

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА
МЕЖОТРАСЛЕВОЙ НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ ЦЕНТР ПГАУ**

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

**Сборник статей
IX Международной
научно-практической конференции**

18-19 апреля 2022 г.

**Пенза
ПГАУ
2022**

УДК 658
ББК 65.9(2)29
П 78

Под научной редакцией кандидата экономических наук, профессора
Пензенского государственного университета **В.И. Будиной**.

Проблемы развития предприятий: теория и практика: сбор-
ник статей IX Международной научно-практической конференции
Г70 / Министерство науки и высшего образования РФ, Пензенский гос-
ударственный университет; под ред. Будиной В.И. – Пенза: Пензен.
гос. аграр. ун-т, 2022. – 215 с. –
[URL:https://mnic.pgau.ru/file/doc/konferencii/2022/Сборник МК-15-22.pdf](https://mnic.pgau.ru/file/doc/konferencii/2022/Сборник МК-15-22.pdf) . – Текст: электронный.

ISBN 978-5-00196-070-6

В сборнике статей рассматриваются вопросы социально-экономического развития России, развития финансовой системы и научно-технического прогресса, развития логистики в разных отраслях экономики, которое протекает в условиях возрастающего влияния глобализации, необходимости повышения экономической самостоятельности и конкурентоспособности производимых товаров и услуг.

The collection of articles deals with the issues of socio-economic development of Russia, the development of the financial system and scientific and technical progress, the development of logistics in various sectors of the economy, which takes place in the conditions of increasing influence of globalization, the need to improve the economic independence and competitiveness of manufactured goods and services.

УДК 658
ББК 65.9(2)29

ISBN 978-5-00196-070-6

© МНИЦ ПГАУ, 2022

УДК 338.48

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Д.Э. Абдурафиева, Э.Ф.Хузиева

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье особое внимание уделяется необходимому стратегическому развитию туристической отрасли в России. Авторами предложены цели и задачи стратегии для развития этой отрасли.

Ключевые слова: туризм, стратегия, развитие, цели, задачи, Российская Федерация

Начнём с того, что стратегия организации – это совокупность её главных целей и способов их достижения. Стратегия представляет собой комплекс мер для развития организации и сфер её деятельности. Зная теперь, что такое стратегия организации, мы можем перейти далее, к нашей теме.

Политика формирования туризма в Российской Федерации ориентирована на единое формирование внутреннего и иммиграционного туризма в Российской Федерации за счёт создания критериев для образования и развития доброкачественного и конкурентоспособного туристского продукта на внутреннем и интернациональном туристских рынках, укрепление публичной значимости туризма и обеспечение доступности туристских организаций, развлечений и оздоровления для людей Российской Федерации.

В связи с данной ситуацией в мире и ухода западных организаций с Российского рынка, туризм в России по самой России начнёт развиваться ещё больше, так как люди всё равно не перестанут сидеть дома и захотят путешествовать. Следовательно, туризм в России должен возрасти ещё больше и начнёт развиваться в новых сферах. Впрочем, динамика развития данной ветви в последние годы характеризуется ростом большинства показателей. По данным Федеральной службы государственной статистики все показатели выросли приблизительно в 1,7 раза. Туристическая сфера России сохраняет солидный запас для ускорения темпов роста и усиления значимости в формировании экономики.

Финансовая отдача от созданных в последние годы туристских организаций стабильна. Весь запас туристической ветви будет использован в наибольшей степени для привлечения туристов. За последние годы отмечается прогресс внутреннего туризма, хотя россияне и не являются столь активными туристами. Следовательно, в современных реалиях мира, теперь нужно дальнейшее продвижение доступности туристских продовольствий

для жителей нашего государства и стимулирования их к совершению путешествий.

Осуществление потенциала роста туризма в различных аспектах будет обуславливаться от качества инфраструктуры, которая призывает к непрерывному самосовершенствованию и обновлению.

Первостепенными конкурентоспособными превосходствами туризма России представляется существование большинства туристических точек притяжения туристов. Так, например, количество объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в России составляет 18, а количество всемирного природного наследия ЮНЕСКО составляет 11. По этим показателям можно сказать, что в России есть достаточно много мест которые можно посетить в качестве туриста для совершенствованию самого себя, для отдыха и развлечений, и конечно же для оздоровления.

Осуществление инициатив по развитию туризма в России предоставит кардинальный прогресс и увеличение значимости туризма по самой стране. Прежде всего к этому причисляется увеличение качества туристической сферы Российской Федерации, формирование и повышение производительности применения туристской инфраструктуры, увеличение туристической инициативности россиян, выработыванию привлекательного и конкурентоспособного продукта ради внутренних туристов, где будут содействовать инвестиции в модернизацию и обновление имеющейся инфраструктуры. Повышение качества туристического продукта разрешит повысить туристический поток, что станет стимулом для вовлечения имеющейся недозагруженной инфраструктуры.

Цели и задачи туристической отрасли

Целями стратегии являются:

- единое формирование внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счёт создания и образования наилучших условий;
- создание конкурентоспособной ветви на внутреннем и мировых рынках;
- укрепление публичной и социальной значимости туризма;
- усиление доступности Российского туризма, отдыха и оздоровления, в первую очередь для самих же россиян;

К 2035 году планируется:

- повышение средней численности сотрудников туристской отрасли;
- увеличение более чем в 3 раза числа туристских поездок по стране;
- увеличение более чем в 8 раз въездных поездок иностранных граждан в Российскую Федерацию;

Задачами стратегии являются:

- создание конкурентоспособной туристской ветви Российской Федерации;
- побуждение мотивации народа страны на свершение поездок по своей стране;
- побуждение спроса Российского туризма на внутреннем и внешнем рынке;

- увеличение доступности туристической сферы для Российских и иностранных граждан;

- улучшение порядка управления туризмом в Российской Федерации

Для решения указанных задач и достижения поставленных целей Российской Федерации необходимо:

- употреблять совокупный подход для развития туризма Российской Федерации;

- укрепление значимости туризма в патриотическом воспитании, просвещении, и формировании культурно-нравственного потенциала граждан, а в частности молодёжи нашей страны;

- гарантия межкультурной коммуникации;

- создание и развитие туристической сферы с учётом природного, культурного, народного многообразия ареалов Российской Федерации;

- формирование туризма в России с учётом наименьшего неблагоприятного влияния на природную, опоясывающую среду;

Осуществление целей стратегии Российской Федерации на повышение социальной и экономической значимости туризма в развитии страны. Всё это ориентировано на наибольшее повышение туристической ветви в Российской Федерации, безусловно для привлечения туристов, в первую очередь самих же россиян, а потом иностранных граждан.

Туризм является отраслью экономики, которая в свою очередь играет и социальную роль, и экономическую. Социальная роль туризма проявляется в удовлетворении потребностей населения в отдыхе, в оздоровлении, новых эмоций и впечатлений, и, конечно, самосовершенствовании. Условием для реализации социальной роли туристической отрасли является доступность туризма для населения.

Посреди принципиальных социальных следствий развития туризма для населения наивеличайшее значение имеют оздоровление, рост длительности жизни, усиление института семьи, умственное, духовное, созидательное развитие, патриотическое образование посредством развития детского и юношеского туризма, социальная адаптация и формирование почтения к цивилизованному и религиозному разнообразию России.

Экономическая роль туризма выражается в ускорении финансового роста Российской Федерации, обеспечении занятости населения. Туризм презентует из себя одну из отраслей с максимальными мультипликативными результатами для экономики.

Основным социально-экономическими результатами формирования туризма для населения, участвующего в формировании и оказании услуг, представляется сдвиг занятости и заработков населения, создание предпринимательской культуры.

Список использованных источников.

1. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года <https://docs.cntd.ru/document/561260503>

2. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

STRATEGIC DEVELOPMENT OF TOURISM BUSINESS IN RUSSIA IN MODERN CONDITIONS

D.E. Abdurafieva, E.F. Khuzieva

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article pays special attention to the necessary strategic development of the tourism industry in Russia. The authors propose goals and objectives of the strategy for the development of this industry.

Keywords: *tourism, strategy, development, goals, objectives, Russian Federation*

УДК 338.1

К ВОПРОСУ О ЗНАЧИМОСТИ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НИЗКОУГЛЕРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

А.А. Антипина, А.А. Фильчак¹

*Сургутский государственный университет,
г. Сургут, Россия*

В настоящее время развитие низкоуглеродной экономики играет значимую роль в рамках модернизации производственного процесса организаций и развития человеческого потенциала. Инструменты совершенствования и реализации проектов в обозначенной сфере могут иметь не только синергетический эффект, но выступать в качестве нового эффективного импульса развития региона. Авторами в статье рассмотрена актуальность и значимость перехода к низкоуглеродной экономике как одного из направлений социально-экономического развития и защиты окружающей среды. Представлен обзор значимых результатов и перспектив развития низкоуглеродной экономики в России и в Ханты-Мансийском автономно округе – Югре, ключевом регионе присутствия нефтеперерабатывающей промышленности.

Ключевые слова: *низкоуглеродная экономика, окружающая среда, зеленая экономика, промышленность, энергетические ресурсы*

В последнее время общество все чаще сталкивается с проявлениями климатического кризиса. Научные исследования показали, что глобальное потепление связано с увеличением концентрации парниковых газов в земной атмосфере. Эти изменения носят антропогенный характер, поскольку происходят в результате хозяйственной деятельности человека, связанной с энергетикой и промышленностью, лесным и сельским хозяйством. Повышение среднегодовой температуры приводит к дисбалансу всех природных систем:

¹ Научный руководитель: Морданов М. А., преподаватель

глобальному изменению климата, таянию полярных льдов и ледников, повышению уровня моря и к иным последствиям. В результате увеличивается частота экстремальных явлений, которые не только представляют серьезную угрозу населению, флоре и фауне, но и наносят экономический ущерб во всех странах. Наибольший вклад в увеличение темпов роста температуры на планете вносит энергетический комплекс. Так как при сгорании топлива помимо тепла выделяются продукты горения, такие как окись углерода и углекислый газ. Кроме того, из толщи пород выделяются парниковые газы: метан и оксид азота – которые способны поглощать и переизлучать инфракрасное излучение, что способствует нагреванию планеты. В связи с уменьшением площади лесов и все возрастающим потреблением человеком ископаемого топлива уменьшилась способность природы сохранять углерод, что приводит к увеличению концентрации углекислого газа в атмосфере и провоцирует повышение температуры на планете. Таким образом, ключевым способом в борьбе с глобальным потеплением является преобразование энергетического комплекса и переход к низкоуглеродной экономике, которая является концепцией устойчивого развития, направленной на решение данной проблемы.

Низкоуглеродная экономика – это сфера деятельности, основанная на низкоуглеродных источниках энергии, имеющая минимальный объем эмиссии парниковых газов в атмосферу, в частности двуокиси углерода [3]. Переход к низкоуглеродной экономике подразумевает отказ от использования нефти и угля. Цель – сократить количество выбросов парниковых газов в атмосферу, тем самым затормозить темпы глобального потепления. Реализация этой цели оказывает серьезное влияние на мировую экономику.

По итогам 21-й конференции Рамочной конвенции об изменении климата (РКООНИК) 12 декабря 2015 года было принято Парижское соглашение по климату [4]. Документ подписали 175 стран, в том числе и Россия. В соответствии с данным соглашением, страны должны оказывать содействие в борьбе с глобальным потеплением, а также обязуются сократить выбросы парниковых газов. Кроме того, была установлена цель – удержать повышение температуры на планете не выше 1,5 °С, а к середине века достигнуть нулевых значений [4]. Для достижения поставленных целей требуется перейти к низкоуглеродной экономике, а также изменить распределение финансовых потоков, отдавая предпочтение отраслям, способствующим сокращению выбросов парниковых газов в атмосферу. Помимо этого, каждая сторона соглашения обязуется определить цели климатической политики на 2030 год, осуществить прогнозирование до 2050 года. Так, например, Европейский Союз планирует сократить выбросы парниковых газов не менее 40 % к 2030 году в сравнение с уровнем 1990 года, а к 2050 году на 80-95% [2]. КНР ставит своей целью достижение нулевого уровня выбросов парниковых газов к 2060 году. Помимо этого, ряд стран установили целевой показатель возобновляемой электроэнергии к 2030 году: в странах ЕС-50%, во Франции – 40 %, в ФРГ – 50% [2].

Переход к низкоуглеродной экономике окажет влияние на мировые энергетические рынки, изменив их структуру. Произойдет снижение спроса

на углеводородное топливо и повысится роль возобновляемых и других «зеленых» источников энергии. Однако это неблагоприятно скажется на странах-экспортерах нефти. Основным риском для данной группы стран является потеря экспортных доходов, которые обеспечивают большую часть бюджета. Страны экспортеры-нефти будут вынуждены реорганизовать свои энергетические системы, что приведет к масштабным экономическим последствиям, охватывающим все сектора экономики. Россия является крупнейшим экспортером углеводородов в мире. В связи с этим страна может столкнуться с трудностями при переходе на низкоуглеродную экономику, так как нефтегазовые доходы являются важным компонентом государственного бюджета. В частности, доля подобных доходов в общем объеме поступлений в федеральный бюджет РФ составляет более 30%.

Мероприятия по снижению количества выбросов парниковых газов имеют положительное влияние на развитие мировой экономики. Среди которых можно выделить следующие:

- улучшение качества атмосферного воздуха, а также общего состояния экосистемы за счет снижения выброса парниковых газов. Это способствует уменьшению расходов на здравоохранение: снизится количество респираторных и онкологических заболеваний;

- развитие мирового финансового рынка за счет возникновения новых финансовых инструментов, а также бирж, ориентированных на «зеленую» энергетику;

- развитие инновационных технологий, направленных на энергоэффективность, что способствует снижению затрат на производство и логистику;

- развитие принципов экологического, социального и корпоративного управления, которые лежат в основе прозрачных международных экономических отношений.

Таким образом, переход на низкоуглеродную экономику при инвестировании в развитие технологий чистой энергии, стимулировании структурных изменений принесет экологические и экономические выгоды: сокращение рисков возникновения заболеваний среди населения благодаря снижению объемов загрязнения воздуха, а также увеличение доли участия в мировых рынках низкоуглеродной продукции.

В принятой Стратегии экономической безопасности России изменение структуры мирового спроса на энергоресурсы, развитие энергосберегающих и зеленых технологий отнесено к основным вызовам и угрозам экономической безопасности страны [6]. Для реализации поставленных целей по регулированию антропогенных выбросов в 2021 году был утвержден Федеральный № 296-ФЗ «Об ограничении выбросов парниковых газов». В соответствии с законом утвержден государственный учет выбросов парниковых газов, установлены целевые показатели их сокращения, предусмотрена поддержка деятельности по сокращению выбросов и увеличению поглощения парниковых газов. В качестве одного из последствий вступления в силу обозначенного закона можно рассматривать реорганизацию предприятий про-

изводственного сектора экономики. Подобная деятельность сопровождается значительными финансовыми вложениями. Стоит отметить системы субсидирования и льготного кредитования низкоуглеродных проектов, поддержку исследовательских программ и обширную налоговую программу, которые уже заявлены Правительством РФ. В рамках главного сценария Стратегии долгосрочного развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года – ежегодное инвестирование в течение 2012-2050 гг. примерно 1,3 трлн долл. в 10 ключевых секторов (в том числе, лесное хозяйство, водное хозяйство, энергетика, промышленность, транспорт, утилизация и переработка отходов) [5]. Данные меры поддержки смогут обеспечить плавный переход от линейной экономики к экономике замкнутого цикла. Вместе с этим поддержка низкоуглеродных проектов подразумевает значительное сокращение в сферы производство углеродоёмкой продукции, которая составляет основу энергетики, промышленности, транспорта, авиации и отходов. Переустройство таких значимых сфер потребует инвестиций и создание научных баз. Поэтому меры перехода к новой модели развития должны в максимальной степени исключать прямые государственные расходы, но и быть сосредоточены на стимулировании частных инвестиций в зелёные сектора экономики, перераспределении субсидий в пользу возобновляемой энергетики. Международное энергетическое агентство прогнозирует снижение доли инвестиций в системы снабжения энергией на основе ископаемого топлива с 56% в 2010-2017 гг. до 18-38% в 2026-2040 гг., и увеличение доли инвестиций в безуглеродную генерацию и энергосбережение с 31% до 46-64% [1].

Возвращаясь к вопросу научно-исследовательских баз, стоит отметить, что на территории Российской Федерации уже создано 11 действующих карбоновых полигонов, главной целью которых выступает разработка и испытание технологий контроля баланса климатических активных газов природных экосистем. Неизбежным будет введение запретов на использование отдельных видов продукции и осуществление отдельных видов деятельности, например, запрет продажи автомобилей с бензиновыми или дизельными двигателями, запрет на строительство угольных электростанций и подключения новых жилых зданий к газовым сетям. Также с большой вероятностью будет лицензирование деятельности по продаже автомобилей с низкими параметрами энергоэффективности, по управлению отходами. Таким образом, запрет определенных видов продукции вынудит некоторые предприятия сменить свою деятельность или приспособить под новые требования.

Тем не менее, стоит отметить, что открываются новые возможности для участия в новых рынках энергии и технических решений. На наш взгляд, период формирования данных рынков в ближайшее десятилетие будет завершен. Если, в 2020 году электростанции на газе обеспечивали 50% суммарной установленной мощности, то к 2050 году их доля снизится до 34% [5]. При этом доля возобновляемых источников энергии (ветряные и солнечные электростанции) должна вырасти с 1 до 26%, а доля электростанций на угле упадет с 16 до 5% [5].

Для Ханты-Мансийского автономного округа – Югры тема низкоуглеродной экономики особенно актуальна, так как на ее территории сосредоточены крупнейшие месторождения углеводородного сырья и работают основные добывающие предприятия страны. Концентрация промышленного производства выше средних значений по России в четыре раза, и новая мировая экологическая политика затрагивает их особенно заметно. Современные тенденции, связанные с энергетическим переходом, показывают, что времени для модернизации экономики на благоприятных для Югры условиях осталось сравнительно немного. На территории округа сформирован высокий инвестиционный потенциал для низкоуглеродной экономики. Однако на данный момент существует необходимость формирования научной и технологической базы для инвестиционных проектов в этой отрасли, что позволит диверсифицировать энергетический сектор.

Исчерпание ресурсного потенциала региона и утрата экономической специализации могут привести к обострению вызовов социально-экономического развития. Совершенствование на базе существующей инфраструктуры нефтяной отрасли образовательного и научно-исследовательского направления, обучение кадровых ресурсов в области низкоуглеродной экономики – могут стать одним из ключевых направлений Югры в области «зеленой экономики». Зависимость экономики округа от нефтегазодобывающей отрасли сложно переоценить в связи с этим, возникает необходимость обратить внимание на те направления диверсификации экономики Югры, которые смогут сохранить рабочие места и позволят создать эффективную экономическую систему региона, соответствующую новым тенденциям. Также, по мнению властей, приоритетными направлениями по достижению углеродной нейтральности являются развитие технологий улавливания, транспортировки, хранения и утилизации углерода. Для смены экстенсивного типа развития экономики региона и перехода к низкоуглеродной экономике необходима последовательная реализация экономических и управленческих решений, направленных на регулирование антропогенного воздействия на окружающую среду путем инвестирования в развитие технологий чистой энергетики и создание карбоновых полигонов.

Список использованных источников.

1. Аналитический доклад «О международных подходах к разработке и внедрению принципов, мер и механизмов «зелёной» экономики» [Электронный ресурс] // Евразийская экономическая комиссия. – URL: https://eec.eaeunion.org/upload/medialibrary/939/Doklad_Zelenaya_ekonomika_PDF_sayt.pdf (Дата обращения 10.04.2022).
2. Европейская Комиссия предложила социально-экономические преобразования для достижения климатических целей [Электронный ресурс] // Представительство Европейского союза в Российской Федерации. – URL: <https://goo.su/PDYkOr> (Дата обращения 05.04.2022).
3. Низкоуглеродная экономика [Электронный ресурс] // Портал о топливно-энергетическом комплексе. – URL: <https://neftegaz.ru/tech-library/economy/148153-nizkouglerodnaya-ekonomika/> (Дата обращения 10.04.2022).

4. Парижское соглашение [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – URL: <https://www.un.org/ru/climatechange/paris-agreement> (Дата обращения 04.04.2022).

5. Распоряжение Правительства РФ от 29.10.2021 N 3052-р «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

6. Указ Президента РФ от 13.05.2017 N 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / СПС «Консультант Плюс».

THE SIGNIFICANCE AND PROSPECTS OF LOW-CARBON ECONOMY DEVELOPMENT

A.A. Antipina, A.A. Filchak

*Surgut State University,
Surgut, Russia*

Nowadays, the development of low-carbon economy plays a significant role in the modernization of not only the production process of organizations, but also the development of human potential. Tools for improvement and implementation of projects in the designated areas can have not only a synergistic effect, but also act as a new effective impetus for the development of the region. The authors consider the relevance and significance of the transition to a low-carbon economy as one of the directions of socio-economic development and environmental protection. It provides an overview of the significant results and prospects of low-carbon economy development in Russia and in Khanty-Mansi Autonomous Okrug – Ugra, the key region of oil refining industry presence.

Keywords: *low-carbon economy, environment, green economy, industry, energy resources*

УДК 339.13

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Д.А. Ануфриев, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье изучена роль маркетинга в поддержании конкурентоспособности. Были приведены примеры и анализ основных проблем маркетинга на предприятиях.

Ключевые слова: *маркетинг, маркетинговые проблемы, маркетинговые исследования*

Построение любого бизнеса в современном обществе подразумевает создание такой структуры, которая позволяет приносить прибыль, решать социально-этические проблемы, повышать благосостояние людей. В условиях конкурентной рыночной экономики наибольшее воздействие на решение этих проблем оказывает маркетинг.

Роль и значение маркетинга и маркетинговых исследований в коммерческой деятельности предприятия в основном определяется тем, что маркетинг раскрывает потенциальные возможности производства и сбыта товара, разрабатывает оптимальную товарную политику, определяет набор инструментов для стимулирования спроса, создает эффективную систему товародвижения, позволяет изучить и прогнозировать состояние и развитие рынка.

На данный момент большая часть предприятий в России испытывает множество проблем с построением эффективного маркетинга. Российские компании находятся в нестабильных условиях ведения бизнеса, это во многом осложняет построение маркетинговой системы. Помимо того, что в России сложнее грамотно выстроить маркетинг чем в США и странах Евросоюза, к тому же этим не особо хотят заниматься руководители организаций. Также не стоит забывать, что рыночная экономика в России появилась относительно недавно. Все эти факторы влияют на относительную отсталость развития маркетинга в условиях российского рынка.

Для подробного разбора проблем маркетинга на предприятиях нужно разделить эти проблемы на внешние и внутренние.

