, занимаемая Курской областью, составляла 75552 км².

На её территории проживало около 5 млн. человек, из них сельское население составляло 4393994 человек, городское - 420981 человек. В 1934 году в Курске насчитывалось 96577 жителей.

По плотности населения Курская область после Украины стояла на первом месте в СССР. На 1 км² её площади приходилось 63,7 человек [4].

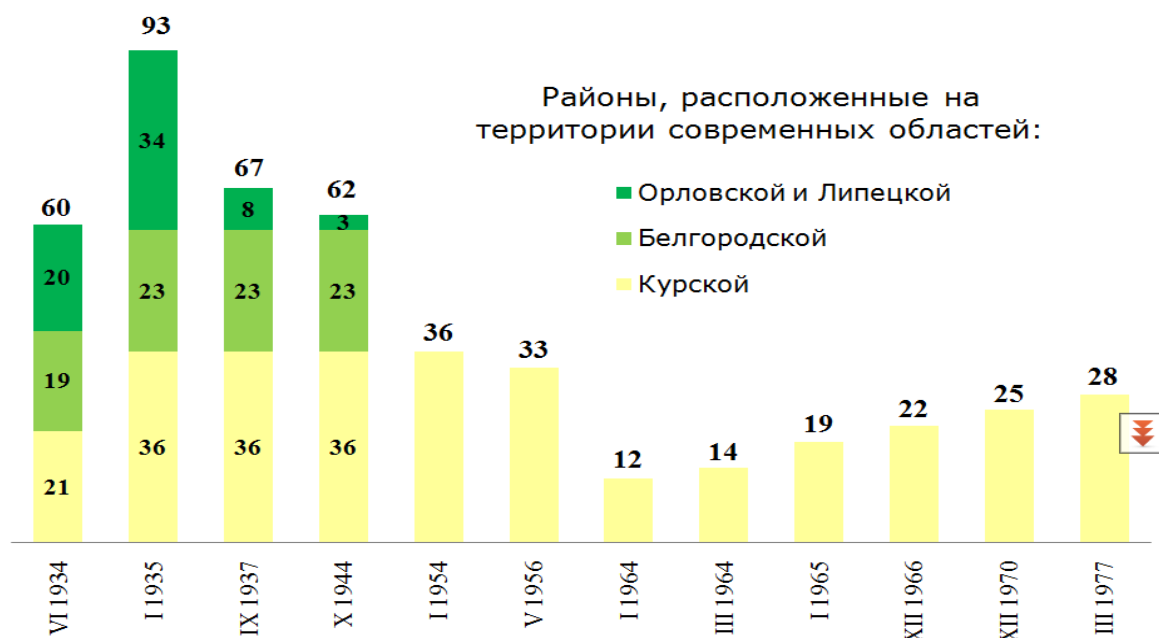


Рис. 1. Территориальное устройство Курской области (1934-1977 гг.) [4]

В соответствии с Федеральным законом № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» от 6 октября 2003 года и законом Курской области № 48-ЗКО «О муниципальных образованиях Курской области» от 14 октября 2004 года в Курской области в

границах административных районов были образованы муниципальные образования наделённые статусом муниципального района, а в границах городов областного подчинения были образованы муниципальные образования наделённые статусом городского округа [3].

На 1 января 2010 года в состав Курской области входило 540 муниципальных образований: 5 городских округов, 28 муниципальных районов, 27 городских поселений, 480 сельских поселений.

В рамках муниципального устройства области, в границах административно-территориальных единиц Курской области по состоянию на 1 января 2018 года всего образовано 355 муниципальных образований: 5 городских округов, 28 муниципальных районов, 27 городских поселений, 295 сельских поселений.

На 1.01.2019 г. на территории Курской области 348 муниципальных образований, из них 28 муниципальных районов, 5 городских округов, 27 городских поселений, 288 сельских поселений [2,3].

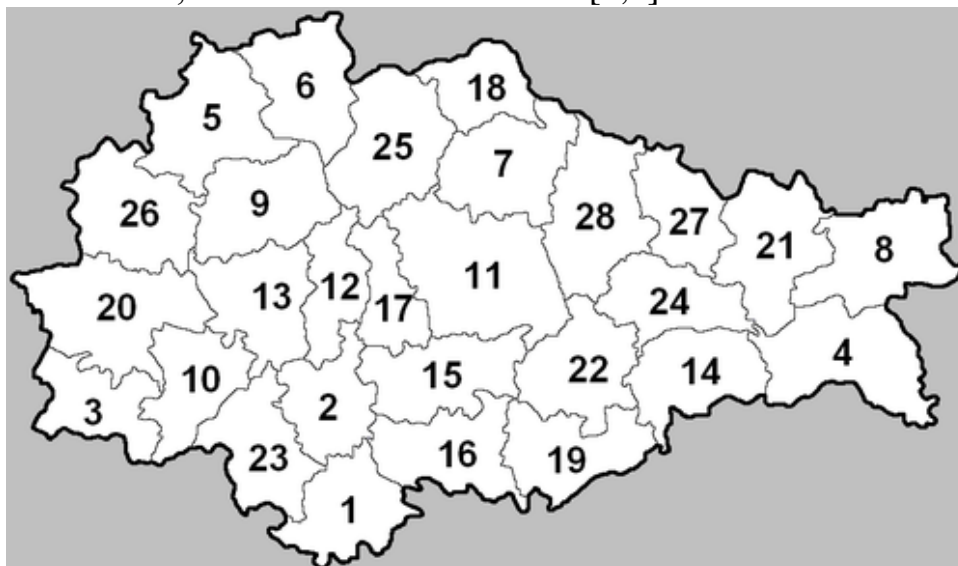


Рис. 2. Муниципальные районы Курской области [3]

Под руководством Администрации Курской области муниципальными образованиями проводится целенаправленная работа по экономическому и социальному развитию муниципалитетов в рамках национальных проектов. Ключевая задача в настоящее время – исполнения майского «супер-Указа» Президента РФ 2018 г.

Следует отметить, что положительные изменения произошли практически в каждом муниципальном образовании и до начала реализации национальных проектов: благоустраиваются общественные и придомовые территории, строятся учреждения образования, спортивная инфраструктура, автомобильные дороги, водопроводы, в том числе при активном участии крупного и среднего бизнеса, который проявляет социальную ответственность. Но это не говорит о том, что данные вопросы решены и практически решены - до оптимального результата еще очень далеко.

Далее коротко остановимся на ключевых проблемах местного самоуправления региона.

Важнейшая проблема – это недостаточность финансирования закрепленных полномочий органов местного самоуправления.

В 2017 году в Курской области 137 муниципальных образований из 355 или 38 %, исполнили бюджет с дефицитом, в т.ч. 13 муниципальных районов, 1 городской округ, 19 городских и 104 сельских поселений. Ключевая причина – постоянный и увеличивающийся разрыв между необходимыми затратами бюджета для решения вопросов местного значения и фактически возможными [2].

Проблема низкой финансовой обеспеченности состоит в том, что местные бюджеты почти на 70 % зависят от разного вида межбюджетных трансфертов, а остальное составляют собственные налоговые доходы.

Почти 60 % (61,6) поступлений собственных доходов – это НДФЛ. Бюджетным кодексом предусмотрено установление дополнительного норматива от НДФЛ по решению субъекта РФ, однако эта часть норматива постоянно уменьшается. Как только в муниципальном образовании увеличиваются поступления от этого налога, то норматив снижается. Необходимо установить этот норматив постоянным хотя бы на 3 года с гарантией неснижения, как это определено федеральным законодательством.

В силу неравномерного экономического развития муниципалитетов, в их финансовой обеспеченности, декларируется принцип выравнивания. Вместе с тем этот механизм имеет определенные недостатки. Справедливо будет исключить из методики выравнивания налоги, поступающие от малого бизнеса, доходы от аренды земельных участков сформированных из земельных долей. В противном случае получается, что муниципальные образования с растущими собственными доходами бюджета, получают меньше дополнительных средств [2].

Также значительно недофинансируются переданные государственные полномочия.

Приоритетным для местного самоуправления является закрепление и исполнение вопросов местного значения.

Принят закон Курской области «О закреплении за сельскими поселениями Курской области отдельных вопросов местного значения», согласно которому за сельскими поселениями дополнительно закреплены отдельные полномочия. При этом наиболее значимые для населения вопросы водо-, газоснабжение, дорожной деятельности на территориях сельских поселений реализуют муниципальные районы. Следует отметить, что из-за отсутствия материально-технической базы в районах они решаются сложно и по-разному.

В 2017 - 2018 года в соответствии с законом Курской области проведены преобразования ряда сельских поселений в нескольких районах.

Сельские поселения в области составляют 83 % от всего количества муниципальных образований, но на них приходится лишь 7 % собственных доходов всех местных бюджетов.

В большинстве сельских поселений отсутствуют финансовые и кадровые ресурсы для исполнения вопросов местного значения. В Администрациях сельсоветов в среднем работают всего 3 муниципальных служащих.

Развитие крупных агрохолдингов лишает сельские поселения экономической основы развития, приводит к упадку (обезлюдиванию) населенных пунктов, хотя точечно данные холдинги все-таки включены в решение проблем районов.

В тоже время в сельской местности по-прежнему востребованы дороги, производственная и социальная инфраструктура. В данной ситуации требует законодательного регулирования территориальное устройство сельских поселений - создание сельских округов на базе районов, городских и сельских поселений [2].

Еще раз упомянем о необходимости финансовой поддержки местных бюджетов, т.к. из-за отсутствия средств большинство муниципалитетов не имеет возможности исполнять собственные полномочия.

Для разрешения данной проблемы в июне 2016 года внесена инициатива по внедрению проекта «Народный бюджет» в муниципальных образованиях Курской области. Администрацией Курской области принято соответствующее постановление.

«Народный бюджет» является реальным механизмом вовлечения граждан в местное самоуправление и органам местного самоуправления реализовать свои полномочия.

«Народный бюджет» - проект, в котором население участвует в распределении части средств местного бюджета на конкурсной основе, на принципах софинансирования. То есть, на реализацию проекта идут не только бюджетные средства, но и средства самих граждан [3].

«В 2018 году 29 муниципальным образованиям были предоставлены субсидии на реализацию 47 проектов на сумму в 16 млн. рублей. В областном бюджете на 2019 год планируются субсидии уже 52 муниципальным образованиям в объеме 107 млн. рублей на реализацию 98 проектов в рамках проекта «Народный бюджет».

Говоря о финансовой помощи местным бюджетам, отметим, что впервые в областном бюджете на 2019 год запланированы стимулирующие дотации в сумме 15 млн. рублей. И получателями ее станут муниципальные образования, достигшие лучших показателей социально-экономического развития и управления общественными финансами за отчетный финансовый год» [3].

Кадровая проблема является также одной из актуальных в местном самоуправлении.

На сегодняшний день должности муниципальной службы не являются престижными на рынке труда, в результате наблюдается острая нехватка кадров. Сложно сформировать резерв кадров и работать с ним. Базовое образование «Государственное и муниципальное управление» имеют менее 12 % муниципальных служащих. 35,6 % муниципальных служащих старше 50 лет.

Это является следствием низкого уровня заработной платы, нарушения законодательных принципов муниципальной службы.

Законом Курской области установлено соотношение должностей государственной и муниципальной службы, в соответствии с которым заработная плата главы района приравнивается к зарплате руководителя

областного комитета. Однако это соотношение в настоящее время не реализовано. Зарплата государственных служащих регулярно индексируется, при этом зарплата муниципальных служащих не повышалась уже много лет и остается самой низкой среди бюджетных работников. Необходимо привести в соответствие с федеральным законодательством Закон Курской области «О муниципальной службе Курской области» [1].

Актуальная задача в настоящее время - цифровизация управления и полноценное участие муниципальных образований в формировании цифровой экономики. Муниципальные образования последовательно работают в этом направлении. Участвуют в Государственной программе «Информационное общество», в государственной информационной системе ЖКХ, внедряют технологии умного города, видеонаблюдение и видеофиксацию.

В 2018 году доля граждан, которые пользуются электронными государственными и муниципальными услугами к общему объему оказанных услуг, достигла 87 % при целевом показателе 70 %.