Внешние проблемы:

- Политико-экономическая нестабильность в России. Кризисы 2008, 2014, 2018, 2020 годов, а также сегодняшняя нестабильная политическая ситуация, которая во многом изолирует российский бизнес от внешних рынков показывает насколько трудно ставить стратегические задачи на предприятии.

- Низкое количество и качество отечественных научных работ в сфере маркетинга. Это во многом связано с относительно недавним переходом страны на рыночную экономику.

- Сложность переноса зарубежного опыта в работу предприятий. Причиной этому является затяжная интеграция России в европейский рынок, которая, по всей видимости, на данный момент срывается политическими событиями.

- Низкий уровень подготовки кадров в университетах и непосредственно на рабочих местах. Не для кого не секрет, что высшее образование на западе значительно опережает российское, где подготовка специалистов по маркетингу является довольно новым направлением.

- Несовершенство российского законодательства. Это приводит ко множеству попыток различных предприятий обойти закон, что приводит к невозможности использования передовых бизнес-моделей.

- Низкий уровень конкуренции во многих сегментах рынка.

Внутренние проблемы:

- Отсутствие маркетингового отдела. Как не странно во многих компаниях маркетингового отдела попросту нет, его задачи распределяются на других работников, что конечно понижает эффективность работы компании.

- Неэффективная работа маркетингового отдела. Во многом это происходит по причине отсутствия четкого видения, понимания проблем и путей их решения. Зачастую, на старых предприятиях сбытовой отдел просто переименовали в маркетинговый, не меняя принципы его работы.

- Затрудненный поиск квалифицированных кадров. На данный момент спрос на маркетологов значительно превышает предложение на рынке труда.

- Отсутствие четкого плана стратегического развития компании. Без стратегического планирования крайне трудно выстроить маркетинг в компании.

- Высокая стоимость проведения маркетинговых исследований. Подробное изучение работы рынка требует большого количества затрат, многие компании предпочитают обходиться без этого.

Это только основная часть проблем маркетинга на российских предприятиях. На маркетинг предприятия также влияет его местоположение, род деятельности, количество сотрудников, уровень конкуренции и другие немаловажные факторы.

Все эти проблемы в той или иной степени сказываются на российских предприятиях, что конечно затормаживает экономику страны. Однако, стоит отметить, что многие компании научились преодолевать все эти преграды, такие компании на своем примере показывают, что благодаря маркетингу компании прекрасно могут расти в условиях российской рыночной системы. Так как маркетинг в России получил широкое распространение относительно недавно, с годами он постепенно будет развиваться, будут проделаны множества научных работ, появятся новые высококвалифицированные специалисты, руководители компаний поймут, что маркетинг является важнейшим инструментом продвижения бизнеса и начнут всерьез заниматься подготовкой кадров и работой отдела.

Список используемых источников.

1. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 559 с.

2. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом: учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 238 с.

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 315 с.

MARKETING PROBLEMS IN THE ENTERPRISE

D.A. Anufriev, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article examines the role of marketing in maintaining competitiveness. Examples were given and analysis of the main problems of marketing in enterprises.

Keywords: *marketing, marketing problems, marketing research*

СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ ДЕТЕРМИНАНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.А. Арошидзе

*Сибирский государственный университет путей сообщения,
г. Новосибирск, Россия*

В статье систематизированы основные подходы к определению сбалансированности применительно к экономическим системам, процессам и явлениям. Представлена авторская точка зрения на понимание сбалансированности в контексте устойчивого развития предприятий, сформулированы требования к соответствующей методике оценки.

Ключевые слова: устойчивое развитие, детерминанты, сбалансированность, коэффициенты

В экономике сбалансированность как характеристика выступает наиболее часто в области финансов относительно бюджетов всех уровней, включая предприятия. В таком контексте сбалансированность представляет собой «состояние бюджетов хозяйственной системы предприятия, региона, государства, при котором доходы и расходы уравновешены, близки или равны друг другу» [1, с.109].

Сбалансированность применяется и относительно прочих аспектов, связанных с характеристикой хозяйственной системы, при этом среди всех уровней наименее часто на уровне предпринимательских структур.

Так, Алымов А.Н. приходит к выводу, что сбалансированность связана с обеспечением «четкой согласованности и надлежащей пропорциональности во всех подразделениях общественного производства во всех отраслях и сферах экономики и во всех регионах» [2, с.189].

Акцентирует внимание на согласованности, а не на пропорциях развития Фигурнова А.П., отмечая, что сбалансированность «характеризует развитие общества, экономические процессы которого осуществляются в определенном согласовании» [2, с.189].

Особое положение в практике научно-исследовательской деятельности по данной тематике занимают работы Клейнера Г.Б., посвященные системной сбалансированности, которая трактуется им в качестве «пропорциональности размеров четырех системных секторов при примерном равенстве интенсивности обмена между соседними секторами» [3, с.124].

В целом можно утверждать, что в научных исследованиях прямо или косвенно в качестве синонимов сбалансированности довольно часто употребляются такие термины, как пропорциональность и согласованность, подтверждением чему являются рассмотренные точки зрения ряда авторов. В первом случае имеется в виду соблюдение пропорциональных соотношений, которые при этом должны являться и рациональными с точки зрения

конкретной структуры, во втором случае – соответствие в развитии экономических систем.

Кроме того, сбалансированность отождествляется авторами с равновесием, оптимальностью, синхронностью функционирования систем и динамики их составляющих элементов; в некоторых случаях наблюдается даже отождествление сбалансированности и устойчивости [4, с.56].

Интересно, что некоторые авторы, например Одинцов Б.Е., Романов А.Н. отмечают противоречивость «развития» системы и ее «сбалансированности», выражая это через соотношение с понятием стабильности. Объяснением выступает тот факт, что развитие предполагает процесс непрерывных изменений (переход в новые состояния) в то время, как стабильность представляет собой способность системы возвращаться в состояние равновесия. Сбалансированность в свою очередь связана с обеспечением баланса между развитием и стабильностью [5, с.102-103].

С другой стороны, устойчивое и сбалансированное развитие выступают как синонимы в целом ряде исследований. В данном контексте авторами (например, Гранберг А.Г., Данилов-Данильян В.И., Лосев К.С., Циканов М.М.) отмечаются неточности перевода термина «sustainable development», который может означать также сбалансированное, гармоничное развитие. При этом сторонниками данного подхода отдается предпочтение «сбалансированному», аргументируя это отсутствием способности у развития быть устойчивым (в связи с диалектикой понятий при их стандартном рассмотрении). В этой связи развитие в аспекте экономических, социальных и экологических интересов, по мнению данной группы авторов, следует определять как «сбалансированное» [6].

Надо отметить, что в своем большинстве происходит просто замена понятий, и в традиционной триаде при объединении составляющих в центр помещается «сбалансированное развитие» вместо «устойчивого».

На взгляд автора данной статьи, сбалансированность в контексте устойчивого развития предприятия не следует отождествлять с равенством итоговых показателей детерминант по критериям. Сбалансированность должна являться отражением схожести между собой данных показателей и выражаться через возможность объединения их в определенные группы определенным образом, и при этом учитывать однородность сформированного данными группами пространства.

Следовательно, при оценке сбалансированности детерминант устойчивого развития должны учитываться вышеотмеченные характеристики, при этом применяться относительно самих показателей детерминант, формируемых ими пар, а также групп, которые в свою очередь формируются этими парами.

Кроме того, обязательным условием проводимой оценки должен являться учет степени преобладания пар показателей, соответствующих требованиям схожести, и вариации классификационных признаков, на основании которых представляется возможным их объединить.

В заключении отметим, что показатель сбалансированности необходимо рассматривать совместно с показателем устойчивого развития с тем, чтобы исключить возможные искажения реальной картины, когда низкие значения показателей устойчивости или даже неустойчивость одних детерминант компенсируются более высокими значениями устойчивости по другим.

С другой стороны, отдельное рассмотрение показателя сбалансированности также не является корректным, так как даже значительная сбалансированность детерминант не свидетельствует об устойчивом развитии и не позволяет определить его уровень.

Список использованных источников.

1. Болтов, Р.В., Карелин, О.И., Семашко, А.В. Сбалансированность развития территорий / Р.В. Болтов, О.И. Карелин, А.В. Семашко // Евразийский Союз Ученых. – 2016. – № 4-1(25). – С.109-110.

2. Немирова, Г.И., Чайко, Ю.В. Теоретические подходы к определению содержания категории «Сбалансированность» / Г.И. Немирова, Ю.В. Чайко // Актуальные вопросы экономических наук. – 2011. – №21-1. – С. 186-191.

3. Клейнер, Г.Б. Устойчивость российской экономики в зеркале системной экономической теории: часть 2 / Г.Б. Клейнер // Вопросы экономики. – 2016. – № 1. – С. 117-138.

4. Палаш, С.В. Структурная сбалансированность экономики: государственные программы промышленного развития в Российской Федерации / С.В. Палаш // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2017. – Т. 10. – № 1. – С. 53-72.

5. Одинцов, Б.Е. Моделирование процесса приведения предприятия в сбалансированное состояние / Б.Е. Одинцов, А.Н. Романов // Управленческие науки. – 2016. – Т. 6. – № 2. – С. 101-112.

6. Стратегия и проблемы устойчивого развития России в 21 веке / Под ред. А.Г. Гранберга, В.И. Данилова-Данильяна, М.М. Циканова, Е.С. Шопхоева. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2002. – 414 с.

BALANCE OF DETERMINANTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

A.A. Aroshidze

*Siberian State University of Communications,
Novosibirsk, Russia*

The article systematizes the main approaches to determining the balance in relation to economic systems, processes and phenomena. The author's point of view on the understanding of balance in the context of sustainable development of enterprises is presented, the requirements for the appropriate assessment methodology are formulated.

Keywords: sustainable development, determinants, balance, coefficients

ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В PROJECT EXPERT

Д.М. Баркова, М.А.Полякова

Пензенский филиал, ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Пенза, Россия

В статье рассматривается роль и место имитационного моделирования в системе анализа финансовой деятельности компании. Изучаются возможности программного продукта Project Expert как инструмента имитационного моделирования финансовой деятельности организации.

Ключевые слова: *финансовая деятельность, имитационное моделирование, аналитические системы, Project Expert*

Развитие информационных технологий предоставляет компаниям широкие возможности в применении новейших методик анализа данных для формирования комплексной информации о финансовой деятельности организации. К таким методикам, в частности, относится создание финансовых моделей. Среди многообразия технологий компьютерного и математического моделирования можно выделить средства создания имитаций какой-либо деятельности – имитационное моделирование. Основа данной деятельности заключается в задании определенных числовых значений и получении вероятностных прогнозов.

Актуальность рассматриваемой темы состоит в том, что в современных экономических условиях, характеризующихся высоким уровнем неопределенности и вероятностью возникновения непредвиденных ситуаций, важно придерживаться наиболее оптимального плана развития компании. Имитационное моделирование позволяет спрогнозировать, просчитать и принять наиболее эффективные финансовые и инвестиционные решения с учетом множества факторов, оказывающих влияние на деятельность организации. В связи с чем, в настоящее время механизмы имитационного моделирования финансовой деятельности компании приобретают особую значимость.

Среди многообразия программных продуктов, осуществляющих построение имитационных моделей финансовой деятельности организации, выделим широко распространенную аналитическую систему Project Expert. В программе Project Expert, разработанной компанией «Эксперт Системс» (в то время носившей название «Про-Инвест Консалтинг»), с помощью ввода параметров деятельности фирмы и факторов внешней среды пользователь может создать достоверную компьютерную имитационную модель конкретной компании [4, с. 12].

При этом в Project Expert особое внимание уделяется бизнес-планированию и оценке инвестиционных проектов. Изменяя параметры экономической модели организации, можно анализировать, к каким последствиям приводят принятые решения или изменения внешних факторов, оказывающих

влияние на деятельность компании. Учитывая, что в ходе расчетов используются трудно прогнозируемые факторы, в частности, показатели инфляции, планируемые объемы реализации и т.д., для разработки бизнес плана и анализа эффективности инвестиционного проекта применяется сценарный подход. Суть такого подхода заключается в проведении альтернативных расчетов с данными, соответствующими различным вариантам развития проекта [2, с. 113].

Рассмотрим подробнее возможности аналитической системы Project Expert. В процессе построения финансовой модели компании пользователю программы необходимо ввести исходные данные, касающиеся деятельности фирмы. Так, необходимо создать:

1. План производственной деятельности – при моделировании в Project Expert достаточно ввести сведения о продукции и объемах ее производства, о фактическом и необходимом оборудовании, о количестве и стоимости сырья и материалов, сведения о персонале и заработной плате, о производственных затратах и общих издержках. Project Expert позволяет построить график производства и издержек, связав математической зависимостью выбранные параметры финансовой модели компании, например, производственные возможности организации и прогнозируемую емкость рынка.

2. Организационный план – включает сведения о форме собственности, типе организационной структуры компании, знакомит с распределением полномочий и ответственности в организации [1, с. 102].

В ходе моделирования финансовой деятельности организации в системе Project Expert так же необходимо учесть влияние факторов внешней среды: особенности системы налогообложения, прогнозные оценки инфляции, колебания валютных курсов и др.

3. Финансовый план компании – включает показатели финансово-экономической деятельности фирмы, такие как структура и состав активов, обязательств и капитала, т.е. данные исходного бухгалтерского баланса организации. Аналитическая система Project Expert автоматически на основе сведений, содержащихся в финансовом плане, определяет необходимый для покрытия дефицита капитала объем финансовых ресурсов в каждый расчетный период. Так же в Project Expert решается задача управления свободными денежными средствами.

Когда построение модели организации завершено, Project Expert предоставляет возможность просчитать разные сценарии развития компании. В процессе расчетов программа автоматически генерирует бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств, отчет об изменениях капитала. Project Expert формирует также таблицы финансовых показателей, включающие следующие группы данных: показатели ликвидности, рентабельности, деловой активности, устойчивости, эффективности инвестиций, а так же результаты анализа чувствительности инвестиционного проекта, анализа безубыточности, статистического анализа, результаты доходных и сравнительного методов оценки стоимости бизнеса и пр. [3, с. 101].

В дальнейшем пользователь на основе построенной модели может многократно проводить анализ финансовой деятельности компании, моделировать различные направления развития фирмы, пути реализации инвестиционных проектов, прогнозировать степень влияния внешних факторов («what-if» анализ) и прочее. По результатам анализа формируется общий отчет, включающий обширный перечень сформированных ранее документов (графиков, таблиц, текстовых описаний), которые можно сгруппировать и отредактировать, добавляя собственные комментарии.

В заключение отметим основные достоинства и недостатки аналитической системы Project Expert (таблица 1).

Таблица 1 – Положительные и отрицательные стороны Project Expert

Положительные стороны	Отрицательные стороны
Широкие возможности (календарный план; программа продаж и производства по видам производимой продукции с возможностью учета сезонности, условий поставок и оплаты; нормы расхода каждого вида сырья на единицу производимой продукции и пр.)	Отсутствие функции проведения сравнительного анализа всех имеющихся в системе показателей
Есть возможность управления собственным капиталом, инвестиционными вложениями; возможность оптимизации размера заемных средств компании; наличие функций анализа распределения прибыли и поиска налоговых льгот	Невозможность создать отличные друг от друга варианты проекта на любой стадии разработки
Возможность внести информацию о курсах валют, уровне инфляции по видам доходов и затрат, ставках по заемным средствам и пр.	Отсутствие многооконного режима и необходимость пересчета данных после внесения каждого изменения
Возможность определения доходности отдельных подразделений и точки безубыточности по каждому виду продукции	Отсутствие предупреждений о некорректно внесенной информации или ошибке
Наличие множества итоговых отчетов с подробным текстовым описанием и др.	-

Таким образом, как и любая программа, аналитическая система Project Expert имеет свои достоинства и недостатки. Однако применение данной программы существенно облегчает работу пользователей, повышая производительность труда, качество и оперативность решений, поэтому каждой компании в современных условиях хозяйствования следует стремиться совершенствовать свою деятельность за счет использования систем имитационного моделирования.

Список использованных источников.

1. Казанкина, О.А. Значение информационных технологий в финансовом планировании предприятия / О.А. Казанкина // ИБР. – 2019. – №2 (31). – С. 99-104.

2. Молодецкая, С.Ф. Формирование методик поддержки принятия решений в условиях неопределенности / С.Ф. Молодецкая // Вопросы управления. – 2020. – №4 (65). – С. 102-114.

3. Самойлов, А.Д. Использование современных технологий в финансовом анализе предприятия / А.Д. Самойлов // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №3-2. – С. 100-103.

4. Суропов, Б.М. Характеристика компьютерных программ в области анализа, прогнозирования и планирования деятельности предприятия / Б.М. Суропов // Вестник науки и образования. – 2021. – №5-2 (108). – С. 11-14.

SIMULATION OF A COMPANY'S FINANCIAL ACTIVITY IN PROJECT EXPERT

D.M. Barkova, M.A. Polyakova

*Penza branch FSFEI HE "Financial University under the Government
of the Russian Federation", Penza, Russia*

The article discusses the role and place of simulation modeling in the system of analysis of the financial activities of the company. The possibilities of the Project Expert software product as a tool for simulating the financial activities of an organization are being studied.

Keywords: *financial activity, simulation modeling, analytical systems, Project Expert*

УДК 331.108

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ

Ю.А. Бачек, Н.А. Анисимова, А.А. Полежаева

*Красноярский институт железнодорожного транспорта – филиал ИрГУПС,
СибГУ им. М.Ф. Решетнева, г. Красноярск, Россия*

В статье рассмотрена важность обучения и развития для сотрудников компаний через статистику международных агентств. Так же рассмотрен вопрос о выстраивания системы обучения персонала в торговых компаниях на основании проблематики высокой текучести кадров. Выделены направления трансформации системы обучения персонала и ключевые аспекты при построении стратегии обучения и развития сотрудников торговой компании.

Ключевые слова: *система обучения персонала, обучение персонала, развитие персонала, текучесть кадров, ритейл, торговая компания*

Программы обучения и развития сотрудников имеют решающее значение для повышения эффективности работы сотрудников. В современных

условиях быстро развивающейся экономики и в условиях научно-технического прогресса обучение приобретает большую важность.

На рисунке 1 приведены статистические данные мировых агентств, которые отражают важность обучения и развития для сотрудников.

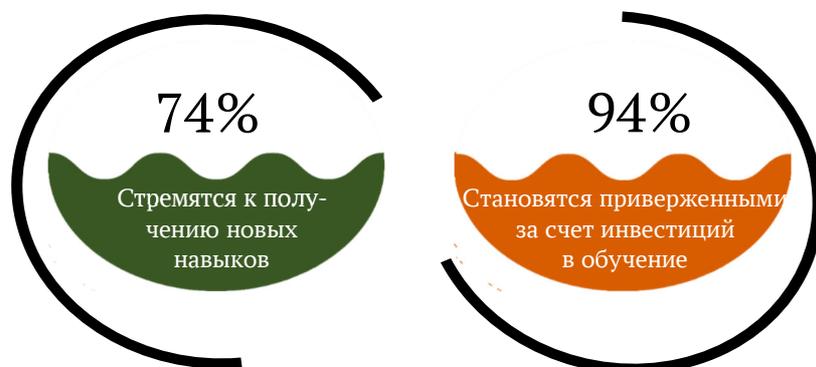


Рисунок 1 – Статистика важности обучения для сотрудников [2]

Следует отметить, что средняя текучесть кадров в розничных магазинах составляет более 60% и может достигать 80% [1]. Из-за высокой текучести, в системе обучения следует делать акцент на обучение новых работников.

Таким образом можно выделить ключевые аспекты при построении стратегии обучения и развития на будущее с целью поддержания предприятия в работоспособном состоянии и снижения текучести кадров:

- опережающее обучение (мониторинг компетенций и обновление курсов, оценка компетенций сотрудников на основе отчета или проекта) [4];
- внутренние коммуникации (корпоративные чаты в мессенджерах, форма обратной связи на корпоративном сайте);
- командное обучение (взаимное и социальное обучение в группах);
- автономия в процессе обучения (возможность выбора);
- персонализация обучения (индивидуальное планирование обучения, реструктуризация курсов);
- непрерывное обучение (образовательные льготы на внешние курсы, возможность проходить обучение внутри компании);
- обеспечение всеми возможными ресурсами (микрообучение, тренинги, VR/AR, СДО и др.) [3, 5];
- активизация инновационного потенциала (проектная деятельность, научная деятельность, аутсорсинг работников для выработки интегрированной стратегии и др.);
- мотивация обучения (поощрение рационализаторской деятельности и за результаты обучения);
- формирование культуры обучения (информационная прозрачность системы обучения на сайте, в облаке или через электронную рассылку);
- внутренний аудит системы обучения с помощью адаптированной методики COSO, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – Адаптированная методика COSO для исследования системы обучения персонала в торговой организации

Элементы системы	Составляющие элементов	Оценка / баллы	Оценка / %
Контрольная среда	Методы контроля обучения. Методы отслеживания освоенности компетенций. Методы оценки компетенций.	1-10	10-100
Формы и методы обучения	Очное / дистанционное. На рабочем месте / с отрывом от производства. Индивидуальное / групповое. Традиционное обучение / активное / индивидуальное.	1-10	10-100
Контрольные процедуры	Оценка эффективности системы обучения. Оценка удовлетворенности персонала.	1-10	10-100
Информация и коммуникация	Средства учебного процесса. Средства обратной связи.	1-10	10-100
Мониторинг	Мониторинг актуальных компетенций. Мониторинг потребностей сотрудников.	1-10	10-100
Итоговый средний уровень эффективности системы в целом:			

Данная методика проводится с помощью опроса сотрудников отдела кадров по каждому составляющему элементу. В итоге делается заключение об общей эффективности системы. Рекомендуемый уровень 75% и выше.

Таким образом, в торговых компаниях система обучения персонала сосредоточена на максимальном обучении новых сотрудников, чтобы вновь принятый персонал уже был всему обучен. В свою очередь, чтобы повысить удовлетворенность и лояльность сотрудников, работающих в компании длительное время, а также, чтобы удержать новых сотрудников, делается акцент на мотивирование, предлагая в качестве стимула обучение отдельным развивающим программам и возможность принимать участие в развитии компании.

Список использованных источников.

1. Dopson, E. How to Build a Retail Employee Training Program (And Why You Should) / E. Dopson // Shopify Retail Blog. – URL: <https://www.shopify.com/retail/employee-training> (дата обращения: 05.02.2022)
2. Nguyen, S. 49 Impressive Employee Training & Development Statistics (2021). / S. Nguyen. // Whatfix. – URL: <https://whatfix.com/blog/employee-training-statistics/> (дата обращения: 05.02.2022)
3. Бачек, Ю. А. Диджитализация системы обучения персонала в холдинге ОАО «РЖД» / Ю. А. Бачек, В. А. Воронов // Интеллектуальный потенциал человека в системе современных научно-образовательных процессов: материалы Второй Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Томск: Издательство научно-технической литературы, 2021. – С. 174-184.
4. Бачек Ю.А., Яркова С.А., Кутузова А.В., Анисимова Н.А., Якимова Л.Д. Формирование системы опережающего обучения персонала // Экономика труда. – 2022. – Том 9. – № 3. – С. 703-716.

5. Кутузова, А. В. Диджитализация системы обучения персонала в холдинге ОАО «РЖД» / А. В. Кутузова, Ю. А. Бачек, В. А. Воронов // Инновационные технологии на железнодорожном транспорте: Труды XXV Всероссийской научно-практической конференции КрИЖТ ИрГУПС. В 2-х томах / Редколлегия: В.А. Погорцев (отв. ред.) [и др.]. – Красноярск: Красноярский институт железнодорожного транспорта, 2021. – С. 26-31.

TRANSFORMATION OF THE TRAINING AND DEVELOPMENT SYSTEM OF A TRADING COMPANY IN CONDITIONS OF HIGH STAFF TURNOVER

Y.A. Bachek, N.A. Anisimova, A.A. Polezhaeva

*Krasnoyarsk Institute of Railway Transport – branch of IrGUPS,
SibGU named after M.F. Reshetnev, Krasnoyarsk, Russia*

Through the statistics of international agencies, the importance of training and development for company employees is considered. The course of building a personnel training system in trading companies based on the problems of high staff turnover is highlighted. The directions of transformation of the personnel training system and key aspects in the construction of the strategy of training and development of employees of a trading company are highlighted.

Keywords: *personnel training system, personnel training, personnel development, staff turnover, retail, trade*

УДК 338.001.36

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Н. В. Беляев¹, С.В. Кунев²

¹*Чебоксарский кооперативный институт (филиал), г. Чебоксары, Россия*

²*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск, Россия*

В статье рассматриваются факторы, оказывающим воздействие на хозяйственную деятельность АО «Саранский приборостроительный завод»: конкуренция, потребители, партнеры поставщики. На основании этого определена интегральная оценка рискованности для исследуемого предприятия при выборе деловых партнеров.

Ключевые слова: *внешняя среда, конкуренция, конкуренты, риск делового сотрудничества, выживание фирмы*

Приборостроительная отрасль в России является одной из самых динамичных. На рынке приборов для измерения различных физических величин присутствуют значительное количество производителей. Вместе с тем, особенность рынка такова, что в нем видны четко прорисованные ниши, которые фактически соответствуют группам средств измерений по основным физическим величинам.

В настоящее время позиция АО «СПЗ» на рынке изделий специального назначения в 2021 г. специалистами завода оценивается как устойчивая. Высокие значения финансово-экономических показателей обусловлены реализуемой государственной программой по модернизации специальной техники и заключению новых государственных оборонных заказов на ее производство, а также увеличению экспортных заказов на продукцию специального назначения [1].

К факторам, оказывающим воздействие на хозяйственную деятельность АО «Саранский приборостроительный завод» следует отнести:

а) Конкуренты. Продукция завода конкурентоспособна. Одновременно приборостроительную отрасль отличает интенсивность и высокая динамика конкурентных процессов.

б) Потребители. Все направления деятельности АО «Саранский приборостроительный завод» ориентированы на максимальное удовлетворение ожиданий потребителей. Сбор и анализ информации о них - функция отдела продаж.

в) Товары-заменители. Полной замены средствам измерения физических величин для контроля параметров технологических процессов в обозримом будущем не предвидится.

г) Партнеры. Залогом успешного и устойчивого развития предприятия являются добросовестные и финансово стабильные партнеры, поэтому данный фактор имеет ключевое значение в деятельности завода.

д) Поставщики. Поставки комплектующих и материалов, используемых для производства продукции АО «Саранский приборостроительный завод», напрямую влияют на его экономическую деятельность.

Уровень оплаты труда в регионе присутствия предприятия - один из факторов обеспечения его кадрового потенциала. Показатель реальных доходов населения РМ за 2021 г. увеличился на 4,2 %. Показатель средней заработной платы также увеличился. Вместе с тем, оценка статистических данных показывает, что с относительной точки зрения уровень заработной платы в РМ крайне низкий и среди регионов ПФО регион занимает последнее место по доходам граждан.

Следующим этапом анализа внешней среды предприятия является оценка рисков делового сотрудничества на основе изучения показателей деятельности контрагентов. Российские предприятия ведут активный поиск надежных деловых партнеров для получения дополнительных возможностей выхода на новые рынки сбыта или доступа к новым источникам сырья. Надежность партнерских отношений, обеспечивает не только выживание фирмы, но и ее устойчивое развитие [2].

Основными партнерами АО «СПЗ» являются: АО «Тамбовмаш», НПФ «Раско», ОАО НПП «Исток» им. А. И. Шокина, АО «Ремдизель», ООО НПО «Газкомплект», ООО «КЗ «Цветлит», ООО «Новые композитные материалы», ООО «Завод Холодмаш» [3]. Проверка и оценка деятельности потенциального контрагента предполагает изучение его репутации.

На основе проведенного анализа можно сказать, что все партнеры АО «СПЗ» находятся на рынке достаточно давно и не являются фирмами-однодневками. Третьим важным показателем состояния микросреды предприятия является риски платежеспособности [4]. Одним из главных факторов надежности контрагента является его финансовая дисциплина, которая характеризуется своевременным перечислением денежных средств или поставкой товаров, выполнением работ и услуг, способностью погашать свои долговые обязательства в краткосрочный и долгосрочный периоды, иными словами - платежеспособность контрагента. Анализ данных позволил выявить, что АО «Ремдизель», ООО «КЗ «Цветлит» и ООО «Завод Холодмаш» имеют низкую платежеспособность, что характеризует указанные предприятия, как ненадежных партнеров. Оценка рассматриваемых рисков для каждого контрагента АО «Саранский приборостроительный завод» за 2021 г. (таблица 1).

Таблица 1 – Ранжирование контрагентов по уровню риска делового сотрудничества в 2021 г.

Контрагент	Участие контрагента в судебных разбирательствах в качестве ответчика	Период функционирования компании, лет	Платежеспособность (коэффициент текущей ликвидности)	Интегральная оценка фактора риска	Ранг
ОАО НПП «Исток»	44,8	1,2	4,76	16,92	1
ООО «КЗ «Цветлит»	38	4,6	0,7	14,43	2
АО «Тамбовмаш»	14,8	5,4	2,66	7,62	3
ООО «Завод Холодмаш»	19,2	1,4	0,56	7,5	4
АО «Ремдизель»	11,6	5,2	1,12	5,97	5
НПФ «Раско»	6,4	3	2,87	4,09	6
ООО НПО «Газ комплект»	1,2	1,8	6,3	3,1	7
ООО «Новые композитные материалы»	2,4	2,2	2,73	2,44	8

Таким образом, сбор информации о компаниях, с которыми взаимодействует фирма, является неотъемлемым процессом хозяйственной деятельности и важным этапом деловой разведки. Последствия сделок с недобросовестными контрагентами могут оказать отрицательное влияние на экономическую деятельности компании. Ущерб может варьироваться от незначительного до катастрофического и зависит от масштабов заключаемой сделки. С целью обеспечения экономической безопасности, необходимо проявлять осмотрительность и проводить оценку применительно к потенциальным контрагентам и лицам, юридически наделенным правом подписи. Изучив показатели деятельности контрагентов АО «Саранский приборостроительный завод», мы выяснили, что ОАО НПП «ИСТОК», ООО «КЗ «Цветлит», АО «Тамбовмаш» и ООО «Завод Холодмаш» в силу неудовлетворительных значений показателей ликвидности, частого участия в судебных разбирательствах в качестве ответчика и малому периоду присутствия на рынке не могут быть оценены как надежные партнеры.

Список использованных источников.

1 Корпоративный сайт АО «Саранский приборостроительный завод» – Режим доступа: <https://www.saranskpribor.ru/> (дата обращения: 15.04.2022).

2 Миркин Н. В. Исследование макроэкономических условий функционирования российских производителей электротехнической продукции / Н. В. Миркин, С. В. Кунев // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, Принтиз, 2020. – С. 184-187.

3 Сергеева И. А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия / И. А. Сергеева. - Пенза. : Изд-во ПГУ, 2018. - 122 с.

4 Шмелева Н. А. Методика анализа проблемы адаптации конкурентной стратегии предприятия к условиям внешней среды / Н. А. Шмелева // Аллея науки. - 2018. - № 13. - С. 568-572.

ANALYSIS OF FACTORS OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION N. V. Belyaev¹, S.V. Kunev²

¹*Cheboksary Cooperative Institute (branch), Cheboksary, Russia*

²*N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia*

The article discusses the factors that affect the economic activities of JSC "Saransk Instrument-Making Plant": competition, consumers, partners, suppliers. Based on this, an integral assessment of riskiness for the enterprise under study was determined when choosing business partners.

Key words: *external environment, competition, competitors, business cooperation risk, firm survival*

УДК 338.001.36

ДЕЛОВАЯ РАЗВЕДКА КАК УСЛОВИЕ СНИЖЕНИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Н. В. Беляев¹, С.В. Кунев²

¹*Чебоксарский кооперативный институт (филиал), г. Чебоксары, Россия*

²*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск, Россия*

В статье рассматривается сущность неопределенности внешней среды и ее виды, сделаны выводы об усложнении адаптации организации к факторам внешней среды в условиях роста ее турбулентности. Современным инструментом нивелирования данной тенденции является применение деловой разведки, отличающейся от промышленного шпионажа реализацией исключительно в рамках правового поля.

Ключевые слова: *организация, неопределенность внешней среды, деловая разведка, внешняя среда, промышленный шпионаж*

Неопределенность внешней среды - объективный фактор хозяйственной деятельности. Рыночный успех каждого предприятия в ее условиях зависит от способности своевременно распознавать и использовать существующие возможности, предопределяемые внешней средой и принимать решения, направленные на минимизацию обусловленных ею экономических рисков.

В экономической науке сущность понятия «неопределенность внешней среды» определяется неоднозначно. Неопределенность воспринимается в качестве меры информации в тех случаях, когда данные о возможном состоянии и изменении внешней среды полностью или частично отсутствуют. Неопределенность представляет собой недостаток информации о будущих вероятностных событиях и «предполагает неполноту и неточность информации, ведущую к непроечитываемой многовариантности ожидаемого результата».

Норкин О. Р. и Парфенова С. С. выделяют два вида неопределенности [1]:

- статистическая - обусловлена случайностью, ее анализ основан на использовании законов случайных событий;

- реальная - возникает, когда неизвестно, какой из факторов (законов) влияет в данном конкретном случае на событие.

Представители институционального направления экономической науки обосновали, что важнейшим условием снижения степени риска является преодоление неопределенности внешней и внутренней среды экономической деятельности. Так, благодаря работам таких известных экономистов, как Дж. Акерлоф, М. Спенс и Дж. Стиглиц была сформулирована теория асимметричной информации. Суть данной теории заключается в том, что некоторые участники рынка имеют гораздо большую информацию о товарах и услугах чем другие, то есть, информация между субъектами рыночных отношений распределена асимметрично.

Таким образом, наличие актуальной информации о текущих и возможных изменениях во внешней среде, позволяет снизить уровень неопределенности и турбулентности. Наиболее действенным инструментом получения данных и сведений является деловая разведка.

В современной науке не существует однозначного и общепринятого понятия «деловой разведки», поэтому разные авторы толкуют его неоднозначно. Это, безусловно, свидетельствует о незавершенности процесса становления концепции деловой разведки. Сказанное справедливо как для отечественной, так и для зарубежной практики. Сравнительный анализ наиболее известных работ, посвященных рассматриваемой научной проблеме, показывает, что наряду с термином «деловая разведка» используются категории «конкурентная разведка», «бизнес-разведка», «маркетинговая разведка» и т. д.

В большинстве отечественных и зарубежных источников «конкурентную разведку» рассматриваются как направление деятельности в рамках деловой разведки, направленное на достижение цели: получение и анализ данных о конкуренте (имущественных, финансовых и управленческих ресурсах, возможностях и уязвимости).

Маркетинговую разведку можно охарактеризовать как вид деятельности, которая связана со сбором актуальной информации о том, как происходят изменения во внешней маркетинговой среде, что необходимо для разработки и корректировки маркетинговых планов. Маркетинговую разведку может считать неотъемлемой частью сложных процессов, которые связаны с принятием решения со стороны руководства компании при взаимодействии с внешней средой [3].

Таким образом, по-нашему мнению, деловая разведка - профессиональный вид деятельности, направленный на повышение экономической эффективности деятельности субъектов хозяйствования, посредством снижения неопределенности внешней среды, преодоления асимметрии информации и минимизации внешних экономических рисков и предполагающий сбор, проверку (верификацию), обработку, анализ и синтез данных в разрезе различных аспектов хозяйственной деятельности и дальнейшее использование информации для решения стратегических, тактических и текущих задач.

Деловую разведку ошибочно отождествляют с промышленным шпионажем. Их отличает то, что деловая разведка действует в рамках правовых норм и использует исключительно законные методы. Главным источником информации для аналитиков деловой разведки служат открытые источники. В практике деловой разведки разработаны специальные методы, позволяющие собирать, анализировать и структурировать несвязанные данные для получения на их основе полной, достоверной и релевантной информации. Использование методов деловой разведки является не только экономически целесообразным, но и выгодным, поскольку позволяет предотвратить возникновение ущерба за счет минимизации рисков. В отдельных случаях, деловая разведка позволяет своевременно идентифицировать вновь открывшиеся возможности, обеспечить и реализовать конкурентные преимущества [4].

Таким образом, указанное объясняет важность деловой разведки в качестве фактора развития бизнеса. При этом особое значение имеет разработка внутренних механизмов анализа внешней бизнес-среды, направленных на выявление «сигналов раннего предупреждения», их оценки и прогнозирования возможных последствий, разработки превентивных мероприятий и вариантов реагирования на вызовы внешней среды.

Список использованных источников.

1. Заикин М.С. Исследование макроэкономических условий функционирования российских фармацевтических компаний / М.С. Заикин, С.В. Кунев // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, Принтиз, 2020. – С. 184-187.

2. Миркин Н. В. Исследование макроэкономических условий функционирования российских производителей электротехнической продукции / Н. В. Миркин, С. В. Кунев // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, Принтиз, 2020. – С. 184-187.

3. Сергеева И. А. Комплексная система обеспечения экономической безопасности предприятия / И. А. Сергеева. - Пенза. : Изд-во ПГУ, 2018. - 122 с.

4. Шмелева Н. А. Методика анализа проблемы адаптации конкурентной стратегии предприятия к условиям внешней среды / Н. А. Шмелева // Аллея науки. - 2018. - № 13. - С. 568-572.

BUSINESS INTELLIGENCE AS A CONDITION FOR REDUCING THE UNCERTAINTY OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT OF THE ORGANIZATION

N. V. Belyaev¹, S.V. Kunev²

¹*Cheboksary Cooperative Institute (branch), Cheboksary, Russia*

²*N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia*

The article discusses the essence of the uncertainty of the external environment and its types, draws conclusions about the complexity of the organization's adaptation to environmental factors in the conditions of its turbulence growth. A modern tool for leveling this trend is the use of business intelligence, which differs from industrial espionage by its implementation exclusively within the legal framework.

Keywords: *organization, environmental uncertainty, business intelligence, external environment, industrial espionage*

УДК 338.001.36

К ВОПРОСУ ОБ ИНФРАСТРУКТУРЕ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Н. В. Беляев¹, С.В. Кунев²

¹*Чебоксарский кооперативный институт (филиал), г. Чебоксары, Россия*

²*Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск, Россия*

В статье рассматриваются созданные в Республике Мордовия инструменты, призванные обеспечить стимулирование развития регионального малого и среднего бизнеса. Их применение координируется Министерства экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия. На основании их функциональных возможностей сделаны выводы о достаточном уровне развития инфраструктуры поддержки развития малого и среднего бизнеса в регионе.

Ключевые слова: *малый бизнес, инфраструктура, технопарк, венчурный фонд, инвестиции, кредитование*

Инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса - совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных, коммерческих организаций, непосредственно обеспечивающая нормальные условия жизнедеятельности (оперативное оказание услуг) и процесс воспроизводства малого бизнеса в целом.

Элементы инфраструктуры малого и среднего бизнеса Республики Мордовия представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Инфраструктура поддержки малого и среднего бизнеса в Республике Мордовия [1]

Инфраструктура поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия	Объекты инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Мордовия
Государственные структуры	<p>Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия (г.о. Саранск);</p> <p>Комитет Государственного Собрания РМ по экономической политике, предпринимательству и собственности (г.о. Саранск);</p> <p>Бизнес-инкубатор «Молодежный» (г.о. Саранск);</p> <p>Автономное учреждение (АУ) «Гарантийный фонд кредитного обеспечения РМ» (г.о. Саранск);</p> <p>Центр инноваций социальной сферы РМ (г.о. Саранск);</p> <p>Микрокредитная компания «Фонд поддержки предпринимательства РМ» (г. о. Саранск);</p> <p>Автономное учреждение микрофинансовая организация «Региональный центр микрофинансирования РМ» (г.о. Саранск);</p> <p>Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки предпринимательства РМ» (г.о. Саранск);</p> <p>Центр поддержки экспорта Республики Мордовия;</p> <p>Автономное учреждение «Технопарк - Мордовия» (г.о. Саранск);</p> <p>Государственное бюджетное учреждение «Мордовский республиканский молодежный центр» (г.о. Саранск).</p>
Организации, содействующие развитию предпринимательства	<p>Бизнес-центр (ООО «Центр-Бизнеса») (Ардатовский муниципальный район);</p> <p>Бизнес-центр (ООО «ТПО Союз») (Торбеевский муниципальный район);</p> <p>Информационно-правовой центр поддержки малого предпринимательства (ООО «Бизнес-центр») (Чамзинский муниципальный район);</p> <p>Бизнес-центр (ООО «Консультант») (Темниковский муниципальный район).</p>
Общественные объединения предпринимателей	<p>Совет предпринимателей при Главе РМ (г.о. Саранск);</p> <p>Мордовская республиканская организация профсоюза работников среднего и малого бизнеса (г.о. Саранск);</p> <p>Мордовская республиканская организация профсоюза работников торговли, общественного питания, потребительской кооперации и предпринимательства РФ «Торговое единство» (г.о. Саранск);</p> <p>Мордовское региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» (г.о. Саранск);</p> <p>Ассоциация крестьянских (фермерских) хозяйств РМ «Нива» (г.о. Саранск);</p> <p>Мордовский торгово-промышленный союз содействия предпринимательству (г.о. Саранск).</p>

Сотрудниками Министерства экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия осуществляется постоянное консультирование граждан, желающих организовать собственное дело, субъектов малого и среднего бизнеса, в том числе начинающих, по вопросам ведения предпринимательской деятельности и возможностям получения государственной поддержки. За 2021 г. консультацию получили 200 человек.

Автономное учреждение «Гарантийный фонд кредитного обеспечения Республики Мордовия» (Фонд содействия кредитованию) создано в целях предоставления услуг по обеспечению доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к кредитным ресурсам банков для обеспечения выполнения взятых на себя обязательств и содействия в увеличении числа кредитоспособных и финансово устойчивых малых и средних предприятий.

Управляющая компания «ПРОФИНВЕСТ», являющаяся членом Союза «Торгово-промышленная палата Республики Мордовия» и в управлении которой находятся [2]:

1. Закрытый паевой инвестиционный фонд смешанных инвестиций «Региональный фонд инвестиций в субъекты малого и среднего предпринимательства Республики Мордовия»;

2. Закрытый паевой инвестиционный фонд особо рискованных (венчурных) инвестиций «Региональный венчурный фонд инвестиций в малые предприятия в научно-технической сфере Республики Мордовия».

В республике также функционирует Центр поддержки экспорта Республики Мордовия. Его деятельность направлена на стимулирование субъектов малого и среднего предпринимательства к участию во внешнеэкономической (экспортной) деятельности, а также оказание содействия выходу субъектов малого и среднего предпринимательства на иностранные рынки товаров, услуг и технологий.

Все услуги и содействие, предоставляемые со стороны Центра поддержки экспорта, оказываются субъектам малого и среднего предпринимательства на безвозмездной основе. Центр занимается подготовкой обзоров потенциальных рынков сбыта за рубежом и оказание иных консультационных услуг по запросу субъектов малого и среднего предпринимательства, продвижением информации о компании за рубежом, поиском потенциальных партнеров-субъектов МСП для иностранных компаний и инвесторов и др.

Большое значение для республики имеет Автономное учреждение «Технопарк-Мордовия». Это территория благоприятных условий по разработке и коммерциализации инноваций, где объединены научные организации, высшие учебные заведения и производственные предприятия. Технопарк объединяет существующую инновационную инфраструктуру и предприятия

Республики Мордовия в единый механизм, создает дополнительные стимулы для развития малого и среднего бизнеса, включая малые научные предприятия при вузах и НИИ [3].

В целом в Мордовии создана достаточно серьезная инфраструктура поддержки бизнеса. Но, как видно из анализа, почти все объекты поддержки предпринимательства сосредоточены в г. о. Саранске и лишь несколько организаций в районах республики. Нередко функции объектов инфраструктуры дублируются, что, впрочем, не мешает им успешно развиваться. Это обусловлено тем, что спрос на бизнес-услуги со стороны предпринимателей растет.

Руководители предприятий и предприниматели все более высоко оценивают не только доступ к финансовым ресурсам, но и важность обучения, повышения квалификации, профессиональных знаний в области права и финансов и многие другие преимущества, которые дает взаимодействие с объектами инфраструктуры поддержки предпринимательства.

Список использованных источников.

1 Центр поддержки предпринимательства Республики Мордовия. - URL: <http://cprml3.ru/> (дата обращения: 15.04.2022)

2 Миркин Н. В. Исследование макроэкономических условий функционирования российских производителей электротехнической продукции / Н. В. Миркин, С. В. Кунев // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, Принтиз, 2020. – С. 184-187.

3 Информация о мерах государственной поддержки субъектов предпринимательской деятельности, включая меры поддержки институтов развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adm-saransk.ru/about/business/fin%20support.php> (дата обращения: 15.04.2022)

4 Стратегия развития малого и среднего предпринимательства на период до 2030 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-mordovia.ru/gosudarstvennaya-vlast-rm/ministerstva-i-vedomstva/mintorg/novosti/strategiya-razvitiya-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-na-period-do-2030-goda/> (дата обращения: 15.04.2022)

TO THE QUESTION OF INFRASTRUCTURE FOR SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA

N. V. Belyaev¹, S.V. Kunev²

¹Cheboksary Cooperative Institute (branch), Cheboksary, Russia

²N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia

The article discusses the tools created in the Republic of Mordovia, designed to stimulate the development of regional small and medium-sized businesses. Their application is coordinated by the Ministry of Economy, Trade and Entrepreneurship of the Republic of Mordovia. Based on their functionality, conclusions were drawn about the sufficient level of infrastructure development to support the development of small and medium-sized businesses in the region.