Начата реализация масштабного проекта в сфере информационных технологий в местном самоуправлении, создание «Интерактивной карты местного самоуправления», на которой в масштабах страны отражается реализация каждого полномочия по каждому муниципальному образованию, его финансовая обеспеченность, механизмы реализации.

В настоящее время эта работа ведется с муниципальными районами и городскими округами, которые представляют информацию по районам и затем она отображается на интерактивной карте страны. Следующий шаг создание личного кабинета каждого муниципального образования, куда информацию вносит само муниципальное образование. Это позволит увидеть в режиме реального времени социально-экономическую ситуацию в любом муниципалитете, выработать критерии и условия работы [2].

В заключении хочется отметить, что в своем Послании Президент России отметил, что ключевым фактором устойчивого развития должно стать повышение качества жизни людей, в том числе и тех, кто трудится на селе. Поэтому региональная политика должна быть направлена, прежде всего, на повышение благосостояния, уровня жизни и занятости жителей, устойчивое развитие, в том числе сельских территорий.

Начата масштабная подготовка Стратегии социально-экономического развития Курской области. В результате будет сформирована обоснованная система приоритетов, целей и задач социально-экономического развития на долгосрочную перспективу.

На основе Стратегии уже ведется работа по подготовке программ, направленных на решение задач социально-экономического развития региона, включая, прежде всего, цели и задачи, поставленные в Указе Президента от 7 мая 2018 года. Скоординированные меры, направленные на социально-экономическое развитие региона, позволят обеспечить достижение национальных приоритетов, дадут импульс развитию экономического потенциала региона, каждого муниципального образования и положительно отразятся на жизни каждого жителя региона.

Список литературы

1. Закон Курской области от 13.06.2007 N 60-ЗКО "О муниципальной службе в Курской области" (принят Курской областной Думой 06.06.2007) // СПС «Консультант Плюс».
2. Отчет о работе Правления Ассоциации «Совет муниципальных образований Курской области» за 2015 – 2018 годы и приоритетных направлениях деятельности Совета от 6.12.2018 г.
3. Официальный сайт Администрации Курской области [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adm.rkursk.ru/> (дата обращения: 16.06.2019)
4. Курской области исполнилось 75 лет. Но отмечать день рождения будут в августе [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kurskcity.ru/news/firstline/50423/> (дата обращения: 16.06.2019)
5. Жданова Н.Г., Еськова Н.А. Условия и факторы социально-экономического развития муниципальных образований: особенности территории городского поселения Печенга Мурманской области// Политика, экономика и инновации. 2019. № 1 (24). С. 4. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36996183> (дата обращения: 16.06.2019)

Ханькевич Александра Владимировна,

студентка ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»,
кафедра управления и связей с общественностью

E-mail: mag@mebik.ru

Кулешов Александр Эдуардович,

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», кафедра
управления и связей с общественностью

E-mail: mag@mebik.ru

ОПТИМИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ

Аннотация. Внешнеэкономическая деятельность всегда была и есть составной частью общественного развития, несмотря на изменения в политической ситуации, экономической конъюнктуре и правовой среде страны. При таких условиях развитие каждой страны в современных условиях требует проведения соответствующих политических, экономических и социальных реформ, которые станут в будущем залогом плодотворного сотрудничества в международном масштабе.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, импорт, глобализация, продавец, покупатель, политика по импорту.

Анализ исследований в области теории и практики развития внешнеэкономической деятельности предприятий показал, что существуют

определенные предпосылки ее формирования в виде рекомендаций международных организаций, работ отечественных и зарубежных ученых и практиков. Исследованию проблем развития внешнеэкономической деятельности предприятий посвятили работы следующие ученые: Аванесов С., А. Амоша, В. Андрейчук, Г. Багрова, В. Бойко, П. Гайдуцкий, В. Геец, И. Герчигова, Э. Грязнов, Е. Данилова, И. Дюмулен, А. Кандыба, В. Топиха, С. Кваша, П. Саблук, А. Сахно, М. Парсяк, С. Соколенко, А. Коверга, М. Кузьменко, Уотермен Р. и др. Несмотря на значительную теоретико-методологическую базу, направления оптимизации ВЭД недостаточно изучены и образуют широкое поле для теоретического осмысления, методологического обоснования с целью повышения эффективности деятельности предприятий – импортеров.

Понятие «внешнеэкономическая деятельность предприятия» появилось в СССР в 1986 г. В контексте общей попытки реформировать административно-командную систему экономики, которая в то время находилась в состоянии глубокого кризиса. Суть так называемой «перестройки системы управления экономикой» заключалась в попытке децентрализовать процесс принятия экономических решений, предоставить предприятиям определенные права без демонтажа государственной собственности на средства производства, монопольной власти министерств и ведомств [1].

Сегодня внешнеэкономическая деятельность представляет собой совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических и коммерческих функций. Обязательными сопутствующими условиями внешнеэкономической деятельности является выполнение определенных операций по обеспечению продвижения товара от продавца к покупателю по своевременному предоставлению различных внешнеторговых услуг - транспортных, страховых, экспедиторских, банковских; по осуществлению платежно-расчетных операций, а также наличие коммерческой и валютно-финансовой информации в конъюнктуре внешних товарных и денежных рынков.

Надо подчеркнуть, что роль ВЭД как внешнего фактора экономического роста в современных условиях постоянно растет. Усиливается ее влияние на социально-экономическое развитие не только страны, но и каждого хозяйственного субъекта.

Глобализация экономической деятельности является одной из главных тенденций в развитии современного мира, существенно влияющей не только на экономическую жизнь, но и имеющей политические (внутренние и международные), социальные и даже культурно-цивилизационные последствия. В таких условиях важным стратегическим решением для каждой компании является вопрос о приобретении товаров, услуг, материалов, комплектующих или производить их самостоятельно на собственном производстве. Выбор может нести за собой серьезные последствия, которые скажутся на деятельности и конкурентоспособности компании. Ввиду усиления международной конкуренции в последние несколько лет, появления тенденции к уменьшению расходов, акцент переместился на поиск внешних поставщиков для предоставления товаров или услуг.

Принятие решения зависит от ряда внешних факторов, а также от условий хозяйствования на самом предприятии. Приходится учитывать большое количество факторов, значения которых в заданном интервале времени могут изменяться (сокращение спроса на продукцию, разработка и внедрение новых технологий ее производства и др.), в результате чего решения могут оказаться различными.

Существует большое количество причин, которые приводят к выбору зарубежного поставщика в качестве источника снабжения, среди которых можно выделить: возможность осуществлять поставку материалов с меньшим объемом общих затрат, обеспечение непрерывности процесса, предоставление гарантий на обслуживание, высокий уровень качества импортируемого сырья, соответствующего международным стандартам и др.

Регулирование внешней торговли на государственном и международном уровнях обуславливает интенсивное развитие импортных операций. Главным правовым инструментом, регулирующим импортные операции является законодательство в области внешней торговли. Среди основных международных правовых документов, регулирующих экспортно-импортную деятельность, является Incoterms, цель которого заключается в толковании торговых терминов, учитываемых в практике международной торговли и унификация организации международных перевозок.

Постоянное совершенствование системы нормативных актов, постановлений и законов в области импорта позволит предприятиям ДНР расширять внешнеэкономические связи и успешно осуществлять международные закупки.

Усложнение условий бизнес-среды, обострение конкурентной борьбы субъектов хозяйствования за предпочтения потребителей, активизация поиска средств завоевания доверия покупателей требуют от предпринимателей обеспечения своего места на рынке, что является результатом выбора среди альтернативных вариантов в рамках системы координат «рост-развитие», с ориентацией на достижение долгосрочных конкурентных преимуществ.

Различные формы объединения предприятий имеют проявление практически на всех рынках. Однако вопросы формирования предпринимательских сетей именно в ДНР, исследования их сущности, разработки классификации и рассмотрения особенностей функционирования в различных сферах деятельности на сегодня недостаточно исследованы.

Следует отметить, что предпринимательские сети можно определить, как новую сложную форму организации взаимодействия между субъектами хозяйствования, которая предусматривает объединение их ресурсов и деловой активности с целью создания дополнительных конкурентных преимуществ на рынке за счет внедрения управленческих решений в виде определенных проектов.

В современных условиях быстрого изменения качественных и количественных характеристик эволюционного развития всех видов торговли и ожесточенной борьбы за покупателя поставщикам товаров необходимо видеть в торговых сетях потенциальных бизнес-партнеров, понимать их требования и

максимально оптимизировать бизнес-процессы внутри компании для успешного, а главное, рентабельного сотрудничества. Все это позволит «войти в сеть» и установить партнерские отношения.

Такой подход ориентирован на обеспечение и повышение конкурентоспособности всех предприятий, входящих в состав цепи поставок. Ввиду ограниченности ресурсов каждого элемента такой сложной структуры, как предпринимательская сеть, задача управления ею состоит в обеспечении тесного взаимодействия между участниками-партнерами, что позволит поддерживать потенциал компаний на должном уровне как для достижения текущих целей бизнеса, так и для его развития в более долгосрочной перспективе [2].

Современная динамичная рыночная среда требует от предприятий постоянного совершенствования систем управления и информационных систем их поддержки с целью повышения своих потенциальных возможностей, стратегического потенциала и в конечном итоге повышение конкурентоспособности.

Одним из основных направлений создания эффективной системы управления предприятием, ориентированной на повышение его потенциальных возможностей, может стать применение процессного подхода к преобразованию самой системы управления финансово-хозяйственной деятельностью путем реинжиниринга (биореинжиниринга) бизнес-процессов, предусматривающий внедрение передовых информационных технологий и повышение компетенции персонала на основе управления потоками знаний.

Биореинжиниринг - организованное проектирование «генетической» архитектуры предприятия (как живого организма), что достигается в результате одновременной работы в направлениях: преобразование сознания, реструктуризация, оживление, обновление. Это фундаментальное переосмысление и проектирование бизнес-процессов организации с целью достижения коренных улучшений основных показателей деятельности, таких как стоимость, услуги, темпы, качество [3].

Данный подход, основанный на позициях управления ключевыми процессами, переводит задачу по чисто управленческой области в сферу системного анализа и моделирования, и позволяет создать конкурентоспособное предприятие с помощью системы биореинжиниринга (рис.1)

Управление импортной политикой предприятия необходимо осуществлять на основе применения поэтапной процедуры оценки и анализа уровня конкурентоспособности предприятия, его потенциала и рыночных барьеров, которые позволяют определить: текущий уровень его международной конкурентоспособности, его текущие и устойчивые конкурентные преимущества, его текущие конкурентные недостатки и предложить эффективный путь формирования будущей устойчивой конкурентной позиции для обеспечения роста отрасли в международной бизнес-среде.

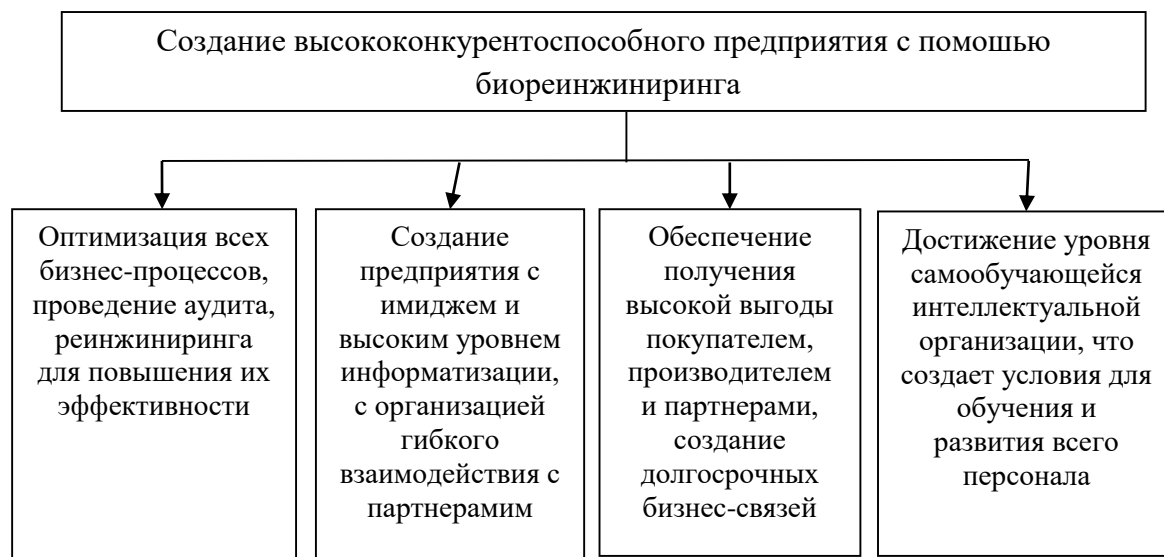


Рис.1- Современные подходы к оптимизации ВЭД предприятия

Для создания устойчивого конкурентного преимущества ресурсы предприятия должны отвечать определенным требованиям, а именно: качества, под которой понимается способность отдельного ресурса предприятия или их совокупности отвечать условиям внутренней среды предприятия с целью наиболее эффективного его использования; устойчивости к внешним угрозам, которая рассматривается как способность отдельного ресурса предприятия или их совокупности предотвращать угрозы, которые возникают во внешней среде.