Key words: *small business, infrastructure, technology park, venture fund, investment, lending*

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ

Н. В. Беляев¹, С.В. Кунев²

¹Чебоксарский кооперативный институт (филиал), г. Чебоксары, Россия

²Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева», г. Саранск, Россия

В статье рассматриваются существующую в Республике Мордовия систему поддержки развития малого и среднего бизнеса, включающую органы региональной исполнительной власти: Правительством Республики Мордовия, Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия, Министерство финансов Республики Мордовии. Также реализуются проекты, направленные на улучшение предпринимательской среды.

Ключевые слова: предпринимательство, финансовая поддержка, организация, программы социально-экономического развития, региональная экономическая политика.

Вопросы развития предпринимательства, создания благоприятных условий для малого и среднего предпринимательства, финансовой и имущественной поддержки малого и среднего предпринимательства являются приоритетами в развитии экономики Республики Мордовия. Проанализируем деятельность органов власти, которые управляют и определяют основные ориентиры развития предпринимательства в регионе.

К мерам, осуществляемым Правительством Республики Мордовия, и прямо или косвенно влияющим на деятельность субъектов предпринимательства относятся [1]:

- создание условий для функционирования единого рынка, демонополизации экономики, развития предпринимательства;
- обеспечение проведения в Республике Мордовия единой государственной промышленной политики, содействие росту промышленного производства;
- организация разработки и осуществления мероприятий по развитию сельского хозяйства в Республике Мордовия, продовольственному обеспечению населения Республики Мордовия;
- привлечение инвесторов с целью финансирования программ социально-экономического развития Республики Мордовия;
- направление и координация работ министерств и иных исполнительных органов государственной власти Республики Мордовия;
- осуществление контроля за исполнением и соблюдением министерствами, иными исполнительными органами государственной власти Республики Мордовия Конституции РФ и Республики Мордовия, федеральных законов и иных нормативных правовых актов Российской Федерации и Республики Мордовия, а также контроля за их деятельностью.

Министерство экономики, торговли и предпринимательства Республики Мордовия осуществляет государственную политику в области развития внутреннего потребительского рынка, малого и среднего предпринимательства.

Министерство финансов Республики Мордовии при формировании проектов республиканского бюджета Республики Мордовия на соответствующие годы включают программы развития предпринимательства в перечень республиканских целевых программ, подлежащих финансированию за счет средств республиканского бюджета, и ежегодно уточняют объемы ассигнований на их реализацию [2].

На сегодняшний день в регионе реализуется государственная программа «Экономическое развитие Республики Мордовия» в рамках которой работает подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства на 2016-2024 годы».

В Мордовии с 2019 г. идет работа по 5 региональным проектам: «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности»; «Расширение доступа субъектов МСП к финансовой поддержке, в том числе к льготному финансированию»; «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства»; «Популяризация предпринимательства», «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации».

Первый проект - «Улучшение условий ведения предпринимательской деятельности». Основные задачи проекта [3]:

- снижение административной нагрузки на малые и средние предприятия;
- расширение имущественной поддержки субъектов МСП, доступа субъектов МСП к предоставляемому на льготных условиях имуществу (не меньше 306 объектов к 2024 г.);
- создание благоприятных условий для деятельности самозанятых граждан.

Второй проект - «Расширение доступа субъектов МСП к финансовой поддержке, в том числе к льготному финансированию». На сегодняшний день сформирован реестр проектов субъектов малого и среднего бизнеса, желающих получить финансовую поддержку, и направлен банкам республики. В программе льготного кредитования по сниженной ставке до 8,5 % годовых на территории республики участвуют ведущие банки: ПАО Банк «ФК Открытие», АО КБ «ФораБанк», Банк ВТБ (ПАО), Банк «Газпромбанк» (АО), АО «Райффайзенбанк», ПАО РОСБАНК, ПАО «Сбербанк России», АО «Альфа-Банк», Банк «Возрождение» (ПАО), АО «Россельхозбанк», ПАО «Совкомбанк», АКБ «АКТИВ БАНК» (ПАО). По этой программе можно взять кредиты.

Третий проект - «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства». В конце 2019 г. открылся центр «Мой бизнес», который предоставляет следующие виды услуг: финансовые (кредитные, гарантийные); консультации и образовательную поддержку; экспортную поддержку;

поддержку социального предпринимательства; поддержку создания и модернизации производств; поддержку женского предпринимательства; услуги акционерного общества «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства».

Четвертый проект - «Популяризация предпринимательства». Под руководством опытных действующих предпринимателей будут организованы бесплатные образовательные программы по основам финансовой грамотности, навыкам ведения предпринимательской деятельности.

Пятый проект - «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации». В 2019 г. был создан Центр компетенции в сфере сельскохозяйственной кооперации и поддержки фермеров. Центр проводит обучение и консультации фермеров.

Таким образом, в регионе сформированы организационные основы для поддержки предпринимательской деятельности. Однако существующей нормативно-правовой базы недостаточно и необходимы дополнительные меры для развития предпринимательства, особенно для стимулирования в направлении формирования спроса на инновации, на результаты научно-технической деятельности.

Список использованных источников.

1 Центр поддержки предпринимательства Республики Мордовия. - URL: <http://cpprml3.ru/> (дата обращения: 15.04.2022)

2 Миркин Н. В. Исследование макроэкономических условий функционирования российских производителей электротехнической продукции / Н. В. Миркин, С. В. Кунев // Научные исследования в социально-экономическом развитии общества : Материалы Национальной научно-практической конференции. В двух частях. Саранск, Принтиз, 2020. – С. 184-187.

3 Официальный портал органов государственной власти Республики Мордовия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.e-mordovia.ru/> (дата обращения: 15.04.2022)

ORGANIZATIONAL AND LEGAL FRAMEWORK FOR REGULATION AND SUPPORT OF ENTREPRENEURSHIP IN THE REPUBLIC OF MORDOVIA

N. V. Belyaev¹, S.V. Kunev²

¹Cheboksary Cooperative Institute (branch), Cheboksary, Russia

²N. P. Ogarev Mordovia State University, Saransk, Russia

The article discusses the existing system in the Republic of Mordovia to support the development of small and medium-sized businesses, including regional executive authorities: the Government of the Republic of Mordovia, the Ministry of Economy, Trade and Entrepreneurship of the Republic of Mordovia, the Ministry of Finance of the Republic of Mordovia. Projects aimed at improving the business environment are also being implemented.

Keywords: *entrepreneurship, financial support, organization, socio-economic development programs, regional economic policy.*

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ В ПРОЦЕССЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Р. И. Бикбулатов, О. Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

Термин «управление» можно толковать широко и узко. В широком смысле это система осознанных и определённых правил и норм, которые приводят человеческие ресурсы в соответствие с долгосрочной стратегией компании или предприятия. В более узком смысле, это набор конкретных правил, желаний и ограничений (часто бессознательных), которые реализуются как в непосредственном контакте между сотрудниками, так и в отношениях между сотрудниками и всей организацией. Как осуществляется управление персоналом в организации? Почему управление персоналом является основой социального развития организации?

Ключевые слова: *концепция управления персоналом, персонал организации, социальная эффективность, социальное развитие организации.*

Концепция управления персоналом – система теоретико-методологических взглядов на понимание и определение сущности, содержания, целей, задач, критериев, принципов и методов управления персоналом, а также организационно – практических подходов к формированию механизма её реализации в конкретной организации [5, с. 43].

Персонал организации – самый сложный объект управления. В отличие от материальных активов, люди могут принимать решения самостоятельно и оценивать свои потребности. Кроме того, персонал – это команда, каждый человек которой имеет свои интересы и очень чувствителен к влияниям со стороны руководства. Современные концепции управления человеческими ресурсами в процессе предпринимательской деятельности основаны на признании возрастающей важности личности сотрудника, изучении его мотиваций, умении их правильно формировать и адаптировать к стратегическим целям компании. Система управления в процессе предпринимательской деятельности традиционно состоит из двух подсистем: управляемой – объекта управления и управляющей – субъекта управления [7, с. 13]. Основой управления персоналом является перераспределение, формирование, планирование и рациональное использование человеческих ресурсов. Между управляемой и управляющей подсистемами происходит постоянное взаимодействие. Все больше внимания уделяется проблеме разработки и внедрения технологий и методов стимулирования и мотивации в современном управлении персоналом [2, с. 44].

Развитие менеджмента в XX веке сопровождалось быстрым изменением общественного мнения и осознания роли людей в производстве. Прак-

тический опыт и научные исследования позволили сформировать важнейшие концепции управления человеческими ресурсами. Управление человеческими ресурсами – это совокупность видов деятельности, направленных на привлечение, развитие и удержание эффективной рабочей силы в организации [9, с. 3].

В современной литературе обычно выделяют две группы целей управления: организационные и личные. Организационные цели как правило, связаны с обеспечением эффективности компании.

Социальная эффективность в процессе предпринимательской деятельности проявляется в уровне достижения индивидуальных целей сотрудников и характеризует удовлетворение ожиданий, желаний, потребностей и интересов сотрудников в процессе управления. Кроме того, социальное воздействие имеет два основных аспекта: ориентация на работу и ориентацию на отношения. Рыночные взаимоотношения прогнозируют прежде всего юридическую самостоятельность субъектов-собственников и собственников трудовой силы, структурирование между ними отношений сотрудничества, признания и уважения интересов, утверждения социальной объективности и социального мира в организации [6]. Социальное формирование организации прогнозирует качественные изменения к лучшему в её социальной среде, в материальных, социальных и духовно-нравственных требованиях, в которых работают и живут сотрудники организации [1, с. 4].

Социальное развитие в процессе предпринимательской деятельности должно быть в первую очередь направлено на улучшение социальной структуры персонала, его демографической и профессиональной квалификации, в том числе регулирование количества сотрудников, повышение общего уровня образования, культуры и специальных знаний, на усовершенствование эргономических, гигиенических и гигиенических и других условий труда, охраны труда и техники безопасности и регулирование безопасности работников, необходимо стимулирование материальным вознаграждением, а также моральное поощрение за эффективную работу, создание и поддержание здоровой социально-психологической атмосферы в коллективе, оптимальных межличностных и межгрупповых связей, раскрытие интеллектуального и морального потенциала каждого человека, удовлетворённость совместной работой, обеспечение социальной защиты работников, повышение уровня жизни работников и членов их семей [11, с. 53].

Социальные технологии управления – это особый вид социальных технологий, это специфическая теория, наука, исследующая процессы целенаправленного воздействия на социальные объекты, разрабатывающая эффективные способы и приёмы такого воздействия. Человек в организации, функционирующей по принципам теории интеллектуального капитала, рассматривается как меняющаяся самодостаточная система, поэтому главными считаются принципы самоорганизации, гибкости и мягкости систем управления персоналом. В целом они совпадают с положениям социального менеджмента, где социально-личностные свойства и классификации персонала рассматриваются как фундаментальные [4, с. 14].

Суть социальной технологии в процессе предпринимательской деятельности кроется в прагматичном раздроблении деятельности или процесса на процедуры и операции, которые реализуются заранее, намеренно и систематический и строятся с мониторингом особенностей сферы деятельности. Значит, рационализаторский аспект во главу угла расставляет такие функциональные особенности социальных технологий, как организованность, обучаемость, ясность и чёткость манипуляций и операций [5, с. 43].

В процессе управления социальным функционированием организации подчеркивают ряд системно связанных процессов, каждый из которых приобретает независимое значение. Такими процессами являются – внедрение информационной базы о состоянии объекта управления социальным формированием организации, оценка состояния (уровня социального развития) объекта, его социального ресурса и выявление существующих трудностей, проведение специальных исследований (социологических, социально-экономических, социально-психологических) с целью описания действенных путей применения социальных ресурсов организации и урегулирование социальных проблем, модернизация управленческих решений, ориентированных на увеличения показателя социального формирования объекта, разработка плана социального развития и реализация управленческих решений и мониторинг [8].

Обнаружение сильных и слабых сторон организации (внутренние факторы) и их сопоставление с возможностями и опасностями рынка (внешние факторы) позволяет проанализировать действительные предпосылки её приспособления к внутренней структуре, изменения, происходящие во внешней среде, определяют необходимость стратегического подхода к развитию и работе организации, выделяют готовность персонала управлять организацией на основе чётко сформулированных высших целей и принципов управления. Определяется качество условий трудовой жизни – престижность работы, чувство безопасности, уверенности, удовлетворённости работников организации, включая управленческий персонал.

Расчёт статуса социального развития в процессе предпринимательской деятельности позволяет сравнивать организации в определённой сфере и определять динамический статус их социального развития на протяжении лет [12, с. 9]. Эта информация позволяет оценить политику организации в области социальной ответственности и сформировать адекватную систему взаимоотношений с профсоюзами, государственными и местными органами власти.

Социальное управление в процессе предпринимательской деятельности решает две основные задачи: формирование и повышение готовности предпринимателей к социальной деятельности, и обеспечение их включенности в социальную деятельность. Современные организации стремятся к трудовой мобильности своего персонала, предлагая конкурентоспособную заработную плату, влияет и быстро меняющиеся условия внешней среды – экономическая ситуация, законодательство, политическая ситуация, на ко-

торые необходимо оперативно реагировать руководству организации. Обеспечение жильём, спортивными, культурными и образовательными учреждениями, требует стабильного и прочного потенциала организации [3, с. 22].

Организации в зависимости от своих масштабов, формы собственности, подчинённости, местоположения могут располагать как собственной инфраструктурой, так и осуществлять кооперацию с другими организациями и муниципальными органами. Но в любом случае забота о социальной инфраструктуре является важнейшим условием по управлению социальным развитием организации. Эффект от реализации мероприятий, направленных на совершенствование системы управления персоналом, может проявиться как в среднесрочной, так и в долгосрочной перспективе. Социальное развитие организации – это изменение к лучшему в её социальной среде, достижение желаемых перемен в условиях труда, быта и досуга работников, которое осуществляется по таким направлениям, как создание единого статуса для всех работников, равенство в отношениях, социальное партнёрство, создание тождественности интересов руководителя и сотрудников, равенство в возможностях продвижения по карьерной лестнице, забота о нуждах работника, повышение профессионализма менеджеров.

Система управления человеческими ресурсами состоит из ряда принципов и методов управления человеческими ресурсами и состоит из пяти взаимосвязанных элементов, таких как кадровая политика, подбор персонала, оценки персонала, расстановка кадров и обучения сотрудников [10].

Список использованных источников.

1. Анфилатов В.С. Системный анализ в управлении: учеб. пособие / В.С. Анфилатов. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 368 с.
2. Батулин В.К. Общая теория управления: учебное пособие / В.К. Батулин. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 487 с.
3. Блэйк Р.Р. Научные методы управления / Р.Р., Блэйк, Д.С. Мутон [пер. с англ. И. Ющенко]. – М.: Прогресс, 2016. – 274 с

MANAGEMENT OF SOCIAL DEVELOPMENT IN THE PROCESS OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

R.I. Bikbulatov, O.N. Pushkarev

*Kazan power state university,
Kazan, Russia*

The term "management" can be interpreted broadly and narrowly. In a broad sense, it is a system of conscious and defined rules and regulations that bring human resources in line with the long-term strategy of a company or enterprise. In a narrower sense, it is a set of specific rules, desires and restrictions (often unconscious) that are implemented both in direct contact between employees and in the relationship between employees and the entire organization.

Key words: *the scope of the concept of the organization of personnel management, organization personnel requires organization, social efficiency, goals of social development motivation of the organization.*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

К.А. Воронина

*Московский государственный институт международных отношений (университет)
Министерства иностранных дел Российской Федерации, г. Москва, Россия*

В статье раскрывается сущность международного маркетинга как концепции управления, обозначаются сфера применения и субъекты данной концепции. Детально рассмотрены составляющие элементы маркетинговой деятельности компании на основе анализа концепции маркетинг-микс (концепция 5P). Обозначены особенности товарной, ценовой, сбытовой, кадровой политик и политики продвижения (коммуникационной политики).

Ключевые слова: *международный маркетинг, товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика, политика продвижения, кадровая политика, маркетинг-микс, концепция 5P, конкуренты*

Международный маркетинг представляет собой маркетинговую концепцию управления, которая позволяет изучить условия внешней и внутренней среды отдельного зарубежного рынка, выявить особенности, которые существуют на мировых рынках и проанализировать запросы зарубежных потребителей с целью максимального удовлетворения их потребностей за счет адаптации своего производства к существующим условиям на глобальных рынках товаров и услуг, а также путем правильной разработки маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение товаров и услуг, что, безусловно, должно соответствовать стратегическим направлениями развития компании.

Ввиду того, что в настоящее время мы можем наблюдать за такими процессами, как интернационализация, миграция и глобализация, в рамках которых происходит перемещение товаров, услуг, капитала и рабочей силы, международный маркетинг приобретает черты экспортного маркетинга, а ряд авторов рассматривают эти понятия как синонимы. Тем не менее, исходя из практики нельзя утверждать, что международный маркетинг нужно понимать и рассматривать исключительно как экспортный, то есть как простая форма эффективного сбыта за рубежом. Международный маркетинг – это понятие широкое и комплексное, а значит более сложное.

Концепция международного маркетинга применяется за пределами границ государства и внутри него, например, если фирма является частью организации, которая ведет деятельность за рубежом, будучи её филиалом или дочерней компанией, или, если компания является аффилированной. Международный маркетинг напрямую соотносится прежде всего с Транснациональными корпорациями (ТНК) и с, так называемыми, международными монополиями, поскольку их маркетинговая деятельность распространяется

за рубеж, а затем используется на зарубежных рынках предприятиями меньшего размера. [1]

Основная идея, философия фирмы в сфере предпринимательской деятельности, с международной точки зрения, – это международный маркетинг, который делает возможным реально находить пути, чтобы оптимизировать прибыли компаний в масштабах всего земного шара.

Совсем недавно внутренний национальный маркетинг считался предпочтительным, но сегодня преобладающей формой маркетинга принято считать именно международный маркетинг со всеми его особенностями. Внутренний национальный маркетинг остается его одной из составляющих частей. К тому же, национального маркетинга в чистом виде уже нет из-за того, что он утратил своё значение ввиду мировых тенденций, которые влияют на развитие каждой компании и мирового бизнеса вообще.

Для более детального понимания отличительных особенностей международного маркетинга, необходимо обозначить его субъектов, среди которых можно выделить следующие:

- Фирмы, которые осуществляют свою деятельность за рубежом;
- ТНК;
- Филиалы/дочерние компании;
- Фирмы, находящиеся под контролем из-за рубежа.

Для того, чтобы фирма функционировала эффективно и обладала конкурентными преимуществами по сравнению с фирмами-конкурентами, ей необходима разработка грамотной маркетинговой стратегии, которая предусматривает использование специальных навыков и компетентную информацию для осуществления своих стратегических целей и задач. [2]

Наибольшее значение в международном маркетинге уделяется оптимизации товарной, ценовой, сбытовой политике и политике продвижения, которые оказывают влияние на стимулирование сбыта на внешних рынках.

Понимание того, что ту или иную фирму окружают фирмы-конкуренты и какой товар такие фирмы могут предложить потребителям своего сегмента – это недостаточные знания для того, чтобы разработать правильную маркетинговую программу. Необходимо более глубокое изучение рынка, его тенденций, анализ конкретного потребительского сегмента, потребительских запросов, уровня доходов потребителей и т.д.

Необходимо внедрять конкурентные преимущества, инновационные товары, чтобы компания и её товар обладали специфическими особенностями и отличительными чертами от аналогичных товаров, которые предлагают фирмы-конкуренты. Одна из задач маркетинга является разработка большого количества различных маркетинговых мероприятий на разных стадиях жизненного цикла товара (ЖЦТ): от стадии выхода товара на рынок до стадии ухода товара с рынка, и здесь задача маркетолога состоит в том, чтобы продлить его жизненный цикл.

Таким образом, основная часть маркетинговых мероприятий приходится на стадии зрелости и спада.

Составляющие маркетинговой деятельности можно описать комплекс мер воздействия на рынок или ввести понятие маркетинг-микс (5P), который включает товарную (product), ценовую (price), сбытовую (place), коммуникационную (promotion) и кадровую политику (people). Маркетинг-микс используется фирмами, чтобы максимально эффективно добиться поставленных целей и задач сфере маркетинга в различных областях: от выбора потребительского сегмента до установления цены товара. [3]

Маркетинг-микс понимается как структурное взаимодействие и интеграция составляющих частей маркетинговой работы, объединенных в одну программу, которая помогает оценить производственные возможности фирмы, средства и ресурсы для осуществления целей и определить перспективные направления деятельности.

Данный термин был введен в 1953г. маркетингологом Нилом Борденом. Эта модель элементов маркетинга используется и сегодня, однако она существенно расширена. Сначала использовалось понятие 4P, которое включало: товарную, ценовую, сбытовую политики и политику продвижения (коммуникационную политику). Модель 4P казалась некоторым маркетингологам не совсем точной и полной, поэтому стали появляться новые модели, которые также используются в современном маркетинге – 5P, 6P, 7P и даже 9P.

Все элементы этих моделей являются компонентами маркетинговой деятельности с точки зрения продавца, поэтому профессор Колумбийского университета США Роберт Лотерборн создал новую концепцию 4C. Такая концепция демонстрирует все составляющие элементы маркетинг-микс со стороны покупателя. Соотнесения концепций 4P и 4C представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Соотнесения концепций 4P и 4C

Концепция 4P	Концепция 4C
Товар (product)	Решение проблемы покупателя (Customer solution)
Цена (price)	Затраты покупателя (Consumer costs)
Сбыт (place)	Удобство (convenience)
Продвижение (promotion)	Коммуникация (Communication)

Роберт Лотерборн объяснил, что покупатель приобретает тот или иной товар, исходя из определенной потребности, тогда как продавец, создавая товар, стремится понять и удовлетворить эту потребность. Продавец желает продать товар по максимально высокой цене и получить максимально возможную прибыль, а покупатель намерен найти товар и заплатить за него минимальную цену (таким образом минимизируя затраты). Для покупателя важно, чтобы он смог приобрести товар рядом с домом, работой и т.д., в то время как для продавца важно, например, чтобы аренда помещения (в том случае, если у него нет помещения в собственности), где он сможет реализовать свою продукцию была по приемлемой для него цене. И наконец Роберт Лотерборн говорит о том, что для покупателя важно осознание того,

что к нему применяется индивидуальный подход со стороны продавца, что есть послепродажное обслуживание и др. меры взаимодействия с клиентом, а продавцы часто экономят на этом свои издержки, тем самым часто теряя клиентов. [4]

Рассмотрим самую распространенную (базовую) модель маркетинг-микс – модель 5Р.