На сегодня далеко не все отечественные предприятия готовы к ведению конкурентной борьбы. Даже имея конкурентоспособную продукцию, некоторые предприятия не могут реализовать это преимущество из-за отсутствия практики использования всего комплекса средств конкурентной борьбы: ценовой политики, эффективных методов стимулирования, создание положительного имиджа и тому подобное. При таких условиях предприятиям необходимо правильно оценить рыночную среду и собственные возможности по обеспечению необходимого уровня конкурентоспособности.

Основой эффективной деятельности предприятия в условиях рыночных отношений является разработка экономической стратегии его развития. Конкурентная стратегия как важная составляющая общеэкономической стратегии предприятия призвана определить основные аспекты управления конкурентоспособностью продукции с учетом максимально возможного количества факторов, вытекающих по характеру деятельности предприятия [4].

Стратегия импорта предусматривает, что фирма, прежде чем ориентироваться на мировые рынки сырья и материалов, должна максимально использовать местные ресурсы для своего производства.

Основу импортной стратегии (стратегии импорта) составляют исследования цен, качества технологического уровня импортируемых товаров, сроков и качества импортных операций.

Фирмы зачастую отдают предпочтение иностранным, а не внутренним товарам, исходя из следующих основных причин: цена; качество; недоступность определенных материалов в своей стране; ускорение и непрерывность поставок;

более эффективное техническое обслуживание; современная технология; достижения определенных маркетинговых целей; связь с иностранными предприятиями и т. п.

Важнейшим фактором, который обуславливает импорт, является технологическое совершенство продукции.

Импорт обеспечивает для компаний-импортеров, а также для страны, в которую ввозятся товары, ряд дополнительных преимуществ и возможностей. Это в частности [5]:

доступ к дешевым и более качественным товарам и готовым изделиям, сырью, другим материалам и комплектующим деталям;

наполнение рынка дефицитными товарами или товарами, которые вообще не производятся на национальной территории;

рост конкуренции и стимулирования, благодаря этому оптимизация и повышение производства на национальной территории;

налаживание постоянных производственных «связей по кооперированию производства с иностранными партнерами»;

развитие технологий, благодаря ввозу наукоемких товаров.

Импортная политика государства направлена на регулирование импорта с целью защиты отечественного рынка от иностранной конкуренции и удовлетворения собственных потребностей за счет товаров иностранного производства. Основными ее направлениями являются: обоснованная политика импортозамещения и соответствующие протекционные меры в отношении товаров иностранного производства. Основными инструментами регулирования импорта на уровне государства является жесткая таможенно-тарифная система и применение нетарифных барьеров [6].

На современном этапе экономических преобразований важное значение приобретают целенаправленные усилия государства по совершенствованию нормативной базы, организационного и иного обеспечения внешнеэкономической деятельности предприятий ДНР.

С ослаблением вмешательства государства в предпринимательскую деятельность, в том числе в сферу внешней торговли, существенно увеличивается роль посреднических (неадминистративных) форм ее участия в реализации общенациональных целей и задач в этой области.

Проблема развития и реализации внешнеторгового потенциала ДНР требует также коренного улучшения информационного обеспечения внешнеторговой деятельности. Первоочередной задачей в этом направлении является создание системы внешнеторговой информации. Для эффективного функционирования данной системы будет нужно сформировать разветвленную сеть информационно-консультационных служб, которые смогли бы обеспечить оперативное предоставление внешнеторговой информации в удобной для клиента форме.

Можно порекомендовать создание в стране государственной инспекции по качеству импортных товаров. Это учреждение смогло бы не только служить барьером на пути проникновения недоброкачественной продукции на территорию ДНР, но и способствовала бы выпуску конкурентоспособной

продукции с учетом современных требований иностранных потребителей к ее качеству (для экспортеров). Важным аспектом этой деятельности является участие в работе международных и региональных организаций по сертификации с целью взаимного признания результатов испытаний экспортируемой и импортируемой продукции.

С учетом вышеизложенного и в связи со сложившейся ситуацией в Донецком регионе можно определить основные направления оптимизации импорта в ДНР:

проведение радикальной рационализации энерго- и материалопотребления, распространение экономных технологий в производстве и в быту;

переход на использование альтернативных импортных энергоносителей солнечной, ветровой энергии, сопутствующего газа, метана, угольных пластов, этилового спирта (его источником могут быть побочная продукция и отходы сельского хозяйства и агропереработки, в частности сахарной свеклы после технологического процесса изготовления сахара),

распространение производства на территории тех товаров иностранных марок, которые характеризуются лучшими потребительскими свойствами и пользуются высоким спросом;

ограничение ввоза на территорию той продукции, которая мешает становлению молодых отраслей обрабатывающей промышленности, и тех сфер производства, которые не успели вовремя реформироваться и восстановиться после военных действий 2014 года;

стимулирование инвестиций в развитие тех отраслей экономики, которые проигрывают в международной конкурентной борьбе, в том числе и на национальном рынке через объективный дефицит финансовых ресурсов;

обеспечение качественного и своевременного обмена информацией по внешнеторговым операциям как среди субъектов ВЭД, так и на государственном уровне;

подготовка высококвалифицированных кадров в сфере ВЭД;

разработка качественной импортной политики на уровне государства с учетом сложной политической, экономической ситуации в регионе.

Таким образом, прогрессивные изменения внутри любой страны невозможно без ее активного участия в международном сотрудничестве, поэтому развитие внешнеэкономической деятельности будет способствовать постепенной интеграции предприятий ДНР в международные экономические связи.

Список литературы

1. Эволюция внешнеэкономической деятельности предприятий [Электронный ресурс]: <https://banauka.ru/4327.html>
2. Отенко, И.П., Малярец Л.М. Механизм управления потенциалом предприятия: научное издание. – Харьков: Изд"во ХГЭУ, 2003. – 220 с.

3. Лосева, Х. Г. Реінжинірінг бізнес-планування як процес вдосконалення управління конкурентоспроможністю підприємства / Х. Г. Лосева // Економіка та держава. Сер. «Економічна наука». – 2012. – № 2. – С. 101 –102.
4. Березін, О.В. Стратегія підприємства [Текст]: навч. посіб. / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
5. Імпортна політика [Електронний ресурс]: http://economylit.online/ekonomika-stran_725/212-importna-politika-27006.html.
6. Тюріна, Н.М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, – 2013.

Аболмасова Юлія Владимировна,

магістрант, Курський інститут менеджмента, економіки і бізнесу (ГМУ, 3-ий курс)

E-mail: abolmasova.yuliya@yandex.ru

Кликунов Николай Дмитриевич,

к.э.н., доцент, Курський інститут менеджмента, економіки і бізнесу

E-mail: nklikunov@yandex.ru

АНАЛИЗ ЗАРАБОТНЫХ ПЛАТ СОТРУДНИКОВ АДМИНИСТРАЦИЙ КОРЕНЕВСКОГО РАЙОНА И ПРОГНОЗ ИХ ДИНАМИКИ НА 2019-2020 ГОДЫ

Аннотация. В статье проводится анализ средних заработных плат сотрудников районной администрации Кореневского района, сотрудников администраций сельских советов и средних заработных плат по Кореневскому району. Делается прогноз динамики заработных плат на 2019-2020 годы

Ключевые слова: заработная плата, прогноз, динамика, номинальные и реальные показатели

Численность сотрудников Администрации Кореневского района является довольно стабильной величиной после сокращения штата в 2014-15 годах и практически не меняется за анализируемый период времени.

Таблица 1- Численность сотрудников Администрации Кореневского района Курской области

	2014	2015	2016	2017	2018
Численность сотрудников Администрации Кореневского района	32	29	29	29	29

Задачей данной статьи является анализ динамики заработной платы сотрудников Администрации Кореневского района по сравнению с заработной платой сотрудников муниципальных администраций сельских поселений Кореневского района и средней заработной платой по району.

Номинальные данные по средним заработным платам за 2014-2018 годы представлены в таблице.

Таблица 2 - Средняя заработная плата в Кореневском районе в 2014-2018 годах (номинальные значения, руб.)

Коренево. Номинальная зарплата	2014	2015	2016	2017	2018
Средняя заработная плата сотрудников Администраций сельских поселений	6721,9	17886	17586,5	19572,6	25364,3
Средняя заработная плата сотрудников Администрации Кореневского района	18939,2	20564,1	19993,7	20541,8	23490,6
Средняя заработная плата в пос, Коренево	9485,3	21249,9	22272,9	24434,8	46362,7

Рост цен к 2014 году составил следующие значения [5]

2014 - 1,00

2015 - 1,08

2015 - 1,11

2017 - 1,17

2014 - 1,22

В реальных ценах 2018 года средние заработные платы составили [4; 3]

Таблица 3. Средняя заработная плата в Кореневском районе в 2014-2018 годах (реальные значения в ценах 2018 года, руб.)

Коренево. Реальная з/п в ценах 2018	2014	2015	2016	2017	2018
Средняя заработная плата сотрудников Администраций сельских поселений	8233,3	20279,3	19321,0	20414,2	25364,3
Средняя заработная плата сотрудников Администрации Кореневского района	23197,7	23315,8	21965,6	21425,1	23490,6
Средняя заработная плата в пос, Коренево	11618,1	24093,4	24469,6	25485,5	46362,7

За анализируемый период наблюдается рост реальной заработной платы как у сотрудников Администрации Кореневского района, так и сотрудников Администраций сельских поселений [2]

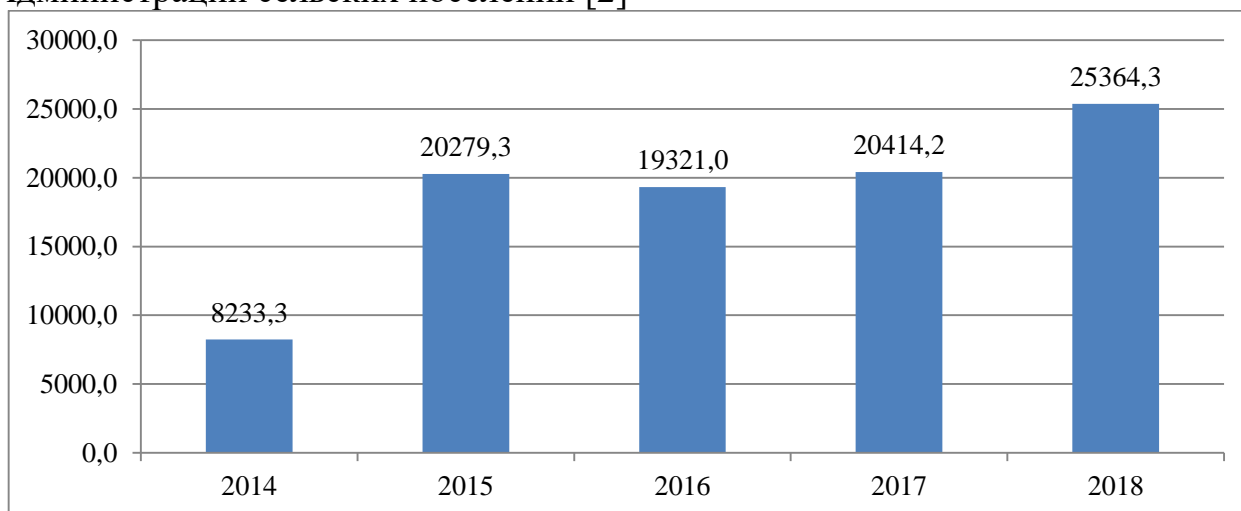


Рис 1. Средняя реальная заработная плата сотрудников Администраций сельских поселений за 2014-2018 годы

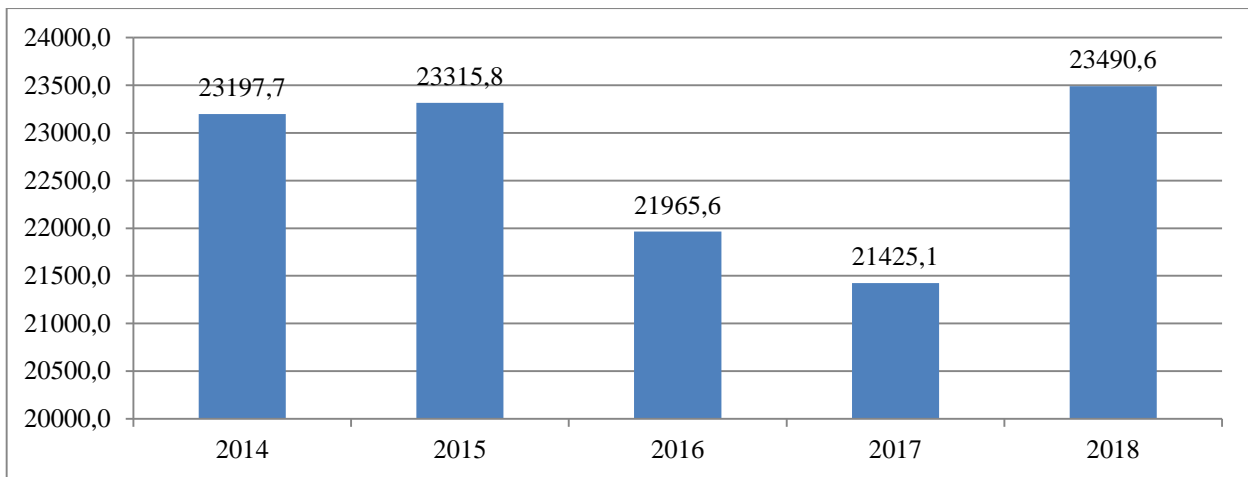


Рис 2. Средняя реальная заработная плата сотрудников Администрации Корневского района в 2014-2018 годах.

Следует отметить, что рост средней заработной плат в поселке Коренево значительно опережает рост средней заработной платы сотрудников Администрации Корневского района, что проиллюстрировано в таблице и на гистограмме.

Таблица 4. Отношение средней заработной платы сотрудников Администрации Корневского района к средней зарплате в поселке Коренево (%)

Отношение средней заработной платы сотрудников Администрации Корневского района к средней зарплате в поселке Коренево (%)	200%	97%	90%	84%	51%
---	------	-----	-----	-----	-----

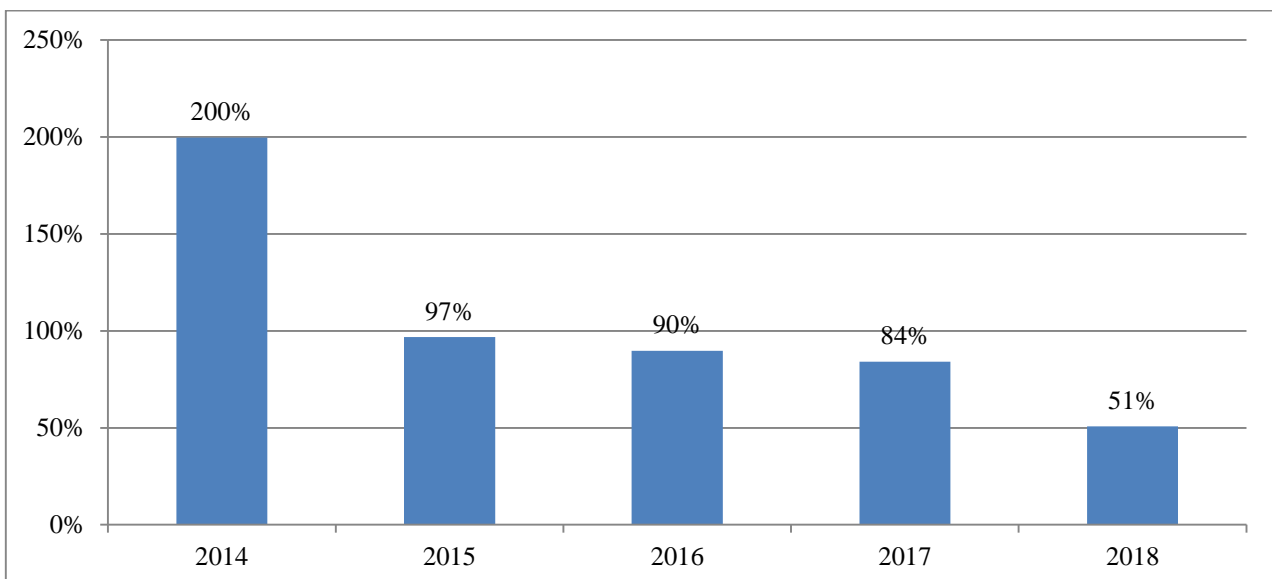


Рис 3. Отношение средней заработной платы сотрудников Администрации Корневского района к средней зарплате в поселке Коренево (%)

Данная ситуация является негативной, так как в Администрации Кореневского района работают высококвалифицированные кадры и диспропорция в зарплатах неизбежно приведет к их оттоку из Администрации в коммерческий сектор.

Для составления прогноза были использованы две базовых методики из предложенных Н.Д. Кликуновым в курсе «Принятие решений и прогнозирование».

Первая методика «Субъективная оценка значимости прошлого» задает событиям, происходившим ранее, вес меньший по сравнению с сегодняшними данными.

Вторая методика – регрессионный анализ – исходит из предположения о равной относительной значимости всего временного ряда.

Как правило, первая методика дает несколько заниженные оценки для растущего временного ряда, вторая методика – несколько завышенные. Это обусловлено экономическим спадом, имевшим место в 2015-2016 годах.

Краткое изложение сути методик представлено в видео-лекции 117 «Пример составления экономического прогноза» курса «Микроэкономика для бизнес-администрирования»: <http://www.intuit.ru/studies/courses/3516/758/info>

Таблица 5. Оптимистический прогноз динамики средних заработных плат по Кореневскому району (в ценах 2018 года)

Оптимистический прогноз			
Коренево. Реальная з/п в ценах 2018	Средняя заработная плата сотрудников Администраций сельских поселений	Средняя заработная плата сотрудников Администрации Кореневского района	Средняя заработная плата в пос, Коренево
2014	8233,3	23197,7	11618,1
2015	20279,3	23315,8	24093,4
2016	19321,0	21965,6	24469,6
2017	20414,2	21425,1	25485,5
2018	25364,3	23490,6	46362,7
2019	29041,5	22287,5	47670,3
2020	32481,2	22157,0	54758,4

Таблица 6. Пессимистический прогноз динамики средних заработных плат по Кореневскому району (в ценах 2018 года)

Пессимистический прогноз			
Коренево. Реальная з/п в ценах 2018	Средняя заработная плата сотрудников Администраций сельских поселений	Средняя заработная плата сотрудников Администрации Кореневского района	Средняя заработная плата в пос, Коренево
2014	8233,311614	23197,6577	11618,05898
2015	20279,32992	23315,78712	24093,35418
2016	19320,97164	21965,58216	24469,56866
2017	20414,2218	21425,0974	25485,4964
2018	25364,3	23490,6	46362,7
2019	21015,55157	22591,95787	31131,26393
2020	18913,99641	20332,76208	28018,13753

Рисунки, приведенные ниже, иллюстрируют графически оптимистические и пессимистические значения по каждой категории анализируемых стратегий.

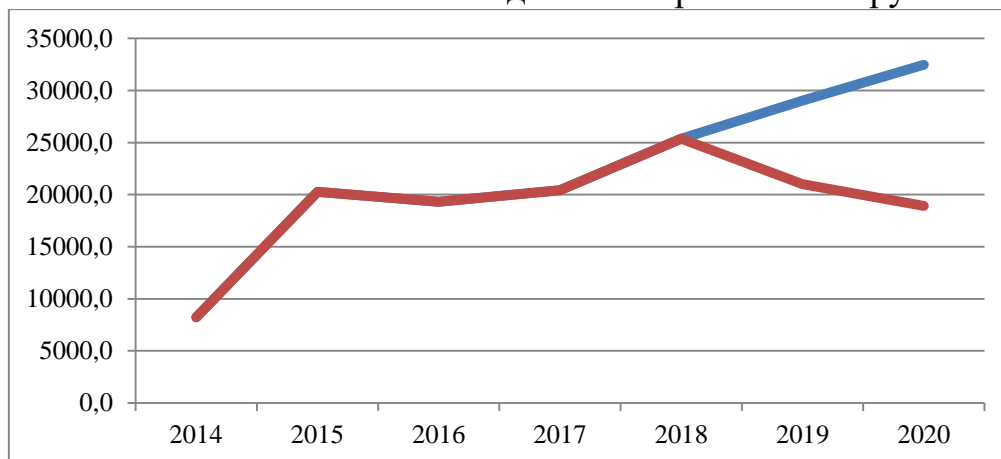


Рис 4. Прогнозные значения средней заработной платы сотрудников администраций сельских поселений Кореневского района

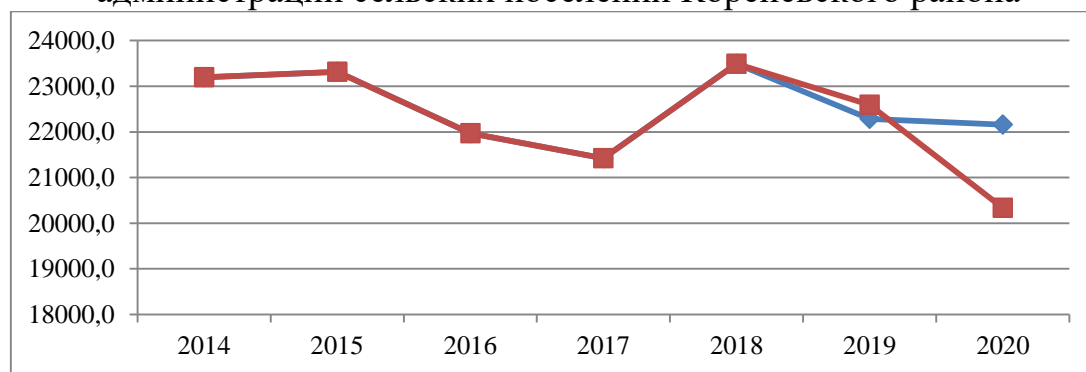


Рис 5. Прогнозные значения средней заработной платы сотрудников Администрации Кореневского района

В Кореневском районе складывается парадоксальная ситуация при которой динамика заработных плат более квалифицированных сотрудников районной администрации отстает от динамики менее квалифицированных сотрудников администраций городских и сельских поселений.

Данная диспропорция, если она станет устойчивой, будет снижать эффективность работы местного самоуправления в Кореневском районе [1, С.77].

Вторым негативным моментом в политике оплаты труда сотрудников местных администраций является отставание средней заработной платы сотрудников администраций от средней заработной платы по Кореневскому району. Эта диспропорция может привести к снижению эффективности управления в районе в целом [2, С.26].

Список литературы

1. Тюрин Г. Как поднять российскую глубинку?// Муниципальная власть. – 2018. - №5 – С. 77-79.
2. Юркова С. Социальные аспекты муниципализации // Городское управление. 2014. № 7. - С. 25-41.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Курской области // http://kurskstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/kurskstat/ru/ (дата обращения 28.01.2018)
4. Официальный сайт Администрации Кореневского района // <http://kor.rkursk.ru/> (дата обращения 28.01.2018)
5. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) // www.gks.ru (дата обращения 28.01.2018)

Зюкин Дмитрий Викторович,

к.э.н., доцент, ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия
E-mail: D-Zykin@ya.ru

Борисов Иван Сергеевич,

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия
E-mail: mag@mebik.ru

Кудря Александр Сергеевич,

ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г. Курск, Россия
E-mail: mag@mebik.ru

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА УРОВНЕ ГОСУДАРСТВА

Аннотация. В условиях, сложившихся в регионе, важность значения информации и коммуникации во всех сферах человеческой деятельности постоянно возрастает. Это вызвано изменениями социального, экономического и политического характера, а также появлением новейших достижений в области передачи информации и данных. Поэтому формирование и совершенствование коммуникационной политики как производной системы коммуникаций важно как для бизнеса, так и для государства, ведь именно коммуникационная политика обеспечивает успех деятельности предприятия и государства на внутреннем и внешнем рынках.