Товарная политика – это первый элемент модели, которую мы рассматриваем. Меры, которые осуществляются с помощью данной политики направлены на увеличение конкурентоспособности компании, её прибыли и на завоевание большей доли на рынке. Эта политика связана с потребительскими свойствами и качеством производимой продукции, товарным ассортиментом, с внедрением и разработкой новых товарных групп, с увеличением конкурентах преимуществ товара, продлением стадий ЖЦТ, оптимизацией имеющегося ассортимента.

Эти меры направлены, прежде всего, на то, чтобы изменить и (или) дополнить, согласно запросам и требованиям со стороны потребителей, все характеристики и свойства, связанные с качеством товарного ассортимента или конкретным товаром, чтобы обеспечить наиболее эффективный сбыт. Таким образом, качество, функции, которые выполняет товар, его внешний вид и различные дополнительные характеристики представляют собой инструменты товарной политики в концепции 5Р.

Если рассматривать ценовую политику (2-й элемент концепции 5Р), то в аспекте длительного промежутка времени, она означает определение ценовой стратегии фирмы, а если брать более короткий временной интервал, то она помогает определить ценовую тактику для каждой товарной группы и относительно каждого целевого сегмента. Проще говоря, система инструментов маркетинга, которые касаются цены – это все инструменты, которые так или иначе взаимосвязаны с ценой товара или предоставляемой услугой. Если внешние условия рынка требуют изменить цену товара или услуги, то необходимо пересмотреть всю ценовую политику фирмы и установить такой уровень цены, который отвечает требованиям и запросам со стороны потребителей, фазам жизненного цикла и условиям конкурентной борьбы.

Как правило, в международном маркетинге используются разнообразные вариации всех типов ценовой политики: политика «Снятия сливок» и политика «Прорыва на рынок»; политика дифференцированных, дискриминационных, престижных цен, а также политика скидок и надбавок, ценовых льгот. При использовании ценовой стратегии «Снятия сливок» товар появляется на рынок по максимально высокой цене, для так называемых потребителей-новаторов, затем цена товара снижается. Ценовая стратегия «Прорыва на рынок» уже практически полностью утратила свою силу. Её суть заключается в том, чтобы выпустить на рынок товар по минимальной цене с дальнейшим повышением цены. Хотя практика показывает, со временем, как правило, цена снижается ещё ниже, чем она была в начале, что и доказывает неэффективность использования данной ценовой политики.

Для фирмы важно определить диапазон цены, в пределах которого фирма может продавать свою продукцию. Однако, следует учесть тот факт, что цена в маркетинге не играет основную роль, поскольку в маркетинге мы говорим о неценовой конкуренции, то есть фирма не приобретает выигрышную конкурентную позицию за счет установления цены ниже, чем у фирм-конкурентов.

Сбытовая политика в маркетинге, являясь 3-м элементом в концепции 5P, предполагает формирование оптимальных сбытовых сетей и организацию продаж товаров и услуг от производителя до конечного потребителя. Здесь используются различные методы продаж: прямой сбыт (без участия посредников), косвенный сбыт (с участием посреднических организаций) и комбинированный метод, включающий элементы прямого и косвенного сбыта. Принято считать, что именно в 90-е гг. каналы сбыта стали центральным звеном для успешной деятельности фирмы на зарубежных рынках. Например, ТНК в Японии, развивая международную деятельность и осуществляя прямые капиталовложения за рубежом, основную долю капитала направляют на создание и совершенствование зарубежной сети сбытовых организаций, то есть на подготовку сбытовой системы и товаропродвижения на иностранном рынке, и только затем начинают акцентировать внимание на выпуске того или иного вида продукта. Международный маркетинг – это прежде всего система каналов товаропродвижения, система товарообращения. [5]

У международной сбытовой политики есть свои особенности:

1) комплексность, сложность и многоуровневость каналов сбыта (если смотреть в масштабах всего мира). Сейчас в основном используется косвенный метод, но, поскольку интернет-торговля стремительно развивается, то метод без участия посредников (прямой метод) также используется;

2) сложность в том, чтобы построить сбытовые сети наиболее оптимальным образом, и эта сложность характерна не только для национального рынка, но и для зарубежных рынков;

3) сложность в выявлении и закреплении тех или иных стандартов международных каналов сбыта, поэтому компании и прибегают к стратегии адаптации при построении этих сбытовых сетей (так называемый, мультинациональный подход);

4) различия, которые возникают в сложившейся международной практике и практике отдельных стран в отношении способов и форм построения каналов сбыта и организации торговли в целом;

5) различия в требованиях по организации сбыта со стороны потребителей на зарубежных рынках;

6) трудность при нахождении и выборе посредников для компаний, которые осуществляют деятельность за рубежом. [6]

Политика продвижения (коммуникационная политика) представляет собой 4-й элемент в рассматриваемой модели и включает в себя элементы формирования спроса и стимулирования сбыта посредством различных маркетинговых коммуникаций. Эта политика подразумевает осуществление

комплекса мероприятий разного рода, целью которых является продвижение товара на рынок, для чего компании прибегают к рекламе в различных её видах, возникают PR (связи с общественностью), личные, персональные продажи и механизмы стимулирования сбыта.

Концепцию по стимулированию сбыта понимают как деятельность, осуществляемую для того, чтобы заставить потребителей целевого сегмента купить товар и сформировать в их сознании психологическую готовность делать последующие покупки товара у данной фирмы, благодаря особенной информации о предприятии-продавце или его товаре. Стимулирование сбыта оказывает влияние на поведение потребителей и превращает их из потенциальных в реальных, заставляя поверить в «легенду», которая говорит о том, что именно этот товар наилучшим образом удовлетворит его потребности. [7]

Последний элемент концепции 5P – кадровая политика. Она определяет работу компании с персоналом, сотрудниками, придерживаясь и исходя из маркетинговых принципов. Руководство фирмы рассматривает своих служащих и работников, как клиентов, у которых есть определенные запросы и предпочтения. Для максимального удовлетворения их требований, руководство формирует дифференцированную ценовую политику, куда входят такие элементы как зарплата, премиальные, бонусы, надбавки, затем политику продвижения, организует курсы повышения квалификации и осуществляет ротацию. На основе данного подхода сформировался внутренний или интегрированный маркетинг.

Фирмам всегда нужно понимать особенности и условия рыночных отношений в той стране, в которой она хочет реализовывать свой товар. Для обеспечения наиболее эффективной и оптимальной деятельности необходимы правильная и четкая информация о новом рынке, а также согласованность в решениях всех подразделений фирмы.

От того, насколько грамотным окажется международный маркетинг фирмы, зависит «выживание» этой фирмы на зарубежных рынках.

Список использованных источников.

1. Галицкий Е.Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е.Б. Галицкий, Е.Г. Галицкая – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019 – с. 57.
2. Синяева И.М. Управление маркетингом: Учебник. – М.: Вузовский учебник, 2009 – с. 27-31.
3. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: Учебник // М.: Экономистъ, 2005 – с. 20-22.
4. Алексунин В.А. Международный маркетинг: Учеб. пособие. – М.: ИТК «Дашков и К», 2004 – с. 44-48.
5. Куликов Г.В. Японский менеджмент и теория международной конкурентоспособности. – М.: Экономика, 2000.
6. Бауэрсокс Д., Клосс Д. Логистика. Интегрированная цепь поставок. 3-е изд.: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008.
7. Гусаров Ю.В. Менеджмент рекламы – М.: Экономика, 2007 – с. 18.

THEORETICAL ASPECTS OF INTERNATIONAL MARKETING

K.A. Voronina

*Moscow State Institute of International Relations,
Moscow, Russia*

The article reveals the essence of international marketing as a management concept, identifies the scope and subjects of this concept. The constituent elements of the company's marketing activities are considered in detail based on the analysis of the marketing mix concept (5P concept). The features of product, price, place, personnel policies and promotion policy (communication policy) are outlined.

Keywords: *international marketing, product policy, price policy, place policy, promotion policy, personnel policy, marketing mix, 5P concept, competitors*

УДК 330.322

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

С.И. Гимадиев, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены основы инвестиционной деятельности, место инвестиций в развитии экономики, дано понятие и определены основные элементы инвестиционного рынка, показаны пути разработки и реализации инвестиционной стратегии предприятия.

Ключевые слова: *инвестиционное планирование, стратегия развития, инвестиционная стратегия, стратегическое управление*

Главным условием прогресса отечественной экономики считают инвестиционную деятельность. Её организацию нельзя представить без создания долгосрочных программ, стратегически значимых в управлении экономикой. На сегодняшний день проблема построения плана стратегических инвестиций является предметом пристального внимания российских экономистов. Чтобы разработать инвестиционную стратегию и удачно реализовать ее, необходимо найти самые выгодные курсы вложений капитала и результативные приёмы его использования в течение достаточно продолжительного периода с постоянной отдачей.

Инвестиционная стратегия – это система продолжительных целей, которая подразумевает собой вложение финансовых активов в предприятие, для дальнейшего его развития. Следование целям инвестиционной деятельности в будущем должно привести к получению прибыли и достижению поставленных задач. Для того, чтобы осуществить в реальность инвестиционную деятельность предприятия в генеральный план необходимо внести:

- первоочередные задачи инвестиционной деятельности;
- виды инвестиционной деятельности;

- характер создания инвестиционных ресурсов предприятия;
- логичность этапов осуществления долгосрочных инвестиционных целей предприятия;
- пределы допустимой инвестиционной активности предприятия по направлениям и видам инвестиционной деятельности;
- систему формализованных критериев, по которым предприятие воспроизводит, осуществляет и оценивает свою инвестиционную деятельность. [1]

Инвестиционная стратегия учитывает ожидаемую доходность, максимально допустимый риск и временной горизонт, за который необходимо достигнуть финансовых целей. Стратегия систематизирует инвестиции и позволяет прийти к ожидаемому результату.

Для того, чтобы прибыль от соответствующих инвестиций была одинаковой по всем направлениям, предприятие-инвестор должен разработать результативную инвестиционную стратегию. Такой подход лежит в основе выбора предприятием между различными вариантами социально-экономического развития и формированием соответствующей инвестиционной стратегии.

Можно выделить три стратегии инвестирования:

- Оптимальная стратегия. Позволяет сформировать портфель инвестиций при минимальных вложениях на краткосрочный период;
- Консервативная стратегия. Позволяет сформировать портфель инвестиций при сбалансированном сроке и средней процентной ставкой;
- Высокодоходная стратегия. Позволяет сформировать портфель инвестиций при максимально высоком доходе сформулированной процентной ставкой.

Также, в зависимости от срока возврата вложенного капитала можно выделить стратегии:

- краткосрочных инвестиций;
- среднесрочных инвестиций;
- долгосрочных инвестиций.

Для нашего рынка в качестве краткосрочного периода инвестирования обычно принимается срок от нескольких часов до 3-6 месяцев, для среднесрочного инвестирования от 6 до 12 месяцев, а долгосрочного – год и более. [1]

Инвестиционная стратегия организации должна оказывать влияние не только на собственное развитие, но и на развитие экономики своего региона и национальной экономики в целом. Для создания и осуществления инвестиционной стратегии предприятия можно выделить следующие основные задачи:

- мобилизация и наращивание инвестиционных ресурсов предприятия;
- формирование благоприятного инвестиционного климата ареала инвестирования;
- активное влияние предприятия на формирование и развитие рынка финансовых ресурсов;
- создание условий для активизации инвестиционной деятельности на региональных рынках;

- привлечение иностранных инвестиций для структурной перестройки экономики.

Инвестиционная стратегия может обеспечить определенную взаимосвязь между стратегическим, текущим и оперативным управлением инвестиционной деятельностью любой системы и соответствующей отлаженной программой управления в контексте реализации наиболее важных стратегических инвестиционных решений. Разработанная инвестиционная стратегия является одной из первых предпосылок для стратегических изменений в структуре управления и организационной культуре всей организации. Система инвестиционных стратегий формирует смысл основной оценки выбора реальных инвестиционных проектов и финансовых инвестиционных инструментов. Разработка корпоративных инвестиционных стратегий основывается на принципах новой парадигмы управления – системы стратегического менеджмента. Перечислим основные из них, те, которые обеспечивают подготовку и принятие стратегических инвестиционных решений в ходе развития ИБ организации.

1. открытость. Открытость и способность компании к самоорганизации помогает обеспечить совершенно иной уровень формирования инвестиционной стратегии.

2. субординация. Поскольку инвестиционная стратегия подчинена общей стратегии развития предприятия, она должна быть согласована со стратегическими целями и оперативным направлением стратегической цели предприятия.

3. Предпринимательство. Она подразумевает активный поиск оптимальных инвестиционных связей и форм инвестиционной деятельности в самом инвестиционном процессе.

4. Альтернативность. Для того чтобы инвестиционная стратегия была эффективной, она должна быть разработана таким образом, чтобы иметь возможность адаптироваться к изменениям во внешней среде.

5. инновационность. Инвестиции – это ключевой механизм внедрения технологических инноваций, которые могут помочь обеспечить конкурентную позицию организации на рынке.

6. минимизация рисков. Во время кризиса инвестиционный риск возрастает из-за колебаний процентных ставок, роста инфляции и изменения валютных курсов. [2]

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что разработка инвестиционной стратегии способствует развитию предприятия, достижения поставленных задач и, конечно же, получению прибыли.

Список использованных источников.

1. Ширяева Н.В. Ш 64 Инвестиционные стратегии: учебное пособие для студентов специальности 08010565 «Финансы и кредит» и направления 080100.62 «Экономика»/ Н. В. Ширяева, А. В. Пострелова. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 138 с.

2. Хазанович Э.С. Инвестиционная стратегия: учебное пособие / Э.С. Хазанович, А.М. Ажлуни, А.В. Моисеев. – М. : КНОРУС, 2010. – 304 с.

3. Инвестиции и инвестиционная деятельность организаций : учебное пособие / Т.К. Руткаускас [и др.] ; под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Т.К. Руткаускас.– Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019.– 316 с.

INVESTMENT STRATEGY OF THE COMPANY

S. I. Gimadiev, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article considers the basics of investment activity, the role of investment in the development of the economy, gives the concept and defines the main elements of the investment market, shows how to develop and implement an investment strategy of an enterprise.

Keywords: *development strategy, investment strategy, investment planning, strategic management*

УДК 339.5

ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С.В. Губарьков

*Российская таможенная академия, Владивостокский филиал.
г. Владивосток, Россия*

В статье обозначен ряд проблем, которые обуславливают сложность изучения оценки эффективности таможенных органов Российской Федерации. Представлены основные направления совершенствования таможенной службы Российской Федерации, связанные с развитием информационных технологий, выработкой механизмов профессионального отбора, подготовки и повышения квалификации кадров, а также с правоохранительной деятельностью.

Ключевые слова: *таможенные органы, показатели эффективности и результативности, таможенный контроль товаров, экономическая безопасность государства*

Для обеспечения эффективной работы таможенных органов Российской Федерации необходимо постоянное развитие, совершенствование и анализ результатов текущей деятельности. Поэтому важной целью совершенствования таможенных органов является повышение показателей эффективности и результативности [1].

В настоящее время существует ряд проблем, которые обуславливают сложность изучения оценки эффективности таможенных органов.

Одной из основных проблем при определении оценки экономической эффективности таможенных органов является отсутствие единого подхода к пониманию критериев эффективности таможенной службы Российской Федерации [2].

Таможенные органы являются инструментом, который позволяет государству контролировать и регулировать внешнеторговую деятельность, что способствует развитию внешней торговли, пополнению федерального бюджета, укреплению связей и международного сотрудничества, поэтому становится необходимым создание современной таможенной службы, которая сможет эффективно находить решения для возникающих проблем.

В связи со стремительно растущим многообразием внешнеэкономической деятельности, необходимостью быстро адаптироваться к изменениям в экономике страны, а также международных правил, норм, стандартов и процедур, появляется необходимость совершенствования таможенной службы Российской Федерации.

Использование в таможенной сфере современных технологий контроля, IT-технологий при совершении таможенных операций и других информационных технологий, привели к повышению качества и доступности таможенных услуг, но, несмотря на положительные тенденции, существует ряд недостатков [3].

Для того чтобы обеспечить высокую эффективность таможенного контроля товаров, перемещаемых через государственную границу, необходим обмен информацией и документацией между таможенными органами и контролирующими государственными органами. Такой обмен осуществляется через систему межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ). Данная система позволяет таможенному органу обратиться в информационные ресурсы других федеральных органов исполнительной власти и в течение короткого времени получить необходимые документы для оказания услуги [4].

Использование систем межведомственного электронного взаимодействия упрощает и ускоряет процесс таможенного оформления и таможенного контроля, тем самым происходит движение в сторону создания такого сервиса, который смог бы избавить участников ВЭД от необходимости сбора документов в разных уполномоченных ведомствах и снизить издержки при совершении торговых операций.

Таможенный контроль товаров, перемещаемых через таможенную границу, требует дальнейшего совершенствования. Взаимодействие таможенных органов с иными государственными органами позволяет упрощать процесс проверки данных, сбора информации и документации участникам ВЭД, что значительно ускоряет время совершения таможенных операций. Об этом свидетельствует практика применения СМЭВ, которая позволяет таможенным органам получать информацию о выданных документах в режиме реального времени благодаря защищенным каналам связи, организованным между ФТС России и другими федеральными органами.

Совершенствование этого процесса, несомненно, оказывает положительное влияние на показатели результативности таможенных органов, связанные со скоростью осуществления контроля и совершения операций при выпуске товаров.

Совершенствование процесса движения товаров таможенными органами должно происходить вследствие изменений в деятельности, как таможенных органов, так и участников ВЭД.

Для увеличения скорости перемещения товаров физическими лицами через таможенную границу необходимо опираться как на упрощенную систему таможенного декларирования, так и на повышение эффективности и качества контроля, осуществляемого таможенными органами во время такого перемещения.

Страны, входящие в Таможенный союз Евразийского экономического союза (ЕАЭС), обязаны соблюдать все требования и условия, касающиеся регулирования деятельности таможенных органов, в частности, требования к процедурам таможенного оформления и таможенного контроля товаров, перемещаемых через границу союза. Эти процессы должны постоянно совершенствоваться для улучшения качества предоставляемых услуг.

Формирование единого механизма прослеживаемости товаров и налаживание каналов межведомственного электронного взаимодействия осуществляет в настоящее время ФТС России с помощью активизации деятельности электронных таможен. Данные процессы способствуют дальнейшей цифровизации и автоматизации ФТС и во многом определяются скоростью внедрения передовых технологий в деятельность таможенных органов. В частности, руководитель ФТС В.И. Булавин по состоянию на 5.04.2022 г. отмечает, что «С бизнесом в настоящее время ситуация выглядит следующим образом: у нас все декларирование происходит удаленно, все декларации подаются в электронной форме. Из оформленных в прошлом году 5,5 млн деклараций 4,5 млн были автоматически зарегистрированы. Автоматически выпущено 1,5 млн деклараций. По экспорту почти каждая вторая декларация автоматически выпускалась, по импорту – почти треть. Время автоматического выпуска деклараций сейчас составляет 2,5 мин.» [5].

В ЕАЭС реализуется много цифровых инициатив, в частности, на уровне Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) создается классификатор товаров, как единый оцифрованный реестр товаров, используемый в государствах-членах ЕАЭС. Данная система направлена на обмен различной актуальной информацией по формированию реестров в сферах технического и нетарифного регулирования, а также таможенного администрирования между всеми государствами-членами ЕАЭС [6].

В связи с ростом ежедневно проходящих товаропотоков, грузоперевозок и пассажироперевозок через таможенную границу, безусловно, необходимо совершенствовать инфраструктуру таможенных органов.

На оценку показателей результативности и эффективности таможенных органов прямым образом влияет развитие правоохранительной деятельности, борьба с преступлениями и административными правонарушениями

в сфере таможенного дела, которые направлены на повышение уровня экономической безопасности государства.

Стоит уделить внимание разработке и принятию на ведомственном уровне должностных регламентов, более подробно отражающих и регламентирующих порядок и сроки реализации своих полномочий служащими таможенных органов. Это позволит сформировать точное понимание сотрудниками своих обязанностей и уменьшит отступления от планов.

Для развития таможенной деятельности и, соответственно, для улучшения показателей ее эффективности стоит уделять внимание совершенствованию системы подбора высококвалифицированных специалистов. Соответствующая подготовка трудовых ресурсов в специализированных учебных заведениях позволит выпускникам обладать необходимыми знаниями и умениями, которые будут в дальнейшем востребованы на занимаемых должностях. Для реализации этого условия необходимо обеспечить постоянное совершенствование системы управления таможенной службой, выработку механизмов профессионального отбора, профессиональной ориентации, подготовки и повышения квалификации кадров.

Таким образом, для того чтобы обеспечить развитие и совершенствование системы оценки показателей эффективности и результативности таможенных органов необходимо решать вопросы, связанные с развитием информационных технологий и их грамотным применением, позволяющих государственным органам эффективно обеспечивать контроль за проходящими товарами и экономическую безопасность государства. Также следует уделить внимание аспектам, связанным с правоохранительной деятельностью и отбором кадров таможенных органов, разрабатывать и принимать нормативные акты, которые позволят наладить работу подразделений и бороться с преступностью, снижая случаи провоза контрабанды и товаров, которые могут нанести вред государству.

Список использованных источников.

1. Губарьков С.В., Ким А.Р. Цифровой вектор развития таможенных органов Российской Федерации / С.В. Губарьков, А.Р. Ким // ВЭД, логистика, таможня: достижения, проблемы и новые решения: сборник докладов III Всерос. научно-практич. конф. – Хабаровск: Изд-во ДВГУПС, 2021. – С. 48 – 54.

2. Кнышов А.В. Порядок организации и проведения мониторинга показателей деятельности таможенных органов Российской Федерации // Вестник Российской таможенной академии. 2018. № 1. С. 47–54.

3. Губарьков С.В. Использование инновационных технологий для организации документооборота в таможенных органах Российской Федерации / С.В. Губарьков // Проблемы развития предприятий: теория и практика: сборник статей VII Межд. научно-практич. конф. – Пенза: РИО ПГАУ, 2020. – С. 58 – 62.

4. Немирова Г.И., Ермакова А.А. Состояние и перспективы развития информационных технологий в системе таможенного контроля // Таможенное дело. 2018. № 1. С. 7–12.