Ключевые слова. Коммуникация, государственная коммуникация, коммуникативная, коммуникационная политика, информатизационные процессы, правовая информатизация, инновационные технологии.

Коммуникации занимают важное место в повседневной жизни общества и государства и присутствуют в деятельности всех общественных институтов.

Изучением развития коммуникаций на различных уровнях государства занимались такие исследователи как Д. Батлер «Теория субъекции», Б. Бирельсон «Политические коммуникации», К. Дойч «Теория коммуникации»,

Д. Истон «Теория политической системы» и др. Среди российских учёных, изучающих проблемы построения коммуникативной политики и её различных инновационных направлений на уровне государства, стоит отметить А. А. Аникину «Маркетинговые коммуникации», А. В. Овечкина «Маркетинговые коммуникации на различных уровнях», А. В. Павленко «Коммуникационная концепция», Ф. А. Хачетлева «Основы формирования и реализации коммуникаций» и др.

Коммуникация является основным способом передачи информации между обществом и государственными институтами. Стоит отметить, что на государственном уровне от общения между составляющими элементами определённого государственного органа зависят дальнейшее развитие и функционирование всего института [1].

Государственная коммуникация классифицируется по методам, формам и каналам, которые подразделяются на основании различных критериев. Наиболее известной и значимой является классификация, предложенная Ж.- М. Шварценбергом, выделяющая следующие каналы:

- 1) коммуникация при помощи неформальных каналов;
- 2) коммуникация посредством связей организации;
- 3) коммуникация через средства массовой информации.

Процесс государственной коммуникации осуществляется в виде коммуникативных актов в различных сферах и уровнях жизни, в этом случае коммуникативная политика состоит из следующих элементов:

коммуникатор в данной структуре представлен органами государственной власти различного уровня и направлений;

сообщение представлено подтверждённой или неподтверждённой информацией в устном или письменном виде;

получатель – лицо, на которое направлена и рассчитана определённая информация;

каналы распределения информации используются для распространения и дальнейшего ознакомления с информацией и основываются на межличностных, институциональных и массовых путях получения информации;

каналы обратной связи позволяют «услышать» обращения граждан посредством предоставления возможности написания и обработки просьб, обращений, а также различных форм участия граждан в решении политических вопросов; процесс зашифровки-расшифровки информации ознаменован подготовкой информационных сообщений таким образом, чтобы аудитория, на которую нацелено сообщение, могла его адекватно интерпретировать и дать адекватную обратную связь;

разнообразные помехи представлены техническими, семантическими и психологическими помехами, которые могут препятствовать получению информации в нужном контексте и её пониманию ввиду сложившейся окружающей среды у одного или группы индивидуумов.

Процесс коммуникационной политики на государственном уровне, прежде всего, затрагивает законодательную, судебную и исполнительную власть, а также региональные, городские и районные уровни управления. При этом

каждый из уровней и ветвей власти имеет уникальную специфику функционирования, а также индивидуальный набор применяемых технологий и приёмов взаимодействия [2].

Стоит отметить, что коммуникационная политика на государственном уровне и все процессы, присущие ей, осуществляются посредством различных технологий и средств передачи информации от самых высоких органов власти до рядовых членов общества и обратно в виде обратной связи. При этом коммуникативная политика используется как инструмент целенаправленного воздействия, являющийся регулятором общественных процессов, реализуемых при помощи специальных органов и организаций, направленных на усовершенствование целостности и развитие структуры социальной системы. Основной целью государства в данном случае является контроль поведения и деятельности населения, а также взаимоотношений между ними. Среди основных элементов структуры руководящего процесса стоит отметить объект, субъект, средства и результаты принятия определённых управленческих решений [2, 3].

Помимо управления и осуществления различных процессов в обществе государство использует различные действия в политико-информационной сфере с целью решения пропагандистских и маркетинговых задач внутри государства. Пропагандистское направление характеризуется жёсткими способами контроля поступающей и доступной информации, воздействующей на сознание людей. Среди ярких приёмов стоит отметить дезинформацию, диффармацию, технологию «белого шума», которые характеризуются перенасыщением информационных потоков, а также технологию спин-доктора, занимающуюся изменением посылов информации. В свою очередь маркетинговые стратегии выступают инструментом сглаживания негативных последствий применения пропагандистских методов, осуществляя формирование различных информационных услуг, исходя из спроса и предложения. Таким образом, коммуникативная политика на государственном уровне управления представлена обменом системы символов, социальным взаимодействием, которые направлены на регулирование поведения населения, функционирования и развития различных государственных институтов для их рационального использования в достижении их общей цели [1, 3].

В системе государственного управления коммуникативная политика не может полноценно развиваться без восходящих и нисходящих информационных потоков, которые «доставляют» информацию от высшего уровня к низшему и наоборот. Если же модель передачи информации работает рационально, то процесс коммуникативной политики на уровне государства считается чётким и сбалансированным и благоприятно влияет на обмен информации. Помимо вышеуказанных особенностей формирования и совершенствования коммуникативной политики, коммуникация на уровне государственного управления выполняет множество целей, функций и задач [4].

При этом коммуникация на государственном уровне, прежде всего, функционирует и развивается, выполняя и совершенствуя определённые функции, среди которых стоит отметить:

информационно-коммуникативную, которая направлена, прежде всего, на зарождение информации, благодаря чему удаётся обеспечить базу для творческого и продуктивного общения. Данная функция отвечает за согласие или отрицание информации, что, в свою очередь, позволяет государствам, сохранившим данную функцию, считаться правовыми, так как право свободы слова является основой свободы граждан и закреплено в конституции. Также обеспечивается выравнивание разногласий в исходной информированности граждан;

регулятивно-управленческую функцию, обеспечивающую контроль не только самих государственных органов, но и поведение людей как внутри государственной структуры, так и за её пределами. При этом функция также позволяет направить действия людей в различных сферах на достижение одной цели;

идеологическая функция способствует сбалансированному налаживанию обратной связи государства с населением и обеспечивает формирование положительного мнения о власти с целью расположения доверия граждан по отношению к функционирующей власти.

Несмотря на фундаментальность вышеперечисленных функций и их постоянное совершенствование, в современных условиях могут возникнуть барьеры, препятствующие существованию и развитию коммуникативной политики, которые представлены различными элементами и подкатегориями.

Среди таких барьеров стоит отметить:

языковые барьеры, возникающие в виду этнического разнообразия в странах;

различия в уровне образованности субъектов коммуникации, принимающих информацию;

перенагруженность информацией, которая возникает в случае чрезмерной выдачи и подачи информации с целью ускорения процесса обратной связи, при этом данное предположение может вызвать лишь отвращение от предлагаемой информации;

ошибочный адресат, который может возникнуть в случае неверного определения слоёв населения или групп, на которых должна быть направлена и действовать информация;

отсутствие обратной связи может возникнуть ввиду неверного посылки информации или же поднятия нового вопроса при отсутствии решения старого [5]. Для преодоления барьеров в современных условиях необходимо использовать существующие принципы с внесением в их структуру изменений (табл.1) [4, 6].

Таблица 1. Принципы развития коммуникативной политики государства

Принцип	Роль в развитии и преодолении барьеров
Ясность	Обеспечивает передачу и восприятие коммуникации таким образом, чтобы она была на одном языке с получателями, чтобы конечный получатель максимально верно понял информацию. При этом, в случае сложившихся недоверительных отношений между государством и населением, прежде всего, стоит обеспечить доверие сторон друг к другу.

Целостность	Обеспечивает создание и внедрение такой информации, которая позволит создать условия для сплочения всех членов коммуникации ради достижения общей государственной цели. Данный принцип применим лишь в том случае, если уровень жизни общества и само общество не разделяется на классы, группы.
Развитие неформальных групп	Развитие и обеспечение роста формальных групп внутри различных государственных и социальных институтов, в которых информация распространяется значительно быстрее, нежели за их пределами.
Контроль потоков информации	Обеспечивает фильтрацию ненужной или же опасной для общества и государства информации, которая может повредить механизм государственного управления, дезинформировать общество или создать неблагоприятную ситуацию. Для достижения максимального эффекта контроль информации должен осуществляться на различных этапах и уровнях.
Управленческие решения и действия	Формируются и осуществляются, как правило, перед важными политико-экономическими событиями, и проходят в виде съездов, прямых линий, а также выборов и прочих мероприятий государственной важности. Данные мероприятия в будущем позволят более грамотно скоординировать деятельность государственных органов и развивать коммуникативную политику в системе управления.
Обратная связь	Способствует развитию коммуникаций в системе государственного управления. Для развития данного принципа можно организовывать и проводить не только съезды, но и развивать обратную связь с гражданами посредством проведения социологических опросов, круглых столов, создания интернет-форумов.

Стоит отметить, что в момент формирования и развития коммуникационной политики на уровне государства могут возникнуть отрицательные факторы в структуре государственного управления, среди которых может быть удаление из системы лишних элементов в виде человеческих ресурсов. То есть, с каждым витком развития коммуникации в системе государственного управления она обретает более сложные и многообразные черты, оставаясь при этом фундаментальным элементом общества и государства в целом [7].

Таким образом, для обеспечения сбалансированного развития коммуникационной политики на уровне государства, а также роста конкурентоспособности национальной экономики и уровня жизни населения необходимо использовать инновационный путь развития во всех указанных направлениях. При этом каждое из направлений взаимодополняет друг друга в процессе создания новых элементов внутри себя.

В современных экономических условиях страны используют инновационный путь развития как основу повышения конкурентоспособности национальной экономики и уровня жизни населения. С целью достижения поставленных целей и эффективного использования всех имеющихся в распоряжении государства факторов используются информационно-коммуникационные технологии как один из элементов инновационного роста региона. Именно использование информационно-коммуникационных технологий позволяет управлять и развивать коммуникационную политику на

уровне государства. Стоит отметить, что существует наиболее важная проблема правовой информатизации, которая стоит на пути перед рациональным функционированием коммуникационной политики на государственном уровне. Процесс информатизации представляет из себя коммуникацию, которая функционирует не только внутри государственных институтов, но и на уровне страны в целом.

Информатизационные процессы оказывают позитивное влияние не только на социально-экономические, политические, научно-технические и культурные аспекты развития общества, но и воздействуют на изменение мировоззрения человека, формирование моральных, поведенческих и психологических аспектов жизнедеятельности общества, государственное устройство и функции государственного механизма, а также инфраструктуру межличностных, общественных внешне- и внутривнутриполитических отношений. В современных условиях информатизация является основой построения коммуникаций на государственном уровне с различными целями. Информатизационная сфера по праву может считаться основополагающим элементом государственной политики, а её контроль постепенно становится приоритетной задачей государственного управления [7].

На данный момент информационные и телекоммуникационные технологии позволяют расширить права граждан посредством предоставления им доступа к различной информации [5,7]. Для решения проблемы отсутствия или несоответствующего уровня правовой информатизации необходимо:

- 1) предоставить гражданам доступ и возможность принятия определённого перечня политических решений;
- 2) создать возможность контроля деятельности государственной власти;
- 3) обеспечить защиту частной жизни населения, предоставляя ему доступ к безопасным ресурсам, не пропагандирующим терроризм и др.

Реализовав предложенные действия, государство создаст единое информационно-правовое пространство, обеспечивающее взаимодействие всех органов власти и населения. Реализация данной задачи должна быть достигнута посредством совершенствования и развития единого цикла создания, обработки и распространения информации при помощи компьютеризации органов государственной власти и внедрения электронного правительства, а также системы электронного документооборота.