5. ФТС в 2022 году планирует перечислить в бюджет РФ около 6,2 трлн рублей. – Режим доступа: https://www.alt.ru/external_news/88742/

6. Без согласованной политики мы всегда будем создавать барьеры для бизнеса. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/3787445?query=%D1%82%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F+%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0>

PROBLEMS AND DIRECTIONS OF IMPROVING THE ACTIVITIES OF THE CUSTOMS AUTHORITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

S.V. Gubarkov

*Russian Customs Academy, Vladivostok Branch,
Vladivostok, Russia*

The article identifies a number of problems that make it difficult to study the effectiveness of the customs authorities of the Russian Federation. The main directions for improving the customs service of the Russian Federation related to the development of information technologies, the development of mechanisms for professional selection, training and advanced training of personnel, as well as law enforcement activities are presented.

Keywords: *customs authorities, indicators of efficiency and effectiveness, customs control of goods, economic security of the state*

УДК 629.083

КОНТРОЛЬ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ АВТОМОБИЛЯ

В.Г. Доронкин, А.А. Красильникова, А.М. Турсунов

*Тольяттинский государственный университет,
г. Тольятти, Россия*

Рассматривается возможность экспресс-контроля эксплуатационных материалов. Проведен обзор традиционных и современных методов контроля автомобильных масел и технических жидкостей.

Ключевые слова: *технические жидкости, эксплуатационные материалы, контроль моторного масла, экономия смазочных материалов*

Постановка задачи. Автомобильные масла и технические жидкости подлежат замене через определенный срок (пробег). Например, моторное масло, согласно сервисной книжке автомобиля Lada Vesta, следует менять через каждые 15 т.км. При этом сливается, в зависимости от типа двигателя, от 2,9 до 4,4 л. масла. Но динамика старения масла различна даже для одного и того двигателя в течение его жизненного цикла.

Существуют методики определения старения масел и других эксплуатационных материалов, позволяющие продлить сроки замены. Используя методы экспресс-контроля автомобильных масел и жидкостей, можно перейти от концепции замены масел через фиксированный срок (пробег) – к

концепции замены масел по фактическому состоянию. Это может дать значительную экономию владельцам автомобилей, что особенно актуально для автотранспортных предприятий, поскольку для большегрузных автомобилей объем сливаемого моторного масла гораздо больше. Например, на автомобиле КАМАЗ-65115 при ТО-2 сливают от 24 до 34 л. моторного масла, в зависимости от модификации двигателя. Кроме прямой экономии, по состоянию автомобильных масел и технических жидкостей можно сделать выводы о состоянии систем и агрегатов, в которых они используются. Однако, несмотря на очевидные преимущества, экспресс-контроль эксплуатационных материалов не получил распространения в отечественной практике. Рассмотрим методики и оборудование, с помощью которых можно оценить старение масел и техжидкостей.

Ход исследования. В настоящее время российские и зарубежные фирмы выпускают приборы для проверки технических жидкостей и масел. Они отличаются количеством определяемых показателей, оперативностью контроля качества, надежностью, точностью измерений, ценовой категорией. Даже беглый анализ позволяет разделить все методики на *традиционные*, которые описаны в ГОСТах, стандартах ISO и ASTM, и на *современные*, которые отличаются применением микропроцессорной техники. Традиционные методы достаточно надежны, однако требуют оснащенных лабораторий и подготовленных специалистов. Современные приборы для экспресс-анализа иногда показывают спорные результаты, однако достаточно удобны и не требуют высокой квалификации. Рассмотрим некоторые современные индикаторы, анализаторы и тестеры жидкости.

Индикатор ИЗЖ-М предназначен для экспресс-контроля относительной чистоты топлива и масел, он позволяет производить контроль загрязнений в диапазоне от 0,00 до 2,00%. Индикатор ИЗЖ-М прост в обращении, не требует специальных лабораторных условий, дополнительного оборудования, высокой квалификации персонала, имеет встроенный датчик температуры и удобную цифровую индикацию.

Фотоэлектрический анализатор загрязнения жидкости АЗЖ-975 предназначен для измерения счетной концентрации частиц механических примесей в жидкостях по размерным группам. АЗЖ-975 обеспечивает обмен данными с внешним компьютером и дистанционное управление. Фотоэлектрический метод контроля загрязнения жидкостей основан на измерении интенсивности рассеяния света частицами загрязнений.

Судовая экспресс-лаборатория контроля топлив и масел СЛТМ-1 предназначена для контроля физико-химических показателей качества топлив и масел при эксплуатации силовых и энергетических установок на судах и береговых объектах. Лаборатория СЛТМ-1 является улучшенным аналогом хорошо известной лаборатории СКЛАМТ, ранее выпускавшейся в СССР.

Анализатор FluidScan 1000 обеспечивает получение критических параметров состояния масла. Не содержит движущихся частей, портативный, требуется всего одна капля масла и одна минута для анализа. FluidScan 1000

входит в комплект MiniLab компании Spectro Scientific, который предоставляет полный отчет об анализе масла с предоставлением результатов элементного анализа, всестороннего анализа частиц износа, загрязнения твердыми частицами и водой, химического состава и вязкости.

Тестер JTC-1538A служит для контроля тормозной жидкости. Результаты отображаются на пяти светодиодах в процентном соотношении воды и тормозной жидкости. Индикация светодиодов показывает: зелёный - воды нет; жёлтый: до 3% воды и тормозную жидкость необходимо заменить в ближайшее время; красный: минимум 4% воды - срочно требуется замена тормозной жидкости.

Рефрактометр IC-803 представляет собой прибор, измеряющий показатель преломления света в жидкости. Основное назначение рефрактометра IC-803: определение плотности электролита; определение температуры замерзания охлаждающей жидкости (антифриза) на основе этиленгликоля G11/G12 и пропиленгликоля G13; определение температуры замерзания омывающей жидкости стеклоомывателя.

Краткий обзор приборов поможет в разработке методов повышения эффективности технического обслуживания (ТО) автомобилей путем рационального использования эксплуатационных материалов.

Выводы. Для того чтобы повысить эффективность обслуживания, рекомендуется развивать на предприятиях автомобильного сервиса технологии экспресс-анализа технических жидкостей и масел. При этом можно выделить несколько важных моментов:

1. Экспресс-контроль эксплуатационных материалов перед заменой – важный резерв экономии во время эксплуатации автомобиля.
2. Традиционные методы контроля требуют специально оборудованной лаборатории и подготовленных специалистов.
3. Современные методы либо дорогостоящие, либо малоинформативные.
4. Для конкретного автопредприятия (или автовладельца) важно оптимальное сочетание традиционных и новейших методов контроля.

Дальнейшие исследования в этом направлении имеют большое практическое значение, поскольку переход на экспресс-контроль эксплуатационных материалов дает прямую экономию, а также может стать дополнительным средством диагностики автомобиля.

Список использованных источников.

1. Безбородов, Ю.Н. Методы контроля и диагностики эксплуатационных свойств смазочных материалов по параметрам термоокислительной стабильности и температурной стойкости: монография. - Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2011. - 366 с.
2. Кирсанов, Ю. Г. Анализ нефти и нефтепродуктов. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 88 с.
3. Методы контроля и результаты исследования состояния трансмиссионных и моторных масел при их окислении и триботехнических испытаниях : монография. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2017. – 208 с.
4. Топлива, смазочные материалы, технические жидкости. Ассортимент и применение: Справочник / под ред. В.М. Школьников. – М. : Техинформ, 1999. – 596 с.

CONTROL OF OPERATIONAL MATERIALS DURING CAR MAINTENANCE

V.G. Doronkin, A.A. Krasilnikova, A.M. Tursunov

*Togliatti State University,
Togliatti, Russia*

The article considers the possibility of operational control of operational materials. The review of traditional and modern methods of control of automobile oils and technical liquids is carried out.

Keywords: *technical fluids, operational materials, engine oil control, lubricants economy*

УДК 336.64

ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТНЫМ ПРОЦЕССОМ

Л.Э. Дубаневич

*Московский университет имени С.Ю. Витте,
г. Москва, Россия*

Правильно организованная система бюджетирования на предприятии призвана обеспечивать процесс воспроизводства финансовых ресурсов, а также помогает определить направления их распределения. В статье представлены виды организационных структур предприятия и проанализировано их влияние на процесс бюджетирования.

Ключевые слова: *бюджетирование, бюджетный процесс предприятия, организационная структура, управление бюджетным процессом, центр финансовой ответственности*

В современных условиях компаниям необходимо уделять большое внимание системе бюджетирования. Система бюджетирования современного предприятия осуществляется с помощью документов, планов и прогнозов, которые составляют на определенный период планирования. Бюджетирование представляет собой один из элементов системы управления предприятием, которая нацелена на наиболее рациональное использование ресурсов предприятия.

Важнейшая роль бюджетирования показана на рисунке 1.

Управление бюджетным процессом на любом предприятии представляет собой достаточно сложную задачу, и выбор систем управления бюджетным процессом во многом находится в зависимости от структуры управления, которая имеет свои особенности, исходя из типа производства, дифференциации деятельности предприятия и степени его интеграции.

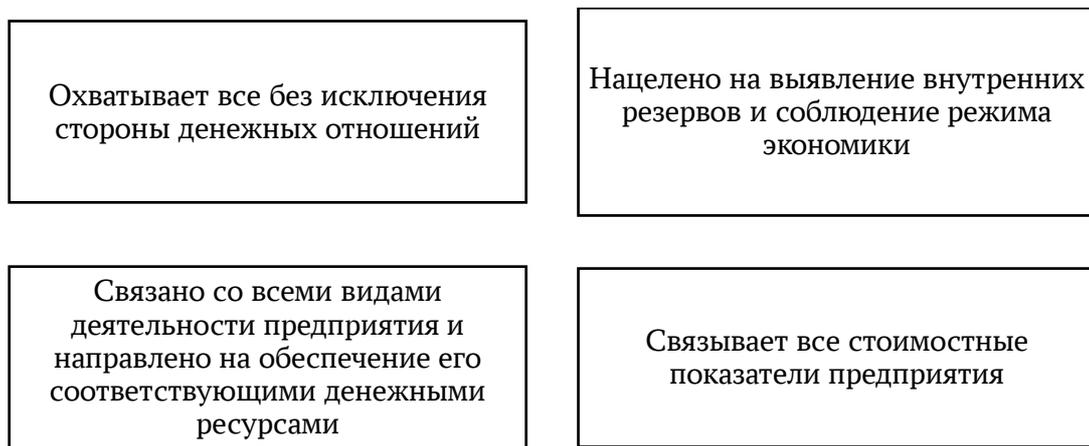


Рисунок 1 – Роль системы бюджетирования на предприятии

В целях эффективного управления бюджетным процессом необходимо использовать такую организационную структуру, которая бы позволяла обеспечивать контроль бюджетного процесса и разработку необходимых бюджетных показателей [1]. В зависимости от условий деятельности предприятия возможны несколько вариантов схем управления бюджетным процессом, которые зависят от используемой на данном предприятии организационной структуры (рисунок 2).

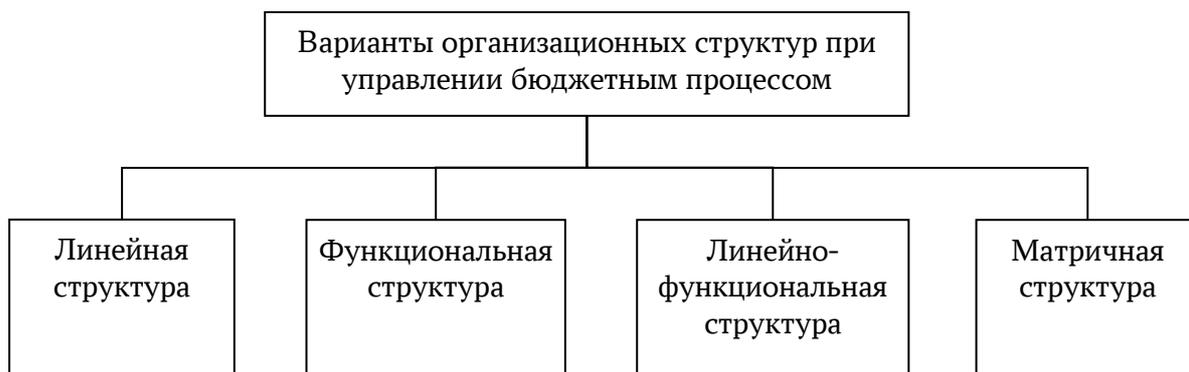


Рисунок 2 – Организационные структуры управления бюджетным процессом

Схема управления при линейной структуре строится по принципу единоначалия: центры финансовой ответственности подчинены руководителю (одному), который является ответственным за итоги деятельности центров финансовой ответственности и центров возникновения затрат. Все вопросы по полученным данным обсуждаются на заседаниях бюджетного комитета (включает руководителей всех подразделений и возглавляется финансовым директором или главным экономистом), который проверяет стратегические планы и финансовые, дает свои рекомендации и вносит какие-либо корректировки, учитывая предложения директора по бюджету. Затем соответствующий руководитель доводит до сведения своего центра финансовой ответственности те изменения, которые были приняты, а центр финансовой от-

ветственности информирует уже центры возникновения затрат. Важно отметить, что при такой схеме управления все руководители должны иметь высокую квалификацию в разных областях, которые необходимы для управления бюджетным процессом [2].

При функциональной структуре управление процессом бюджетирования строится следующим образом: руководители собирают информацию от центров возникновения затрат через центры финансовой ответственности и дают указания по вопросам своей компетенции. Благодаря этому создаются условия для специалистов, отвечающих только за какой-то определенный этап процесса бюджетирования. Все данные обсуждаются бюджетным комитетом, анализируются бюджетные показатели, корректируются и утверждаются руководителем. Далее функциональные руководители информируют об этих изменениях свои центры финансовой ответственности. Здесь функциональный руководитель контролирует центры финансовой ответственности при процессе внесения изменений, а центры финансовой ответственности – контролируют центры возникновения затрат. При функциональной структуре нарушается принцип единоначалия, и получается, что разрывается управленческий процесс, а также ослабляются горизонтальные связи и появляется необходимость в контролирующих и интегрирующих органах. Может произойти разделение организации на юридически самостоятельные структуры путем отторжения отдельных центров финансовой ответственности, которые имеют свои собственные источники дохода.

Линейно-функциональный подход к управлению бюджетным процессом обеспечивает разделение труда, при котором руководители принимают решения при поддержке функциональных руководителей. Однако же здесь сохраняется принцип единоначалия. Вся информация от центров возникновения затрат передается через центры финансовой ответственности соответствующим функциональным руководителям, которые после анализа направляют эту информацию линейным руководителям. Бюджетный комитет как обычно проверяет на заседании финансовые и стратегические планы и дает рекомендации после корректировок директора по бюджету. Затем каждый из линейных руководителей оповещает функциональных руководителей, те в свою очередь – центры финансовой ответственности, а центры финансовой ответственности – соответствующие центры возникновения затрат. Линейно-функциональная структура является классическим вариантом, при котором разрабатываются функциональные бюджеты (по функциональным признакам). Подобная структура для управления бюджетным процессом имеет недостатки в виде отсутствия гибкости, динамичности, необходимости в согласовании решений, что приводит к увеличению сроков планирования бюджета [3].

Одна из задач управления процессом бюджетирования – это строгое распределение ответственности за выполнение и контроль исполнения поставленных задач. При этом матричная структура позволяет соблюдать эти требования, где за бюджетные показатели отвечают функциональные руководители и руководители проектов. Однако такая двойная соподчиненность

усложняет сам процесс бюджетирования. Поэтому необходимо создавать эффективную систему управления бюджетным процессом, учитывая эти минусы. При матричной структуре создаются проектные группы, и вся деятельность разделяется на отдельные проекты, по каждому из которых информация передается в центры финансовой ответственности (здесь эту роль выполняют функциональные подразделения и проекты) от соответствующих центров возникновения затрат. Далее информация идет к руководителям проектов для последующей оценки и корректировки. Матричная структура позволяет сформировать бюджеты по центрам финансовой ответственности, по организации в целом и по проектам развития [2]. Управление бюджетным процессом, несмотря на свою гибкость, при матричной структуре имеет и недостатки: проблема разграничения ответственности за выполнение задач по бюджетным статьям между функциональным руководителем и руководителем проекта, детализированность создает сложности при внедрении в организацию, сложность выделения показателей, которые бы характеризовали эффективность работы персонала, и трудоемкость системы результатов, которые были достигнуты.

Таким образом, руководство организации должно обоснованно подходить к выбору структуры управления бюджетным процессом с учетом специфики организации.

Список использованных источников.

1. Гурнович, Т.Г., Захарова, М.И. Финансовая устойчивость предприятия / Т.Г. Гурнович, М.И. Захарова // Современные научные исследования и разработки. - 2017. - № 8 (8). С. 71-73.
2. Куряева, А.В. Финансовая устойчивость как одна из главных характеристик финансового состояния предприятия / А.В. Куряева // Вектор экономики. - 2017. - № 1 (7). С. 19.
3. Островская, Е.А., Горбунов, В.Н. «Финансовое состояние», «Финансовая устойчивость», «Банкротство» в российских научных журналах / Е.А. Островская, В.Н. Горбунов // Образование и наука в современном мире. Инновации. - 2017. - № 1. С. 225-232.

THE INFLUENCE OF THE ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE ENTERPRISE ON THE MANAGEMENT OF THE BUDGET PROCESS

L. E. Dubanevich

*S.Y. Witte Moscow University,
Moscow, Russia*

A properly organized budgeting system at the enterprise is designed to ensure the process of reproduction of financial resources, and also helps to determine the directions of their distribution. The article presents the types of organizational structures of the enterprise and analyzes their impact on the budgeting process.

Keywords: *budgeting, enterprise budget process, organizational structure, budget process management, financial responsibility center*

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Т.А. Еремеев, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье описаны проблемы управления персоналом, к чему они приводят и методы их решения.

Ключевые слова: персонал, работодатель, эффективность, рабочее время, конфликты

Ценнейшим ресурсом предприятий является персонал. Термин «персонал» объединяет составные части трудового коллектива предприятия. К персоналу относятся все работники (трудовой коллектив), выполняющие производственные или управленческие операции и занятые переработкой предметов труда с использованием средств труда [1]. Именно с помощью него возможно повышение производительности, прибыльности и конкурентоспособности предприятия. Но для достижения этих результатов важно качественное управление персоналом, так как ошибки и проблемы могут привести к разрушительным последствиям для всей структуры производства. Наиболее острыми проблемами являются [2]:

- уход ценных, обладающих необходимым опытом и навыками сотрудников к конкурентам;
- низкая трудовая дисциплина, которая проявляется: не своевременном выполнении поставленных задач, отсутствии понимания миссии организации, нарушений трудового распорядка дня и др.;
- недостаточная квалификация отдельных сотрудников в том числе и части руководителей;
- неудовлетворительный морально-психологический климат;
- низкий уровень существующей системы мотивации (материальной и нематериальной) и стимулирования персонала;
- недостаточная инициативность со стороны сотрудников;
- часто возникающие конфликты между администрацией и персоналом.

Система управления персоналом организации – это система, в которой реализуются функции управления персоналом. Обобщение опыта отечественных и зарубежных организаций позволяет сформулировать главную цель системы управления персоналом: обеспечение организации кадрами, их эффективное использование, профессиональное и социальное развитие [3]. Исходя из определения, можно сделать вывод, что появление проблем является результатом некомпетентной деятельности как администрации, так и самих сотрудников.

Эффективное использование персонала является первостепенной задачей любого лидера. Многие управленцы забывают об условиях труда, здо-

ровых взаимоотношениях внутри коллектива. Более 75% людей сталкивались с переработками, и во многих случаях сверхурочные не оплачиваются. При такой системе невозможен рост производительности, так как многие работники попросту не успевают выполнять выданный объём работ, который также превышает норму. Такое отношение работодателя приносит краткосрочную выгоду, но в долгосрочном варианте весь коллектив просто развалится.

Также имеет место нерациональное распределение объёма работ между сотрудниками. Нередки ситуации, когда специалист в одной сфере начинает выполнять функции, не входящие в его отрасль. Всё это является следствием экономии работодателя на своих сотрудниках, ведь гораздо проще и дешевле добавить работы людям, чем искать ещё одного работника, так как добавить к зарплате 1-2 тысячи за дополнительную нагрузку выгоднее, чем выделять деньги на зарплату новому сотруднику.

В противовес переработке, существует недоработка, являющаяся не менее губительной для эффективности и производительности. Причинами являются отношение самих работников к труду, а также нерациональное распределение рабочего времени. Согласно проведённым исследованиям, нерациональные затраты труда в совокупности составляют 41,6 % от фонда рабочего времени [4].

Решением данной проблемы может быть оптимизация или изменение системы мотивации, существующей внутри организации.

Многие работодатели не уделяют внимание отношениям внутри коллектива. Возникающие конфликты между персоналом приводит к понижению уровня эффективности, морально-психологического климата, трудовой дисциплины. Основными личностными причинами конфликта являются:

- Различия в ценностях, манерах поведения, жизненном опыте;
- Личная неприязнь
- Неопределённость перспектив роста
- Недостаточный уровень профессионализма
- Стиль управления

Из перечисленного выше видно, что существуют разные виды конфликтов: конфликт между администрацией и подчинёнными; конфликт между работниками.

Урегулирование конфликта является обязанностью как работодателя, так и работников. Согласно модели Томаса Киллмена существует 5 способов решения конфликта: уход, принуждение, компромисс, уступка, сотрудничество (Рис.1).

Одной из самых тяжело исправимых проблем является уровень квалификации работников, который не соответствует требованиям, предъявляемым на рынке труда. Данная проблема возникает из-за несбалансированности рынка образовательных услуг в России, и несоответствия его существующим реалиям в рамках рынка квалифицированного труда [2]. Поэтому нужно уделить особое внимание подготовке и переподготовке кадров.

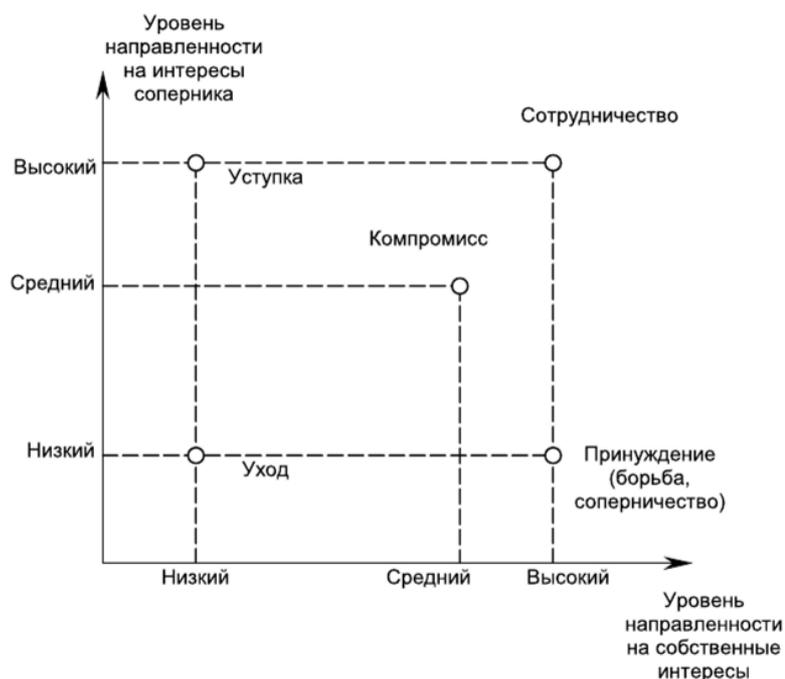


Рисунок 1 – Модель Томаса Киллмена

Правильное и качественное управление персоналом является важной частью становления и развития любого предприятия, однако хотелось бы отметить, что даже при идеальных условиях работы, созданных работодателем для сотрудников, нельзя рассчитывать на эффективность деятельности, если отсутствует хорошая подготовка кадров.

Список использованных источников.

1. Банько Н. А., Карташов Б. А., Яшин Н. С. Управление персоналом, Часть I. – Волгоград, 2006. 11 с.
2. Чеботарь Е.Ю. Проблемы управления персоналом в современных организациях// Молодой ученый. – 2021. – № 45 (387). – С. 174-177.
3. Александрова Н. А, Воронин Б. А., Набоков В. И., Петрова Л. Н, Фатеева Н. Б. Управление персоналом организации. – Екатеринбург, 2017. 8 с.
4. Мазитова Р.К., Мирзагалямова З. Н. Эффективность труда работников организации // Вестник экономики, права и социологии. – 2018. – №4.
5. Проблемы управления персоналом организации / под ред. Р. М. Кочетковой. – Ульяновск, 2017.

PROBLEMS OF STAFF MANAGEMENT

T.A. Ereemeev, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article describes staff management problems, what they lead to and methods of their solution.

Keywords: *staff, employer, efficiency, working time, conflicts*

ФАКТОРЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ НАДЁЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА СВАЙНЫХ РАБОТ

О.А. Залипаева

*Череповецкий государственный университет,
г. Череповец, Россия*

В статье представлены результаты анализа факторов, влияющих на организационно-технологическую надёжность производства свайных работ. Приведены примеры проблем при производстве свайных работ и возможные пути их решения.

Ключевые слова: *организационно - технологическая надёжность строительства, свайные работы*

Анализ работ, посвященных вопросам повышения организационно-технологической надежности строительства (ОТН) [1-4], показывает, что к числу актуальных направлений относится обеспечение своевременного и качественного производства отдельных видов работ. Целью данной статьи является анализ факторов, влияющих на ОТН при производстве свайных работ.

В качестве системообразующего признака выбран состав процессов, что позволяет заранее выявлять возможные проблемы, несоответствия, нарушения на каждом этапе производства работ и находить пути их решения. При этом правильный и полный учет состава процессов в проектно-сметной и технической документации можно также отнести к числу факторов, обеспечивающих повышение ОТН.

Ниже рассмотрены примеры проблем и решений при устройстве свайных фундаментов, на примере состава работ, приведенного в табл. 1.

Таблица 1 – Процессы свайных работ

Наименование	Состав процессов
1. Заготовительные	Изготовление /закупка свай и вспомогательных материалов / элементов
2. Транспортные	Транспортирование свай и оборудования; погрузочно-разгрузочные работы; приемка, складирование
3. Подготовительные	Устройство водоотвода; устройство котлована; подготовка площадки и путей для копров; разбивка мест погружения свай; раскладка свай у места погружения; подготовка свай к погружению
4. Основные (монтажно - укладочные)	Пробная забивка и испытания свай, корректировка проекта с учетом данных пробной забивки; погружение свай; срубка голов свай
5. Вспомогательные	Монтаж - демонтаж оборудования; устройство ограждений, освещения и других вспомогательных приспособлений, в том числе требуемых правилами безопасности

При выполнении заготовительных процессов проблемы могут быть связаны с дефектами изготавливаемых свай, что может привести к преждевременному разрушению головы сваи при погружении, может потребоваться погружение дополнительных свай-дублеров. Нарушения требований к транспортированию, складированию, раскладке может иметь такие последствия, как поломка или повреждение свай. Для устранения таких несоответствий производится замена дефектных свай.

При невыполнении мероприятий по отводу поверхностных вод возможна потеря устойчивости оборудования, что приведет к затратам на расследование аварийной ситуации, ремонт или замену машин, повторное производство работ. В результате некачественно подготовленного основания, площадки и путей для работы копра, могут возникнуть аварийные ситуации, связанные с опрокидыванием техники, недопустимые отклонения погруженных свай в плане. При этом также выполняется расследование аварийной ситуации, ремонт или замена машин, может потребоваться погружение дополнительных свай-дублеров.

Небрежная геодезическая разбивка может привести к недопустимому отклонению свай, и необходимости погружения дополнительных свай. Несоответствие грунтовых условий данным изысканий, выявленное несвоевременно, может привести к снижению несущей способности, недопогружению свай до проектной отметки. К вариантам решения этих проблем относятся корректировка проекта, погружение дополнительных свай, усиление ростверка, устройство железобетонных поясов, изменение длины и сечения свай, проведение дополнительных изысканий.

В случае, если не выполнена пробная забивка свай и не определено значение отказа, возможно снижение несущей способности и неравномерные осадки фундаментов. Если сваи забиты без получения расчетного отказа или не заглублены на проектную отметку, может потребоваться корректировка проекта, усиление конструкций. Пример алгоритма решения подобных проблем приведен на рис. 1.

Наличие препятствий в грунтах может привести к необходимости перепроектирования фундамента и погружения дополнительных свай-дублеров. Отклонения свай в плане или от вертикали, превышающие нормативные величины, приведут к таким последствиям, как снижение несущей способности, возникновение в фундаментах дополнительных усилий, приводящих к образованию трещин. Может потребоваться погружение дополнительных свай.

При несоответствии заделки свай в ростверк требованиям проекта возможно снижение прочности узлов сопряжения свай с ростверком, снижение несущей способности фундаментов. В результате потребуются корректировка проекта, усиление конструкций. Отклонения в геометрических размерах, уровне расположения ростверка может привести к необходимости корректировки проекта. Несоответствие оборудования для забивки свай требуемым параметрам приводит к снижению прочности, недобивке свай или разрушению их голов, потребуется замена оборудования.



Рисунок 1 - Пример схемы решения проблемы

Приведенные примеры демонстрируют наличие большого количества возможных проблем при производстве свайных работ. Заблаговременная разработка путей их решения и предотвращения будет способствовать повышению ОТН при устройстве свайных фундаментов.

Список использованных источников.

1. Седых Ю.И., Лазебник В.Н. Организационно-технологическая надежность жилищно-гражданского строительства. – М.: Стройиздат, 1989. – 396 с.
2. Гинзбург А.В. Влияние мероприятий по повышению организационно – технологической надежности на функционирование строительной организации и планирование строительства [Текст] / Гинзбург А.В., Жавнеров П.Б. // Научно – технический вестник Поволжья, 2014, №3. –С. 94 – 96
3. Жавнеров П. Б. Повышение организационно-технологической надёжности строительной организации за счёт структурных мероприятий [текст]// Дис. ... канд. техн. наук. Москва 2015.
4. Классификатор основных видов дефектов в строительстве и промышленности строительных материалов [текст] // утвержден Главной инспекцией Госархстройнадзора России 17 ноября 1993 года

FACTORS OF ORGANIZATIONAL AND TECHNOLOGICAL RELIABILITY OF PRODUCTION OF PILE WORKS.

O.A. Zalipaeva

*Cherepovets State University,
Cherepovets, Russia*

The article presents the results of the analysis of factors affecting the organizational and technological reliability of the production of pile work. Examples of problems in the production of pile work and possible solutions are given.

Key words: *organizational and technological reliability of construction, pile work*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ИХ ПРОЦЕССНОЙ ЗРЕЛОСТИ

И.Н. Зарецкий, В.В. Беспалова

*Санкт-Петербургский государственный лесотехнический
университет имени С.М. Кирова, г. Санкт-Петербург, Россия*

В статье проанализированы основные аспекты процессной зрелости организации для совершенствования имеющихся бизнес-процессов, разработан механизм управления бизнес-процессами на предприятии деревообрабатывающей промышленности.

Ключевые слова: бизнес-процессы, процессная зрелость, характеристика процесса, управление процессом

Сохранение и поддержание необходимого уровня конкурентоспособности и экономической устойчивости предприятия диктуют полное использование многочисленных внутренних и внешних факторов его развития. Многие из факторов, при этом, одновременно являются как угрозой, так и возможностью для организации. Это характерно для внешней среды, отличительной особенностью которой является высокая неопределенность. Изменение может оказать негативное влияние на организацию, если ее возможностей и ресурсов недостаточно для адаптации к изменяющимся условиям, а может стать трамплином для роста результативности и эффективности [1]. В таблице 1 проиллюстрированы основные сильные и слабые стороны организаций.

Разработка системы управления бизнес-процессами организации должна опираться на реалистичное видение своих возможностей исходя из достигнутого уровня процессной зрелости. Текущее состояние организации на пути процессной зрелости определяется ее способностью осознавать свои процессы и управлять ими.

Существуют различные модели процессной зрелости. В схематическом виде процессная зрелость определяется по шкале «Хаотичные - Описанные - Контролируемые - Интегрированные - Проактивно управляемые процессы» [2].

Организации на стадии хаотичных процессов, как правило, имеют разрозненные функциональные подразделения и слабо представляют каким образом создается ценность для потребителя. Процессы в такой стадии не определены по ролям и ответственным и нет понимания сквозных процессов.

Планирование и описание процессов, их детальное проектирование, разработка и внедрение знаменуют переход по шкале от процессной зрелости от хаотичных процессов к описанным. Для перехода на уровень контро-

лируемых процессов организации необходимо внедрить мониторинг и отчетность по эффективности процессов и находиться в состоянии непрерывного преобразования и совершенствования.

Организации, переходящие к интегрированным процессам, должны обеспечить планирование и описание процессов корпоративной архитектуры. На этом уровне выявляются и увязываются между собой различные данные и элементы деятельности организации, позволяющие оптимальным образом реализовывать ее стратегию и устранять нежелательные воздействия на эффективность процессов.

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны организации

Сферы	Силы	Слабости
Производство	- существуют сложившиеся технологии оказания услуг; - есть постоянные потребители; - есть ресурсы для оказания услуг	- отсутствует регламентация части процессов; - недостаток персонала с управленческими навыками для управления отделами по направлениям деятельности
Маркетинг	- хорошая репутация; - уровень качества не ниже среднерыночного	- отсутствует анализ потребителей; - отсутствует стратегия развития; - отсутствует технология разработки и продвижения новых продуктов; - отсутствует система мониторинга конкурентов и внешних угроз
Финансы	- имеется материальная база; - совершенствуется управленческий учет; - есть возможность привлечения бюджетного финансирования	- не разработан механизм анализа и отбора новых направлений деятельности; - сложности с ценообразованием; - низкая окупаемость новых направлений деятельности
Компетенции	- профессиональные сотрудники; - опыт работы компании на рынке	- отсутствует привязка развития компетенций к стратегии развития организации; - отсутствует стратегия развития управленческих компетенций руководителей среднего звена

Проактивное управление процессами обеспечивается способностью «предвидеть и планировать изменения так, чтобы воспользоваться предоставляемыми преимуществами или предотвратить негативное воздействие на создание ценности для конечного потребителя».

Проведение оценки уровня процессной зрелости организации возможно по модели Forrester Research (таблица 2).

К основным бизнес-процессам в организации относятся [3]:

- процесс производства и продажи продукции;
- процесс предоставления логистических услуг;
- процесс оказания бухгалтерских и юридических услуг.

Эти процессы осуществляются достаточно длительное время и в целом организованы и осмыслены. Результативность и эффективность этой деятельности оценивается только по экономическим показателям. Показатели эффективности самих процессов не определены, поэтому управление эффективностью процессов не происходит. Для перехода на определенный уровень процессной зрелости необходимо определить и описать большинство бизнес-процессов, включая их взаимодействие между собой, а также необходимо внедрить информационные системы для оценки эффективности бизнес-процессов и использования оперативной информации. Для дальнейшей разработки системы управления бизнес-процессами необходимо определить какие конкретно процессы для достижения стратегических целей организации являются недостающими или вовсе отсутствуют. Далее целесообразно диагностирование эффективности всех бизнес-процессов организации, начиная с фундаментальных, а также внедрение отсутствующих процессов.

Таблица 2 – Уровни процессной зрелости по модели Forrester Research

Уровень процессной зрелости	Уровень понимания и характеристики процесса
0 - отсутствующий	Не осмысленные, не формализованные, потребность не осознана
1 - спонтанный	Случайные, не последовательные, не спланированные, не организованные
2 - повторяемый	Интуитивные, не документированные, осмысленные, выполняются по мере необходимости
3 - описанный	Задokumentированные, предсказуемые, периодически оцениваемые, осмысленные
4 - измеряемый	Хорошо управляемые, формализованные, зачастую автоматизированные, регулярно измеряемые
5 - оптимизируемый	Непрерывные и эффективные, интегрированные, проактивные, обычно автоматизированные

При этом, обособливаются два основных этапа совершенствования системы управления бизнес-процессами для предприятия:

I этап – выделение (анализ и описание процессов «как есть»);

II этап - моделирование процессов «как надо» (внедрение недостающих процессов и улучшение существующих, внедрение системы измерения эффективности бизнес-процессов).

Список используемых источников.

1. Гончаров В. И, Менеджмент: учебное пособие // В. И. Гончаров. Минск: Современная школа, 2019. – 635с.
2. Новоторов, В.Ю. Оценка эффективности проектного управления / Современные технологии управления, 2017. – 211 с.
3. Дубинина, Н. А. Показатели оценки бизнес-процессов предприятия [Текст] /Дубинина Н.А. // Вестник Пермского университета. Версия: Экономика. – 2016. – N 2 (29). – С. 176–192.

IMPROVEMENT OF BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE TAKING INTO ACCOUNT THEIR PROCESS MATURITY

I.N. Zaretsky, V.V. Bespalova

*St. Petersburg State Forest Technical University
named after S.M. Kirov, St. Petersburg, Russia*

The article analyzes the main aspects of the process maturity of the organization to improve the existing business processes, developed a mechanism for managing business processes at the enterprise of the woodworking industry.

Keywords: *business processes, process maturity, process characteristics, process management*

УДК 338.43.663/635

ВЫЯВЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ РЕЗЕРВОВ КРЕСТЬЯНСКОГО (ФЕРМЕРСКОГО) ХОЗЯЙСТВА

В.А. Заседкина¹

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье определены основные направления сельскохозяйственного производства в условиях КФХ. Основными критериями эффективности являются рост валовой продукции, получение валового и чистого дохода, прибыли, окупаемости затрат. Изменение фондоотдачи за счет увеличения основных производственных фондов составило - 0, 12 руб. Рост производительности труда составил 27%. В хозяйстве план по прибыли перевыполнен на 152,2 тыс. руб. за счет объема реализованной продукции и цены.

Ключевые слова: *предприятие, условия, конкурентоспособность, эффективность, факторы*

Сельскохозяйственное производство в условиях рыночной экономики представляет собой одну из важнейших сфер предпринимательской деятельности. Система земледелия включает организацию земельной территории и севооборотов, системы обработки почвы, применение удобрений, организацию семеноводства, мероприятий по борьбе с сорняками, вредителями, по защите почв от эрозии, мелиорацию, создание почвозащитных лесонасаждений.

Оценка работы предприятия должна учитывать влияние природных, организационно-хозяйственных, экономических и финансовых факторов. Важным фактором является размер хозяйства, его организационная структура, специализация, сочетание отраслей.

¹ Научный руководитель Т.Г. Косенко

Состав земельных угодий, обеспеченность хозяйства рабочей силой, уровень интенсивности определяют объем производства [5, с.73]. Уровень затрат, удаленность от мест сбыта продукции и доставки грузов формирует уровень рентабельности производства, финансовое состояние предприятия.

Результатом анализа стало выявление внутренних резервов КФХ Алифанова В.В. Кашарского района Ростовской области в улучшении использования земли, техники, труда, материалов и средств с целью получения с единицы земельной площади наибольшего количества продукции при наименьших затратах. На основе данных анализа составлены предложения по улучшению показателей хозяйственной деятельности предприятия для совершенствования управления всеми участками хозяйства.

Повышение эффективности применяемых ресурсов предприятий играет важную роль в воспроизводственном процессе [3, с.160]. Основными критериями эффективности являются рост валовой продукции, получение валового и чистого дохода, прибыли, окупаемости затрат. Факторами формирования показателей окупаемости ресурсов в совокупности и каждого в отдельности, является расход их на 1 га посева сельскохозяйственных культур, а так же стоимость ресурсов.

Установлено влияние изменения основных производственных факторов: размера посевных площадей, их структуры, уровня урожайности, определен размер потерь вследствие снижения валовых сборов.

Изменения в структуре посевных площадей должны получать экономическую оценку, т.е. необходимо определять, не уменьшилась ли стоимость всей валовой продукции хозяйства.

Анализ использования земельных угодий определил изменения, произошедшие в размерах угодий и их структуре, установлено, какая площадь может быть дополнительно введена в хозяйственный оборот, рассчитан процент распаханности сельскохозяйственных угодий, удельный вес посевной площади.

Для выявления влияния факторов на результаты использования земельных угодий использован индексный метод. Производство валовой продукции предприятия в расчете на 100 га сельскохозяйственных угодий по сравнению с базисным годом увеличилось на 46,8 рублей.

Анализ динамики и выполнения плана урожайности проведен в зависимости от структуры посевных площадей. Наибольший удельный вес имеют высокоурожайные культуры озимая пшеница, ячмень. Индекс структуры посевных площадей составил 1,09.

Отмечен рост основных производственных фондов предприятия, которые не полностью окупались приростом валовой продукции. Изменение фондоотдачи за счет увеличения основных производственных фондов составило - 0,12 руб.

Труд является главным фактором производства, и задачи производителя в увеличении производительного рабочего времени, снижении издержек на рабочую силу, улучшении условий труда [4, с.55].

Для характеристики выполнения плана по производительности в растениеводстве использован трудовой индекс производительности труда. Определены затраты труда на фактически полученную продукцию по плановым и фактическим нормам. Рост производительности труда составил 27%.

В сельскохозяйственном производстве участвует большое число факторов и ресурсов, поэтому произведенную продукцию, как правило, относят к одному из них[1,с.33]. В этом случае применяют показатели производительности в отношении к земле, труду, капиталу.

Выбирая наиболее эффективный способ ведения сельскохозяйственного производства необходимо оптимальное сочетание отраслей, их размеров и пропорций[2,с.44]. В практической деятельности предприятия применяют большой комплекс разнообразных мер для повышения эффективности использования факторов производства.

В хозяйстве план по прибыли перевыполнен на 152,2 тыс. руб. за счет объема реализованной продукции и цены. Увеличение себестоимости нута снизило прибыль на 28 тысяч рублей.

Рост общей суммы прибыли свидетельствует об экономических возможностях трудового коллектива и предприятия, укреплении экономики, создает условия к переходу на самофинансирование и ведение производства за счет средств из собственных источников.

Основными показателями уровня использования производственного потенциала являются объем валовой продукции, выручка от ее реализации и полученная прибыль в растениеводстве на 1000 рублей ресурсов.

Основными путями осуществления ресурсосбережения в сельскохозяйственного производстве являются устранение потерь материальных ресурсов, комплексная механизация трудовых процессов, использование ресурсосберегающих технологий.

Современное производство требуют дифференцированного подхода к выбору той или иной технологии возделывания сельскохозяйственных культур в соответствии с уровнем экономического развития хозяйства, наличием техники, основных и оборотных средств, почвенно-климатической и ландшафтной специфики. Наиболее трудо- и ресурсозатратными являются интенсивные технологии. Наивысший уровень интенсивности производства в хозяйстве имеют озимая пшеница и подсолнечник.

Интенсивные технологии разрабатываются как составное звено зональных систем земледелия, обеспечивающих планируемую продуктивность полей на основе рационального использования природных факторов и материально-технических средств.

Список использованных источников.

1. Гибриды моркови для товарного производства / А.Н. Ховрин, М.А. Косенко, А.В. Корнев, Л.М. Соколова // Картофель и овощи. 2019. №7. С. 32-33.
2. Косенко М.А. Селекция корнеплодов семейства капустные / Косенко М.А. //Вестник Донского государственного аграрного университета. 2018. №4-1 (30). С.39-44.

3. Косенко, Т.Г. Агроклиматические ресурсы Ростовской области. Современная школа Сборник статей участников IX Всероссийского конкурса инновационных образовательных технологий. - 2018. - С. 159-164.

4. Косенко Т.Г. Методические указания по организации экономического анализа. Учебное пособие. М. Курганская типография, 2004.

5. Косенко, Т.Г. Экономика и организация сельскохозяйственного производства /Т.Г. Косенко. - п. Персиановский, 2000.

IDENTIFICATION OF INTERNAL RESERVES OF THE PEASANT (FARMER) ECONOMY

V.A. Zasedkina

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article defines the main directions of agricultural production in the conditions of farms. The main criteria for efficiency are the growth of gross output, gross and net income, profit, and cost recovery. The change in capital return due to the increase in fixed assets amounted to - 0, 12 rubles. Labor productivity growth was 27%. In the farm, the profit plan was exceeded by 152.2 thousand rubles. due to the volume of products sold and the price.

Keywords: *enterprise, conditions, competitiveness, efficiency, factors*

УДК 658.7

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ

Д.М. Иванов

*Иркутский государственный университет путей сообщения,
г. Иркутск, Россия*

В статье рассматривается проблематика повышения эффективности складских комплексов. Раскрывается содержание и значение складской деятельности, описываются основные процессы в рамках их функционирования и определяются меры по совершенствованию всех элементов, формирующих и определяющих эффективность работы всего комплекса в целом. На практическом примере распределительного центра продемонстрирована деятельность современных складских комплексов и возможные меры по ее совершенствованию.

Ключевые слова: *склад, складской комплекс, складские процессы, запасы, товары, хранение, размещение*

Актуальность темы статьи обусловлена важностью складских комплексов для практически любого предприятия, так как наличие склада является

одним из важных конкурентных преимуществ компании. На складах производятся операции со складской обработкой товара, хранение, а также через них идет распределение товарных потоков для клиентов, либо для собственных магазинов. Современные складские комплексы, как правило, имеют сложное техническое устройство, имеют специализированные камеры, сложное оборудование и собственную организационную структуру. Все это сделано именно для улучшения действующих процессов, а также совершенствования и применения новых, современных подходов складской логистики.

Логистика и склады, как часть любой современной логистической системы, в России развиваться стали относительно недавно, при этом научная изученность данной темы является невысокой. В соответствии с действующим в Российской Федерации ГОСТ Р 51303-2013, складом называются «специальные здания, строения, сооружения, помещения, открытые площадки или их части, обустроенные для целей хранения товаров и выполнения складских операций» [1].