Список литературы

1. Гончарова, Л.М. Основы теории коммуникации: Учебное пособие / О.Я. Гойхман, Т.А. Апарина, Л.М. Гончарова, В.И. Дубинский . - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с.
2. Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. - М.: Прометей, 2004. - С.328
3. Гаджиев К. С. Политология. Конспект лекций; Юрайт - Москва, 2015. - 224 с.
4. Василенко, И.А. Государственное и муниципальное управление: Учебник для бакалавров / И.А. Василенко. - Люберцы: Юрайт, 2015. - 494 с.

5. Головкин, Борис Эль Деловые издания: Информационный менеджмент массовой коммуникации / Борис Эль Головкин. - М.: Издательство Михайлова В. А., 2016. - 128 с.
6. Чамкин, А.С. Основы коммуникологии (теория коммуникации): Учебное пособие / А.С. Чамкин. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 350 с.
7. Назаров, М. М. Массовая коммуникация и общество / М.М. Назаров. - М.: Аванти плюс, 2016. - 432 с.

Филонович Александр Владимирович,

д.т.н., профессор, Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, Россия, г. Курск

E-mail: filon8@yandex.ru

Туякбасарова Надежда Анатольевна,

к.с.н., доцент, Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, Россия, г. Курск

E-mail: ntuyak@yandex.ru

РЕЖИМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМ ПРИНЯТИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ РЕШЕНИЙ

Аннотация. В статье рассматриваются активность использования систем принятия государственных решений в зависимости от режима их работы.

Ключевые слова: система принятия государственных решений, информация, мониторинг, компрессия проблемы, базы данных, сценарий демонстрации, экспертные процедуры, устойчивость управления, кумулятивный процесс.

Оценка активности использования систем принятия государственных решений (СПГР) во многом зависит от того, какие из традиционно рассматриваемых режимов работы информационных систем будут применяться. В этом случае активность применения СПГР будет определяться тем, насколько часто руководитель прибегает к ее помощи, а также видами использования СПГР или ее отдельных компонентов.

СПГР может использоваться в следующих режимах [1,34]:

- непрерывное отображение результатов содержательной и аналитической обработки потоков информации (*режим проблемного мониторинга*);
- подготовка и заслушивание аналитических докладов по актуальным проблемам развития интересующей ситуации (*режим представления*);
- подготовка и обсуждение альтернативных подходов к решению проблем (*режим обсуждения*);
- оперативное принятие и контроль исполнения государственных решений по чрезвычайным проблемам (*чрезвычайный режим*).

В зависимости от структуры СПГР ее использование может быть локальным и распределенным, что также должно учитываться при оценке

активности.

Режим *проблемного мониторинга* в СПГР предназначен для постоянного наглядного слежения за развитием ситуации во внешнем окружении с целью текущего информирования руководителей, и в случае необходимости - акцентирования внимания на актуальных процессах и событиях. Мониторинговый режим, как правило, регламентируется выбранной, но постоянно изменяющейся тематикой и относительно постоянным набором источников информации. Принимая во внимание большой объем поступающей к руководителю информации и множественность ее источников, мониторинговое представление информации в СПГР целесообразно осуществлять после предварительной аналитической обработки с учетом актуальных для руководителя задач.

Предварительная аналитическая обработка информации должна, как минимум, включать последовательные процессы, обеспечивающие определение тематической (проблемной) ориентации поступившей информации, выявление тенденций и закономерностей развития описываемых в поступивших сообщениях событий. Эта работа выполняется в автоматизированном режиме квалифицированными специалистами-аналитиками. Вместе с тем, следует иметь в виду, что жесткая тематическая фильтрация информации для представления в СПГР может привести к снижению гибкости регулирования развития ситуации, непреднамеренной информационной дезориентации руководителя. Возможный способ уменьшения этой опасности заключается в предоставлении руководителю информации о новых тенденциях в развитии событий, объяснении ситуации. Руководитель должен также иметь возможность остановить на время мониторинг и запросить более подробную информацию о заинтересовавшем его фрагменте (компрессия проблемы), оперативно изменить тематику мониторинга.

Режим представления обеспечивает заслушивание в СПГР высококачественно оформленных сообщений и докладов по заранее подготовленному, фиксированному сценарию. Он по существу мало, чем отличается от процесса иллюстрированного представления тематических докладов. Отличительной чертой представления докладов в СПГР является возможность высококачественного оформительского сервиса, а также телекоммуникационного и информационно-справочного обеспечения, позволяющего в процессе изложения материала обращаться за информацией в удаленные и локальные базы данных. Принципиальной характеристикой этого режима является фиксированность сценария презентации материала (при презентации подготовленный материал микшируется, режиссерская же работа реализуется на предварительной стадии подготовки).

Режим обсуждения предполагает возможность оперативно адаптировать представляемый материал к ситуационно изменяющимся информационным потребностям участников обсуждения. Подготовка материала к обсуждению в СПГР включает разработку различных сценариев, различных последовательностей демонстрации материала. Последовательности могут формироваться в разветвленном имплицативном или иерархическом порядке. Имплицативная последовательность представления материала формируется

автоматизировано: либо логически, либо экспертно. При логическом способе СПГР «подсказывает» участникам обсуждения наиболее приемлемые сценарии. Эта последовательность определяется автоматизировано с использованием множества условных логических правил вывода, каждое из которых состоит из «условия» и «действия», наподобие реализации правил вывода в экспертных системах (системах знаний). «Условие» определяется логическим описанием ситуации, возникшей в процессе обсуждения, «действие» определяет наиболее подходящий ход дальнейшей демонстрации материала. На начальных этапах использования СПГР применение имплицативного способа маловероятно: необходимо накопить определенный опыт, сформировать достаточно представительный массив повторяющихся случаев, прецедентов.

При экспертном способе наиболее предпочтительный ход развития сценария обсуждения может определяться оперативно группой экспертов (режиссеров демонстрации) с учетом ситуации, возникшей при обсуждении заготовленного материала. В своей работе режиссеры демонстрации опираются на методы групповых экспертных процедур. Вместе с тем, фиксированность возможных вариантов обсуждения проблемы, определенная при предварительной подготовке сценария, делает работу экспертов достаточно упрощенной, вырожденной.

При подготовке обсуждения значительную сложность представляет предварительная подготовка сценариев демонстрации, поскольку всегда сложно спрогнозировать, как изменится ход обсуждения проблемы. Это обсуждение может уйти от того намеченного сценария, который поддерживается информационной технологией СПГР и подготовленными заранее заготовками материала. Чтобы повысить «устойчивость управления» сценарием обсуждения, СПГР должна быть максимально информационно открыта для получения сведений и аналитических материалов из внешних источников, для оперативного подключения других аналитических структур (государственных и коммерческих). Вместе с тем, следует иметь в виду, что увеличение открытости некоторой информационной системы приводит к снижению целенаправленности обсуждения [3,197].

Наиболее специфичным является *чрезвычайный режим работы* СПГР. Для периода реформ в государстве этот режим работы СПГР особенно актуален. Для российской же управленческой ментальности, характеризуемой тем, что принятие государственных решений зачастую осуществляется в «авральной» ситуации, эта актуальность особенно выражена.

Предварительная подготовка материала и информации для принятия решений в чрезвычайном режиме сведена к минимуму, состав информации, необходимой для обсуждения непредвиденно возникшей проблемы, определяется в процессе обсуждения. Существенным фактором использования СПГР в этом режиме является то, что руководителю госоргана предоставляется возможность принимать решение, опираясь непосредственно на информацию из низовых организаций, независимых экспертно-аналитических служб.

При чрезвычайном режиме использования СПГР процесс принятия решений носит кумулятивный характер [3,198]: концентрированное

представление руководителю наглядной (например, в картографическом виде) информации, интегрированной из множества различных источников, которое позволяет ему принять решение на качественно более высоком уровне по сравнению с традиционными способами принятия решений.

Элементы чрезвычайного порядка использования СПГР могут возникнуть и при реализации режима обсуждения. Это вызвано естественным характером когнитивно-психологической организации конструктивной активности лиц, принимающих решения. В процессе принятия решений группой руководителей существенно влияние девиационных факторов, отклоняющих линию обсуждения от заранее подготовленного общего плана. Возникают новые альтернативы, за время обсуждения меняется доступность необходимой информации, уточняются оценочные критерии важности той или иной информации, активизируются дополнительные источники информации, вводятся новые термины и определения, появляются новые трудности описания обстановки и др.

Специфика кумулятивных процессов принятия решений характеризуется ситуационной автоматизированной обработкой информации руководителями или экспертами-аналитиками с использованием методов групповых экспертных процедур. К сожалению, имеющийся сейчас богатейший методологический материал по организации групповых экспертных процедур и разработанные для них математические основы не могут быть непосредственно использованы в СПГР. Это вызвано, прежде всего, комплексностью проблемы их использования, вынуждающей специалистов по созданию информационных технологий на паритетной основе объединять свои усилия со специалистами по методологии групповых экспертных процедур, анализу конструкторской активности экспертов, рефлексивному анализу, оценке устойчивости управления хаотичными процессами, средств семантически-содержательной обработки русскоязычных текстов [2,95].

При чрезвычайном режиме работы СПГР формирование сценария принятия решений практически совмещается с процессом принятия решения, отсюда высокие требования к оперативности работы режиссерских и операторских служб. Эти службы должны либо глубоко знать содержание обсуждаемой проблемы, либо оперативно подключать к процессу принятия решения соответствующие группы экспертов-аналитиков.

С учетом рассмотренных режимов работы можно оценивать эффективность внедрения СПГР, учитывая степень использования специфического режима работы и свойств ее распределенной структуры.

Список литературы

1. Еременко В.Т., Туякбасарова Н.А. Теоретические основы построения информационно-управляющих систем с использованием структурно - функционального подхода. – Курск.: Издательство МЭБИК, 2017.
2. Филонович А.В., Подчукаев В.А., Милюкин Ю.А. Распознавание образов для двух классов гиперболических и алгебраических функций. – М.: Научное обозрение, 2014. № 10-1. С. 94-97.

3. Филонович А.В., Горлов А.Н., Филатов Е.А. Особенности проектирования экспертных систем энергетического менеджмента на промышленных предприятиях. – М.: Теоретические и прикладные аспекты современной науки, 2014. № 3-1. С. 197-200.

Сапунова Юлия Николаевна,

старший преподаватель кафедры экономики Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

E-mail: yunsapunova@vostbank.ru

УПРАВЛЕНИЕ РЕПУТАЦИОННЫМИ РИСКАМИ. КРИЗИСНЫЕ СИТУАЦИИ И МИНИМИЗАЦИЯ ПОТЕРЬ

Аннотация: в статье дается понятие «репутационный риск», рассматриваются его классификация и алгоритм минимизации его последствий со стороны компании.

Ключевые слова: репутационный риск, корпоративная репутация, ценности, коммуникации, имидж компании.

Новый период глобальных перемен в мировой экономике и переоценка ценностей ввели новые правила игры, которые смыли старые, казавшиеся незыблемыми, устои изменили систему координат и отношение к конкурентным преимуществам, цене и ценности товара, стоимости бренда.

Проблема формирования, развития и управления репутацией, имиджем компании впервые была поднята в послевоенные годы и получала новый импульс к развитию в 60-х-80 годах прошлого века. Особенно ярко тема имиджа, репутации встала в начале XXI века в связи с чем и возник даже особый термин «стоимость бренда».

Понятие «корпоративная репутация» включает в себя присущие Компании ценностные характеристики и, по сути своей, является совокупностью преобладающих мнений и оценок, которые сложились у конкретной группы корпоративной аудитории о Компании. По сути, это проекция того, как Компания сумела зарекомендовать себя в социуме или обществе.

Следует помнить, что репутации присущ «эффект памяти»: она включает в себя настоящее и прошлое Компании.

Репутация Компании складывается как из вполне измеримых критериев (качество продукции, ценовая политика, финансовые показатели, уровень инновационности, ситуация в отрасли и др.), так и из субъективных или ценностных характеристик (ответственность, имидж первых лиц, корпоративная философия и культура, миссия, отношение к окружающей среде, позиция Компании на рынке труда и пр.).

Меняются условия существования Компании на рынке: с каждым годом скорость передачи информации и ее объем удваивается, локальные кризисы легко перерастают в глобальные. Стратегия молчаливого «ухода в тень» во время кризиса не работает, более того, может нанести серьезные потери.

Ключевые факторы, влияющие на имидж Компании можно условно разделить на две категории – внутренние факторы (продукт деятельности самой Компании) и факторы внешней среды.

К основным внутренним факторам можно отнести ценовую политику, уровень продуктивности/результативности персонала, уровень инновационности, методы корпоративной коммуникации и корпоративную культуру, имидж первых лиц, качество выпускаемой продукции, поведение и компетентность персонала.

Факторами внешней среды выступают оценка компании в СМИ, оценки аналитиков и экспертов отрасли, отношения с государством и партнерами, исследования инвесторов и аналитиков, ситуация в отрасли, ситуация в регионе и стране в целом.

Все вышеперечисленные факторы важны для репутационной составляющей бизнеса, т.к. в той или иной степени влияя на оценки, существующие у целевой аудитории по отношению к компании, они способны как улучшить, так и ухудшить корпоративную репутацию.

Таким образом, управление корпоративной репутацией сводится к контролю над факторами, комбинация которых обуславливает ее формирование.

Схематично система управления риском представлена на Рис.1



Рис.1 Схема управления репутационным риском

Оценка Компании в СМИ важна, поскольку именно масс-медиа формируют общественное мнение, а способность организации привлекать, развивать и удерживать талантливых сотрудников формирует для Компании репутацию привлекательного работодателя, что немаловажно для процветания бизнеса.

Финансовые показатели и инвестиционная привлекательность Компании играют большую роль для формирования корпоративной репутации у

акционеров, инвесторов, отраслевых аналитиков, кредиторов, партнеров и поставщиков.

Можно сделать вывод, что корпоративная репутация представляет для Компании ценный стратегический актив. Этот стратегический потенциал обусловлен как, собственно, нематериальной сущностью репутации, так и свойством данного актива материализоваться в деятельность Компании, создавать добавленную стоимость, следовательно, увеличивать капитализацию Компании. По оценкам некоторых экспертов, стоимость деловой репутации достигает 85% рыночной стоимости Компании. Сегодня это не только решающий фактор обеспечения конкурентного преимущества, но и залог стабильности в изменчивом и непредсказуемом рынке.

При наступлении форс-мажорной ситуации, связанной с репутацией Компании, общий план (антикризисная коммуникационная модель) действий может выглядеть примерно так:

#1. Решить, кто будет коммуницировать с людьми (клиентами, партнерами, потребителями) и масс-медиа от имени Компании.

#2. Сформировать антикризисный штаб: ЛПР Компании, юрист, специалист по связям с общественностью, руководитель кластера, представитель службы безопасности.

#3. Усилить мониторинг информационного поля, чтобы видеть, насколько активно распространяется информация и как это влияет на ситуацию.

#4. Понять, в чем именно проблема. Оценить степень сложности ситуации и возможные варианты развития событий.

#5. Проанализировать границы распространения кризиса и его воздействия на целевую аудиторию.

#6. Разработать стратегию управленческого и коммуникативного поведения.

#7. Подготовить официальное заявление компании, чтобы в случае необходимости сразу опубликовать.

#8. Подготовить вопросы и ответы, которые могут задавать СМИ. Журналисты обратятся к вам и будут ждать быстрого ответа.

На практике часто о репутации вспоминают слишком поздно, когда какая-то ситуация в Компании уже произошла, в результате минимизация репутационных рисков сводится лишь к антикризисным коммуникациям. Необходимо помнить, что одного лишь кризисного управления недостаточно, коммуникационная стратегия сокращения репутационных рисков организации должно включать в себя как коммуникационную антикризисную стратегию, так и превентивную коммуникационную модель, т.е. построение долгосрочных доверительных отношений с основными целевыми группами, постоянное формирование и укрепление репутации Компании.

Список литературы

1. Бек У. Общество риска..-М.:Прогресс-традиция,2000.-384 с.
2. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. — СПб.: Питер, 2001. - 864 с.

3. Бодуан Ж.-П. Управление имиджем компании. Паблик рилейшнз: предмет и мастерство». – М.: ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2001.- 233 с.
4. Гриффин Э. Управление репутационными рисками: стратегический подход.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 237 с.
5. Дамодаран А. Стратегический риск-менеджмент: принципы и методики.- М.:БиблиотекаExpert Systems,2010.- 496 с.
6. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. – М.: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт»: ИНФРА-М, 2003.- 368 с.
7. Заман А. Репутационный риск: управление в целях создания стоимости.- М.: Олимп –Бизнес, 2008. – 416 с.
8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. – СПб: Питер Пресс, 2006 .- 800 с.
9. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии.- М.: Изд-во МГУ, 2007. – 224 с.

Чичиль Анна Владимировна,

студентка 3 курса магистратуры направления подготовки «Управление человеческими ресурсами» ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

E-mail: chi4il.ann@gmail.com

КЛЮЧЕВЫЕ ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ РАССМОТРЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ

Аннотация. Благополучие любого государства и нации обусловлено наличием ресурсов, которые находятся в ее распоряжении, главными из которых становятся люди, живущие в ней. Процветание страны зависит от психического и физического здоровья граждан, которое формируется на протяжении многих поколений, что, в свою очередь, создает правильные взгляды и отношение к жизни во всех сферах человеческой активности.

Ключевые слова: образование, бизнес-модели, система образования.

Молодые специалисты являются движущей силой любого предприятия, организации или учреждения. За время становления и развития рыночной экономики наблюдается тенденция увеличения уровня борьбы за лучших специалистов, а в итоге – рост «утечки умов». Государство имеет спрос со стороны предприятий, но качественное предложение со стороны образования имеет недостаточный уровень, это связано с отсутствием отлаженного механизма (сформированного с учетом ментальных качеств и способностей населения) воспитания и правильного воспитания подрастающего молодого поколения, которое служит фундаментом становления здоровой и мыслящей личности, которая выступает конкурентной силой всего государства.

Актуальность. В связи с этим становится актуальным вопрос образования и раннего развития детей с младшего, дошкольного возраста, когда у ребенка

формируется и закладывается ценностно-моральная база его дальнейшего развития, которая со временем становления личности отображается на уровне (качестве) жизни населения определенного региона и страны.

Целью данной статьи является определение основных проблем в системе образования и факторов, их определяющих.

В современном мире существует множество различных проблем, связанных с экономикой, политикой, экологией и простым взаимоотношением между людьми, источником чего являются отсутствие отлаженной работы системы образования. Если не решить эту главную проблему, нет смысла начинать решать другие, так как не будет получен желаемый эффект, ведь ум человека, его мысли и чувства являются основой всех его действий и поступков, совершение которых обусловлено соответствующим уровнем образования и воспитания.

Можно сказать, что в система образования представляет собой бизнес-модель, которая будет продуктивно взаимодействовать лишь в полной гармонии всех составляющих ее элементов. Рассмотрим подробнее основные проблемы современного образования.

С переходом к рыночной экономике и приходом информационного века появляется большое изобилие источников и способов получения знаний, что влечет за собой потерю ценности современного образования на всех его уровнях, в связи с чем потерян основной элемент бизнес-модели, что влечет за собой следующее:

- Низкая мотивация. Школьникам просто скучно учиться, современные дети отличаются тем, что не обращают внимания на внешнюю мотивацию. Это значит, что оценки и похвала родителей становятся наименее важным фактором при формировании интереса к учёбе. Проведенные исследования и анализ статистических данных показывает, что 40% современных школьников основным мотивирующим фактором называют личные социальные цели («Я хочу быть культурным и развитым», «Я знаю, кем я хочу работать и что для этого нужно»). Приходя на урок, современные школьники могут знать по теме больше, чем учителя «старой закалки», они отказываются воспринимать информацию в том формате и темпе, в которой ее дают педагоги [1].

- Неумение применять знания на практике. Дети с трудом понимают, когда им необходимо применять свои знания в практической деятельности, зачем им нужны эти знания и в каких целях.

- Оценивание каждого человека по отдельности. Ошибка и проблема современного образования - это оценивание каждого ученика по отдельности и по одинаковым критериям. Ребенок - не робот, дети уникальны по сути, ведь у кого-то развита лучше память, логическое мышление, а у кого-то - творческое. Нельзя одного человека называть отличником, а другого -умственно отсталым ребенком. Даже учитель сегодня не всегда может быть точно уверенным в правильном ответе на вопрос, так как знания устаревают и нужны новые ответы на современные запросы.

- Сложность системы оценки знаний путем тестирования и проведения контрольных. Несмотря на современные способы проверки и оценки знаний,

результаты являются необъективными. Неправильно требовать хороших результатов при сдаче экзаменов, в то время, как над самим процессом обучения не ведется четкий и серьезный контроль.

- Заимствованные методы и подходы обучения, которые часто скопированы с Запада и не совсем подходят нашей системе образования и мышлению людей. Смешивание элементов разных систем обучения приводит к внутреннему конфликту и отсутствию эффективности в обучении. Еще одна проблема заключается в том, что все нововведения в образовании не тестируются, а сразу внедряются на практике, и - в масштабных размерах. Это приводит часто к нежелательным последствиям.

Следующий элемент бизнес-модели, который недостаточно отлаженно функционирует, - это потоки поступления доходов. Большая часть образовательных учреждений являются бюджетными организациями, деятельность которых осуществляется за счет выделенных ассигнований, расходуемых на заработную плату и оплату коммунальных услуг, а не на усовершенствование образовательного процесса.

Проблема этого элемента нарушает функционирование следующей составляющей бизнес-модели – ключевые ресурсы. Главным ресурсом в системе образования являются человеческие ресурсы – это учителя, педагоги, воспитатели, их знания, умения, навыки. В связи с недостаточным уровнем заработной платы у многих педагогов отсутствует профессиональная мотивация, желание и стремление к обучению подрастающего поколения.

Немаловажным является отсутствие достаточного финансирования, которое влечет за собой нехватку обеспечения материальными ресурсами – методическими пособиями, наглядным материалом, иными современными технологиями.

Эти причины влекут за собой необходимость родителей обращаться к частным дополнительным урокам, занятиям, на которых тратится время на разъяснение ранее «полученных» знаний.

Ключевыми партнерами в сфере образования являются государственные органы и родители, а проблемы во взаимоотношениях возникают с обеих сторон. Говоря о государственных органах, в частности, Управлении образованием, проблема выступает в тщательном контроле за условиями и процессом обучения, а также в чрезмерных требованиях к документации, методическому материалу, которые отнимают много времени и сил, после чего у педагогов не остается желания на обучение и занятия с детьми.

Говоря о проблеме, связанной с родителями, то они, в свою очередь, возлагают все свои обязанности по воспитанию детей на воспитателей детских учреждений, в то время когда воздействие на формирование личности ребенка должно происходить взаимосвязано с обеих сторон.

Таким образом, можно выделить три элемента бизнес-модели: ценностное предложение, ключевые ресурсы и партнеры, которые влекут за собой нарушение гармоничного взаимодействия всего механизма системы образования детей.

Образование является ведущим элементом во всех сферах жизнедеятельности общества и отдельного взятого индивида, так как является базой, которая формирует личность человека, его знания, умения, навыки, которые преобразуются в культуру общества и выступают движущей силой государства. Однако в настоящее время образование претерпевает определенные изменения, связанные с переходом к рыночной экономике и доступностью большого объема информации, что, в свою очередь, создает определенные проблемы.

Также следует отметить, что сфера образования является сложной системой, которая состоит из элементов, нарушение одного из которых не позволяет системе правильно и гармонично функционировать. В ходе проведения исследований были выявлены три элемента бизнес-модели, которые содержат определенные недостатки, это ценностное предложение, ключевые ресурсы и партнеры. Сбой в функционировании данных элементов выражается в низкой мотивации как учеников, так и педагогов; в неумении применения полученных знаний на практике; во в заимствованных методиках и подходах обучения, не соответствующих данной системе образования; проблемы финансирования и нехватка ресурсов, профессиональных кадров, а также сложная система бюрократичности партнерских отношений.

Для решения данных проблем необходимо, прежде всего, понимание и потребность со стороны государства в здоровом, культурном и воспитанном населении. Для этого необходима полная реорганизация системы образования, которая бы была предложена и «двигалась» снизу вверх. Государству необходимо пересмотреть все стандарты и программы образования, так как существующие на данный момент не несут желаемого результата.

Еще одним механизмом решения данных проблем может стать механизм государственно-частного партнерства, который предлагает своего рода взаимопомощь со стороны органов власти и предпринимателя. Со стороны государства это могут быть как правовое обеспечение, так и предоставленные льготы, помещения и т.д. Предприниматель же берет на себя ответственность в обеспечении и предоставлении качественных услуг образования.

Таким образом, подводя итоги, следует сказать, что бизнес в сфере образования является достаточно перспективным и прибыльным, содержит широкий спектр деятельности и свободные доли на рынке. Вместе с тем государство также должно быть заинтересовано в повышении уровня образования своих граждан и в улучшении уровня жизни населения. Использование инструмента государственно-частного партнерства и способностей предпринимателя брать на себя риски, гибко и своевременно реагировать на изменения внешней среды, способны удовлетворить потребности всех сторон: государства, предпринимателя, родителей и детей, и привести к желаемому результату.

Список литературы

1. Библиотека полезный статей «Монетка». // Проблемы современного образования и науки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://monateka.com/article/183121/>

2. Советы психолога. Проблемы современного образования и пути их решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psycholog.ru/2014/09/problemy-sovremennogo-obrazovaniya-i-puti-ix-resheniya/>
3. Сооляттэ А.Ю. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация [Электронный ресурс]. – 2012. – Режим доступа: <http://finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=358>
4. Репин, В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 544 с.

Удинская Карина Николаевна,

магистрант ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Email: karina.udinskaya@mail.ru

Окороков Владимир Михайлович,

к.э.н., доцент ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»

Email: vmo@mebik.ru

ОЦЕНКА И ОСОБЕННОСТИ РОЗНИЧНОГО РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РОССИИ

Аннотация. Производство и реализация кондитерских изделий имеет свои особенности, как и любое другое направление пищевой отрасли. Получить конкурентоспособное положение на рынке и завоевать приверженность покупателей сложная и многоаспектная задача. Компаниям необходимо учитывать меняющиеся вкусы в потреблении продуктов питания, политические, экономические, демографические и другие факторы, чтобы эффективно реализовывать выбранную стратегию осуществления деятельности.

Ключевые слова: розничный рынок, товар, спрос, отрасль, производство, продажа, прирост.

Розничный рынок на территории Российской Федерации насыщен большим количеством, как отечественного, так и зарубежного товара. В связи с нестабильной ситуацией в стране и мире, рынок товаров и услуг претерпел изменения, которые повлияли на его структуру и насыщенность.

Актуальность. Изменения на розничном рынке немаловажный элемент в построении экономики государства. Социально значимой для страны является пищевая промышленность. Изготовление кондитерских изделий одна из ветвей пищевкусовой промышленности, которая за последние годы очень выросла, несмотря на кризисное положение в стране. Потребление мучных и шоколадных изделий растет, а значит, кондитерским предприятиям необходимо учитывать эту тенденцию и наращивать объемы выпуска продукции. Поэтому, изучение рынка розничной торговли кондитерскими изделиями является актуальной темой для рассмотрения.

В основном, наполнение розничного рынка кондитерскими изделиями происходит отечественными производителями. В период с 2013 по 2017 годы

объем производства сладостей вырос на 12,5%, несмотря на снижение доходов у населения, ухудшения общей экономической ситуации в стране, а также роста курса валют. Прирост, за указанный период, наблюдался в увеличении объема производства мучных, сахаристых, шоколадных изделий. Аналитики отмечают, что наращивание производства кондитерских изделий связано с:

- уменьшением ввоза сладостей из территории Украины;
- увеличением спроса на кондитерские изделия, несмотря на кризисные и санкционные условия, в которые попала страна.

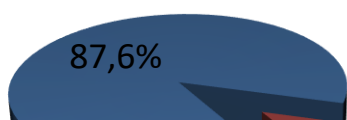
Рост потребления кондитерских изделий с каждым годом будет только расти, ведь сладости стали неотъемлемой частью в повседневном рационе питания среднестатистического человека. В период стабилизации ситуации на рынке, объем производства может остановиться, но будет происходить диверсификации ассортиментной линии. Чтобы оценить перспективы развития производства кондитерских изделий на ближайшие 5 лет, необходимо проанализировать текущую конъюнктуру рынка, а также спрогнозировать всевозможные сценарии ухудшения или улучшения экономической ситуации в стране и мире, чтобы понимать, в каком направлении действовать. Оценка конъюнктуры должна включать рис. 1 [1, с. 25-60].



Рисунок 1– Факторы влияния

Факторы внешнего и внутреннего воздействия формируют насыщенность российского рынка кондитерскими изделиями. До 2014 года, на импортные кондитерские изделия приходилась доля в 12%. После изменений в курсе рубля, удорожании зарубежных сладостей, потребители стали переходить на продукцию местных производителей. Доля импортных сладостей до 2017 года снизилась на 5,6% (рис. 2) [2].

Доля кондитерских изделий на российском рынке 2013-2014 годы



Доля кондитерских изделий на российском рынке на 2017 год

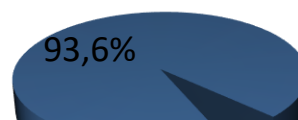


Рисунок 2 – Изменения доли импортных и отечественных кондитерских изделий в России

Маркетинговые исследования рынка показали, что больше половины опрошенных респондентов готовы покупать сладости отечественного производителя. Это в первую очередь связано с ценой, которая на порядок ниже, чем на кондитерские изделия зарубежных производителей.

Чтобы оценить сложившуюся картину на российском рынке необходимо рассмотреть объем предложения кондитерских изделий в динамике. В показателях по предложению указаны общие сведения предложения отечественных и зарубежных производителей.

Таблица 1 – Предложение кондитерских изделий на рынке России

Параметр	2013	2014	2015	2016	2017
Предложение (тыс. тонн)	3 875,8	3 983,7	3 956,7	4 073,8	4 198,6
Динамика %	—	2,8	-0,7	3,0	3,1

Предложение кондитерских изделий выросло за счет наращивания выпуска мучных и шоколадных изделий внутри страны. Это связано с санкциями направленными против России, и те санкции, которые были приняты на государственном уровне, как мера противодействия, против недружественного отношения стран-партнеров по торгово-экономическим отношениям.

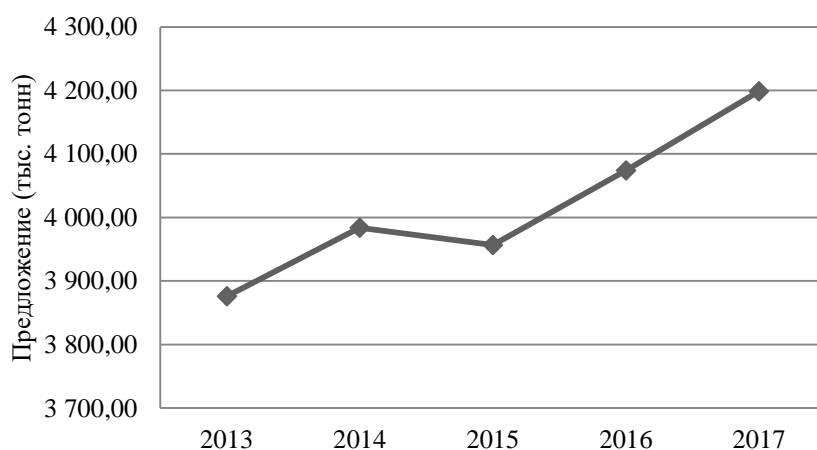


Рисунок 3 – Динамика изменения предложения кондитерских изделий в России за 2013-2017 гг.

Крупные производители кондитерских изделий на протяжении рассматриваемого периода кардинально поменяли подход к производству продукции. Фирмы начали применять стратегию сокращения расходов. При этом, уменьшение расходов никоим образом не должно было сказаться на качестве продукции. Компании нашли выход следующим образом:

- сделали упаковки для кондитерских изделий менее громоздкими и тонкими;
- выпускаемые шоколадные изделия стали выпускать в меньших форматах, что позволило привлечь покупателей, которые не могли до этого купить полноценный формат шоколадки;
- конфеты начали позиционировать как элемент подарка, что привлекло достаточно большой приток покупателей;
- продукцию начали совершенствовать, делать её уникальной [3].

Среднедушевое потребление кондитерских изделий на 2017 год составило 24 килограмм. И как прогнозируют аналитики, потребление будет только расти. Действующим фирмам, и тем, которые только вошли на рынок необходимо учитывать эти особенности (табл. 2) [4].

Таблица 2 – Особенности рынка кондитерских изделий в России

Особенность	Характерные черты
Срок реализации	Срок реализации кондитерских изделий небольшой, что позволяет предприятиям адекватно реагировать на изменения в спросе.
Логистика	Логистика доставки продукции сложная, из-за больших расстояний между городами. Быстро среагировать и «вбросить» необходимое количество товара не всегда реально из-за дополнительной траты времени на доставку.
Сырье	Большое количество сырья для производства шоколадных изделий завозится из-за границы. Поэтому цены на продукцию повышаются, как только увеличивается стоимость сырья.
Традиции	Исторически сложилось, что большое количество выпечки делается дома на кухне, что соответственно снижает потребление мучных изделий.
Социальные тенденции	За последние годы в моду вошло здоровое питание, которое спровоцировало предприятия менять стратегии осуществления деятельности.

Предприятиям, которые стремятся выйти на конкурентоспособный уровень с 2018 по 2022 год необходимо прибегнуть стратегии диверсификации. А именно, расширение ассортимента продукции на выпуск здоровых батончиков без добавления сахара и шоколада с необычными вкусовыми добавками. Обосновывается расширение ассортимента выпускаемых изделий социальными тенденциями. Уже несколько лет подряд массово пропагандируется здоровый образ жизни, который не предполагает потребление большого количества мучных изделий, шоколадных продуктов с большим содержанием сахара, различных трансжиров, которые негативно воздействуют на организм человека. С начала 2017 года и по начало 2018 года согласно исследованию компании «Nielsen» выявлено, что рост потребления здоровых батончиков составил 10,1%. Спросом среди потребителей пользуются злаковые батончики (72%), батончики для похудения (7%), протеиновые батончики (4%).

Согласно прогнозу маркетинговой компании, с 2018 года по 2022 год будет наблюдаться стабильный рост предложения кондитерских изделий от отечественных предприятий. Темпы прироста начнут сокращаться, начиная с 2020 года, когда по прогнозным оценкам произойдет насыщение рынка. Таким образом, к 2022 году предложение должно вырасти с 4,1 млн т на 4,9 млн т, что в процентном выражении составляет увеличение на 15,8% [5,6].

Таким образом, отечественным предприятиям, которые стремятся завоевать лидирующие позиции на розничном рынке кондитерских изделий, необходимо переориентировать свою деятельность на производство здоровых батончиков. Спрос на здоровые сладости будет только расти. Ниша кондитерских изделий здорового направления на рынке России практически не заполнена. Предприятия, которые успеют перенаправить свою работу на выпуск здоровой продукции, смогут не только снять «сливки», но и занять лидирующие позиции на рынке, повысить инвестиционную привлекательность, увеличить прибыльность.

Список литературы

1. Ляско А.К. Стратегический менеджмент. Современный учебник / А. К. Ляско — «РАНХиГС», 2013 – 72 с.
2. Российский рынок кондитерских изделий [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.indexbox.ru/news/rynok-konditerskih-izdelij-v-rossii-pokazyvaet-stabilnyj-rost/>.
3. Анализ рынка кондитерских изделий в России [Электронный ресурс]: – Режим доступа: https://businessstat.ru/russia/food/confectionery/sweets/analiz_rynka_saharistyh_konditerskih_izdelij_v_rossii1/.
4. Обзор рынка кондитерских изделий в России [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rossiyskogo-rynka-konditerskikh-izdeliy/>.
5. Тенденции и перспективы на рынке кондитерских изделий в России <https://koloro.ru/blog/brending-i-marketing/obzor-rynka-konditerskikh-izdeliy-rossii-izmeneniya-i-tendentsii.html>.
6. Здоровые батончики [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <https://fruitnews.ru/analytics/49871-okolo-15-zdorovykh-batonchikov-na-rossijskom-rynke-fruktovye.html>.