В свою очередь, под складским комплексом принято понимать «систему помещений для хранения товаров и грузов, включающая также подъездные пути, зоны погрузки-выгрузки, вспомогательные строения и ограждения» [2]. Исходя из данного определения видно, что складской комплекс отличается от просто склада наличием системности и многоаспектности реализуемых функций.

Хранение запасов является одной из основных функций склада и позволяет вести управление запасами [3]. На основе этого, предприятия могут по выгодным ценам закупать большие партии товаров, либо наоборот управлять закупками и оформлять заказы часто и малыми партиями во избежание накопления запасов. Также, исходя из этого, предприятие само может регулировать объем поставок для своих нужд, либо своим потребителям. При этом чрезмерное накопление запасов может привести к определенным убыткам, так как запасы в данном случае могут стать просто замороженными средствами и не приносить дополнительного дохода.

Второй функцией является выравнивание материальных потоков и регулирование ассортимента в зависимости от собственной потребности, либо потребности потребителей. На складском комплексе задается интенсивность материального потока в зависимости от спроса на конкретные товарные позиции.

Следующим важным пунктом является контроль над размером и объемом партии. На складе происходят процессы обработки товаров, в данном случае речь идет о комплектации заказов и создании таких партий товаров, которые будут необходимы и приемлемы для магазинов.

Предоставление услуг сторонним заказчикам довольно часто пользуется спросом. Сейчас складские комплексы могут оказывать довольно широкий спектр услуг: по обработке товара – фасовка, заполнение контейнеров, распаковка, придание товарного вида и прочие работы; организация транспортных, складских услуг, сдача площадей в аренду [4].

Практический пример управления складским комплексом представлен на основе распределительного центра «Верный» (далее – РЦ), г. Екатеринбург. Площадь РЦ более 20 тысяч кв. метров. Склад имеет административные помещения, зону приемки и отгрузки, вспомогательные помещения и собственно зону хранения и комплектации.

У РЦ имеется несколько разных камер и зон хранения. Основная зона – сухой склад, где хранится бакалея, продукты питания без особых условий хранения с большим сроком годности, напитки, а также бытовая химия, корма для животных и прочее. Склад мезонин – это зона с повышенным контролем над товаром и безопасностью, так как там хранятся и комплектуются сигареты, энергетики и другие подобные товары. Алкогольная продукция располагается в отдельной зоне, потому что таковы требования для всех складов, где происходит хранение и сборка заказов алкоголя. Есть также отдельные камеры с особой температурой хранения для замороженной продукции, овощей, фруктов и охлажденных продуктов, полуфабрикатов.

Распределительный центр не имеет подходящих железнодорожных путей, товар прибывает на приемку от поставщиков и отгружается на магазины исключительно с помощью автотранспорта. Перед каждым днем формируются данные по поставкам и ожидаемому объему поставок. Так старший приемки может спланировать нагрузку на своих сотрудников, вызвать дополнительных сотрудников на смену, дать выходной или же оставить все без изменений. Для каждого поставщика назначается свой таймслот – временной промежуток, в течение которого водитель должен прибыть на склад и подать документы.

На въезде на территорию происходит регистрация на контрольно-пропускном пункте. Далее водитель заезжает на территорию и проходит к бухгалтерам приемки, чтобы отдать им документы для дальнейшей процедуры приемки товара. В случае, если водитель прибыл вовремя, ему определяют док для стоянки машины и после этого начинается выгрузка товара и приемка. Распечатав акт приемки и сопутствующую документацию, ответственный сотрудник приемки идентифицирует его через штрихкод посредством терминала сбора данных, производит подсчет товара по количеству и назначает паллету уникальный идентификатор. Некоторые товары перед этим должны пройти проверку на качество. Несколько товарных единиц берутся на пробу, производится осмотр, после чего дается либо разрешение на приемку, либо товар возвращают поставщику в соответствии с регламентом. Если товар впервые появляется на складе, то за введение данных в базу отвечает специалист управления товарными запасами. Он производит замеры коробки, упаковки или иной товарной единицы, затем вносит все данные в систему WMS и дальнейшие операции на складе с товаром происходят с учетом внесенных данных.

Следующим процессом на складе является отбор товара по заказам в магазины торговой сети. Это позволяет превращать крупные партии товаров от поставщиков в мелкие партии различного ассортимента, в котором нуждается тот или иной магазин. Заказы создаются и попадают в систему WMS

из отдела товародвижения, который находится в офисе и непосредственно к распределительному центру не имеет отношения.

Движение товарного потока через распределительный центр изображено на рисунке.



Рисунок – Движение товарного потока через распределительный центр

На рисунке изображена суть всех процессов на складе как единого потока, каждый процесс необходим для последующего. Это непрерывный цикл, так как для поддержания работы склада и функционирования магазинов требуется постоянное пополнение запасов. И именно благодаря слаженности действий всех сотрудников, оптимизации операций, достигается эффективный логистический процесс в распределительном центре.

Таблица – Рекомендации по совершенствованию складского комплекса РЦ «Верный»

Проблема	Содержание	Решение
Очереди на оформление документации	В загруженные дни на приемке может скапливаться очередь из поставщиков на оформление документов, чтобы пройти дальше на приемку.	Приобретение и ввод в эксплуатацию терминала самообслуживания, где водители сами будут вносить все необходимые данные.
Пустующие ячейки хранения сухого склада	Сухой склад имеет 6 тысяч свободных ячеек в зоне хранения. Простаивание площадей.	Осуществлять услуги по ответственному хранению. Оформить три ряда исключительно под хранение для заказчиков.
Большой пробег водителей штабелеров	Приоритетные пополнения могут выдаваться по очереди из 15 в 1 ряд, и наоборот, что занимает много времени только на то, чтобы доехать.	Так как пополнения выдаются опережающим методом, то целесообразно будет поменять систему на пополнение ближайшей к сотруднику ячейки

После рассмотрения логистических процессов и анализа показателей можно выделить несколько проблемных участков – приемка, работа водителей ричтраков, перспективные отгрузки и пустующие ячейки хранения.

Для каждой проблемы можно найти оптимальное решение, не нарушая работу других отделов.

Рекомендации по совершенствованию работы складского комплекса приведены в таблице.

В случае применения предложенных рекомендаций, предприятие может повысить эффективность использования складского комплекса, что выравнивает нагрузку в зонах хранения, а также сократит затраты и станет основой для роста финансовых результатов в долгосрочной перспективе.

Таким образом, складские комплексы являются неотъемлемым и важным элементом логистической системы каждого хозяйствующего субъекта. Обеспечение функционирования всех складских процессов является основой для устойчивого роста эффективности работы всего складского комплекса в целом. На примере деятельности РЦ «Верный» была продемонстрирована сложность и многоаспектность современных складских комплексов. Было определено, что применение классических подходов к организации складских процессов в современных условиях не может гарантировать высокий результат и для повышения эффективности необходимо систематически проводить мониторинг и вырабатывать новые решения по организации работы складского комплекса.

Список использованных источников.

1. ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (ред. от 22.04.2020)
2. Арустамян Э.С. Простые и двойные складские свидетельства. Теория и практика регионального применения / Э.С. Арустамян. - М.: Гамма, 2017. - 272 с.
3. Волгин В.В. Логистика хранения товаров / В.В. Волгин. - М.: Дашков и Ко, 2017. - 368 с.
4. Николаев Г.М. Основные аспекты складской логистики / Г.М. Николаев // Студенческий вестник. - 2020. - № 3-3 (101). - С. 51-52.
5. Павлов И.Г. Стратегии оптимизации логистики складирования / И.Г. Павлов // Студенческий. - 2021. - № 20-3 (148). - С. 58-61.

IMPROVING THE EFFICIENCY OF WAREHOUSE COMPLEXES

D.M. Ivanov

*Irkutsk State Transport University,
Irkutsk, Russia*

The article discusses the problems of increasing the efficiency of warehouse complexes. The content and significance of warehouse activities are revealed, the main processes within their functioning are described and measures are determined to improve all the elements that form and determine the efficiency of the entire complex as a whole. The practical example of a distribution center demonstrates the activities of modern warehouse complexes and possible measures to improve it.

Keywords: *warehouse, warehouse complex, warehouse processes, stocks, goods, storage, placement*

УРОВЕНЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВОКУПНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Т.Г. Косенко, Д.А. Коновалова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассмотрены основные направления развития ОАО «Южное» Сальского района Ростовской области. Для дальнейшего расширения производства продукции растениеводства уровень урожайности является решающим фактором. На уровень производства продукции животноводства и продуктивности животных влияют такие факторы, как обеспеченность кормами и помещениями, организация кормления и содержания животных. Ресурсосбережение является важным фактором, способствующим повышению эффективности производства на предприятии.

Ключевые слова: ресурсы, расширенное производство, анализ, эффективность, оценка

Непременным условием ведения расширенного воспроизводства является повышение его экономической эффективности. Главным при этом остается увеличение объемов производства валовой продукции, валового и чистого доходов при непрерывном повторении процесса производства на всех его стадиях – собственно производства, распределения, обмена и потребления. Получение более качественной продукции требует не только соблюдения технологических требований, но и больших затрат на приобретение новых сортов, улучшенных семян, техники, повышения оплаты труда.

Повышение качества должно быть экономически выгодно производителю и востребовано покупателем [2, с.215]. Стимулирование через цены заключается в повышении доли прибыли в цене и скидках с цены.

Характер использования природных ресурсов должен способствовать снижению затрат и повышению эффективности общественного производства [6, с.149].

ОАО «Южное» Сальского района Ростовской области имеет производственное направление зерново-скотоводческое.

Комплексный подход предусматривает систематическую работу по всем направлениям внедрения ресурсосбережения: сохранения и возобновления природных ресурсов, трудовых, материальных и финансовых ресурсов, повышение эффективности и устойчивости производства.

Прежде чем анализировать использование производственного потенциала, необходимо определить его величину. Для определения стоимости пашни необходимо найти величину годового дохода на 1 га. При окупаемости 0,1 руб. /руб. он будет равен доходу на 1 га, деленному на 0,1, т.е. 1 балл равен десятой части дохода на 1 гектаре, а стоимость 1га пашни равна доходу, умноженному на 100.

Сенокосы и пастбища оценивают путем сопоставления с пашней. Для этого продуктивность сенокосов и пастбищ выражают через стоимостную или балльную оценку по отношению к пашне.

Стоимость трудовых ресурсов определяется по стоимости компенсации выбытия одного работника.

Стоимость материально-денежных ресурсов определяют как сумму среднегодовой стоимости основных фондов с-х назначения и материальных затрат хозяйства, вошедших в себестоимость растениеводческой и животноводческой продукции за минусом амортизации основных средств.

Производство продукции зависит от размера посевных площадей и уровня урожайности, изучению этих факторов уделяют большое внимание [3, с.30]. Анализируют изменение их структуры посевных площадей, изменение уровня урожайности зерновых, технических, кормовых культур, выявляют факторы, влияющие на ее уровень, и резервы.

Для дальнейшего расширения производства продукции растениеводства уровень урожайности является решающим фактором [5, с.51]. При анализе этого показателя устанавливают тенденцию его развития по каждой выращиваемой в хозяйстве культуре, определяют рост или снижение, выявляют резервы и возможности дальнейшего роста.

Для правильного ведения хозяйства анализ его деятельности надо осуществлять систематически. Это позволит своевременно выявить недостатки в работе, избежать потерь, улучшить в целом результаты хозяйствования. Для такого анализа используют данные технологических карт и текущего бухгалтерского учета, а также хозрасчетных заданий бригадам. Текущий анализ в растениеводстве осуществляют от подготовки к севу до уборки урожая, проведения осенних полевых работ.

Для определения экономической эффективности производства расчеты ведутся по всем культурам хозяйства [4, с.162]. Проводят также экономическую оценку структуры посевных площадей.

При анализе уровня механизации работ важно рассмотреть структуру работ, выполненных с помощью механизмов [1, с.95]. Одним из показателей, характеризующих уровень механизации, является отношение объема всех механизированных работ, выполненных под ту или иную сельскохозяйственную культуру в условной пахоте, к площади посева в гектарах. Сопоставление в динамике уровня механизации работ позволит выявить тенденцию роста или снижения.

Экономическую оценку способов обработки почвы производят по двум группам показателей, характеризующим выход продукции в физическом исчислении, в ц к. е. и стоимостном выражении и издержки производства на единицу площади и продукции, окупаемость затрат и выход продукции на затраченный ч. /день.

На уровень производства продукции животноводства и продуктивности животных влияют такие факторы, как обеспеченность кормами и помещениями, организация кормления и содержания животных. В общих затра-

тах животноводства корма по удельному весу занимают первое место. Собственные корма получают с природных лугов и пастбищ и за счет возделывания разнообразных кормовых культур в полеводстве.

При ограниченности и редкости ресурсов, используемых сельскохозяйственными предприятиями, ресурсосбережение является важным фактором, способствующим повышению эффективности производства на предприятии. Реальными направлениями ресурсосбережения является экономное расходование ресурсов, предотвращение их потери, усиление материального стимулирования ресурсосбережения, использование ресурсосберегающих технологий.

Список использованных источников.

1. Драгалева О.А., Луганская И.А. Оценка антропогенного воздействия на сельскохозяйственные районы Ростовской области. Мелиорация антропогенных ландшафтов Межвузовский сборник научных трудов. Новочеркасская государственная мелиоративная академия. Новочеркасск, 2007. С. 91-97.

2. Косенко, М.А. Выбор признаков оценки гетерозисных гибридов F1 редьки европейской // Концепт. 2015. Т. 8. С. 211-215.

3. Косенко, М.А. Выявление эффекта гетерозиса в селекции редьки / М.А. Косенко. - Текст: непосредственный // Вестник Донского государственного аграрного университета. - 2015. - № 1-1 (15). - С. 29-34.

4. Косенко, Т.Г. Агроклиматические ресурсы Ростовской области. Современная школа Сборник статей участников IX Всероссийского конкурса инновационных образовательных технологий. - 2018. - С. 159-164.

5. Косенко Т.Г. Методические указания для контроля знаний студентов агрономических специальностей по курсу экономика и организация п. Персиановский, 2007.

6. Пойда, В.Б. Эффективность гербицидов и их смесей против амброзии полыннолистной на подсолнечнике CLEARFIELD / В.Б. Пойда, М.А. Збраилов, Е.М. Фалынсков и др. // Инновации в технологиях возделывания сельскохозяйственных культур: материалы международной научно-практической конференции. - пос. Персиановский: Донской ГАУ, 2016. - С. 147-151.

THE LEVEL OF USE OF THE TOTAL RESOURCES OF THE ENTERPRISE

T.G. Kosenko, D.A. Konovalova

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article discusses the main directions of the development of JSC Yuzhnoye in the Salsky district of the Rostov region. For further expansion of crop production, the yield level is a decisive factor. The level of livestock production and animal productivity is influenced by factors such as the availability of feed and premises, the organization of feeding and keeping of animals. Resource conservation is an important factor contributing to the improvement of production efficiency at the enterprise.

Keywords: *resources, expanded production, analysis, efficiency, evaluation*

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Т.Г. Косенко, А.Н. Пометельникова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

Рассмотрены особенности научно-технического прогресса в сельском хозяйстве. Определены основные факторы агропромышленного производства. Инновационный процесс в сельском хозяйстве отличается участием в производственной или обслуживающей деятельности, финансированием и экономическими основами функционирования. Дана характеристика ведения конкурентоспособного садоводства в ЗАО «Колхозе Советинский» Неклиновского района Ростовской области. Определены основные составляющие экономической и экологи-экономической оценки производства.

Ключевые слова: экологические факторы, антропогенная нагрузка, состояние городских округов

Производство плодов, ягод и винограда имеет важное экономическое и социальное значение. Фрукты способствуют профилактике заболеваний человека, обладая лечебными свойствами. Рекомендуемая норма потребления плодов и ягод в свежем виде на одного человека в год составляет 80 кг. Фактическое потребления равно 30 кг на одного человека в год.

В 2021 году валовой сбор плодов и ягод в России составил 3,9 млн. т. Рост производства связан во многом с высокими темпами закладки современных интенсивных садов. За счет закладки молодых виноградников Ростовская область увеличила производство винограда, достигнув 5,3 тыс. т.

Качество является фактором конкурентоспособности продукции и рассматривается как совокупность ее свойств [1, с. 29]. Главное условие работы предприятий - повышение роли прибыли как стимула хозяйственной деятельности. Характерным для плодовых культур является целенаправленное фондопользование, без применения в других отраслях.

ЗАО «Колхоз Советинский» Неклиновского района Ростовской области имеет производственное направление зерновое.

Правильное размещение предприятий является основой для эффективного использования природных ресурсов [2, с. 93]. Основными показателями размера хозяйства представлены в таблице 1.

Оценка структуры насаждений включает следующие показатели: средняя урожайность плодовых культур в 2019 году составила 99 ц/га; выход продукции в расчете на 1 ч/час 0,32ц; затраты средств на 1га 261 тыс. руб.; средняя себестоимость единицы продукции 2600руб/ц; чистый доход с 1га 5688 руб.; уровень рентабельности 8,38%.

Повышение экономической эффективности позволяет увеличить производство продукции при том же ресурсном потенциале и снизить трудовые, материальные затраты на единицу продукции [5, с. 212].

Таблица 1 - Показатели размеров предприятия за 2019-2020 гг.

Показатели	Годы			Отношение в % к 2019 г.
	2019	2020	2021	
Валовая продукция, тыс. руб.	362789	298031	397248	109,4
Товарная продукция хозяйства, тыс.руб.	296910	296926	296937	100,01
Общая земельная площадь, га	9706	9706	9708	100,02
Среднегодовая численность работников, чел	179	178	176	98,32
в т.ч. занятых в с.-х. производстве	142	142	146	102,8
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов с.-х. назначения, тыс. руб.	167243	157702	153318	91,7
Среднегодовая стоимость оборотных фондов, тыс.руб.	74629	83168	110950	148,7

Очень важно подобрать удачные сорто-подвойные комбинации, наиболее продуктивные в конкретных почвенно-климатических условиях (таблица 2).

Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов характеризуется объёмом и формами осуществляемых инвестиций. Источником прироста капитала и движущим мотивом осуществления инвестиций является получаемая от них прибыль.

Таблица 2 - Классификация садов по степени интенсивности

Тип сада	Используемые подвои	Количество деревьев на 1 га	Наличие орошения	Система формирования крон	Средняя урожайность	Сроки амортизации
Экстенсивный	сильнорослые	До 400	нет	естественная, сферическая	10	25
Интенсивный	среднерослые, вегет. размнож.	400-1000	да	естественно-искусственная переходная	15-20	16
Суперинтенсивный	слаборос. вегет. размнож.	1000-6000	да	искусственная	25-40	7-12
Специальный	карлики и суперкарлики	6000-10000	да	искусственная	>60	До 5-7

Увеличение выхода продукции, улучшение ее качества при одновременном снижении себестоимости ее производства говорит о высоком уровне эффективности интенсификации[3,с.279]. Интенсивные технологии производства продукции способствуют более эффективному использованию техники, роста производства продукции[4,с.277].

Основной принцип оценки экономической эффективности проведения какого-либо агромероприятия - это сопоставление эффекта, полученного в результате его производственного применения по величине и качеству урожая и затрат на осуществление[6,с.11]. Технологическая эффективность

определяется величиной и качественными показателями урожая, экономическая - стоимостными.

При определении экономической эффективности и выявлении фактической доходности оценку основной части урожая проводят по фактическим ценам реализации, а нетоварной части продукции - по себестоимости ее производства. Уровень себестоимости зависит от количества произведенной продукции и суммы затрат.

Основным источником расширенного производства является чистый доход. Его величина показывает, насколько доходно (рентабельно) производство. Доходом является часть стоимости продукции, которая остается после возмещения затрат на производство.

Эколого-экономическая эффективность характеризует совокупную экономическую результативность процесса производства сельскохозяйственной продукции с учетом экологического влияния сельского хозяйства на природную среду.

Этот показатель отражает результативность осуществления в процессе производства наряду с материальными и трудовыми затратами затрат, связанных с ликвидацией или предупреждением загрязнений и разрушений природной среды, возникающих в процессе сельскохозяйственной деятельности, а также потери сельскохозяйственной продукции вследствие ухудшения экологического состояния окружающей среды.

Список использованных источников.

1. Косенко М.А. Выявление эффекта гетерозиса в селекции редьки Вестник Донского государственного аграрного университета. 2015. № 1-1 (15). С. 29-34.

2. Косенко М.А. Перспективные гибриды редьки европейской зимней / М.А. Косенко. - Текст: непосредственный // Известия ФНЦО. - 2020. - № 2. - С. 91-96.

3. Пимонов, К.И. Ботаническая характеристика и биологические особенности *CYAMOPSIS TETRAGONOLOBA* (L.) TAUB., выращиваемого в условиях Нижнего Дона./ К.И. Пимонов, С.В. Булынец, Е.И. Копоть, В.Д. Кумачева. - Текст: непосредственный // Материалы международной научно-практической конференции. Ресурсосбережение и адаптивность в технологиях возделывания сельскохозяйственных культур и переработки продукции растениеводства. ФГБОУ ВО Донской ГАУ 2018 - 2020. №7 - С. 267-271.

4. Турчин В.В. Здоровье почвы - как биологическая категория состояния почв / В.В. Турчин // Современные наукоемкие технологии - основа модернизации агропромышленного комплекса. Материалы международной научно-практической конференции. пос. Персиановский, 2021. С. 275-277.

5. Фалынсков, Е.М. Продуктивность гибридов кукурузы различных групп спелости в приазовской зоне Ростовской области / Е.М. Фалынсков [и др.] // Инновации в технологиях возделывания сельскохозяйственных культур: материалы международной научно-практической конференции (пос. Персиановский, 16.08.2015 г.) - пос. Персиановский: Донской ГАУ, 2015. - С. 211-215.

6. Фетюхин И. В., Черненко В. В. Факторы развития, моделирование и прогнозирование эрозии почвы // Международный сельскохозяйственный журнал. 2018. № 1. С. 11-13.

FEATURES OF COMPETITIVE PRODUCTION

T.G. Kosenko, A.N. Pometelnikova

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The features of scientific and technological progress in agriculture are considered. The main factors of agro-industrial production are determined. The innovation process in agriculture is characterized by participation in production or service activities, financing and economic fundamentals of functioning. The characteristic of conducting competitive gardening in CJSC "Kolkhoz Sovetinsky" of the Neklinovsky district of the Rostov region is given. The main components of the economic and environmental-economic assessment of production are determined.

Keywords: *environmental factors, anthropogenic load, condition of urban districts*

УДК 316

ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Н.М. Кувичкин, А.А. Попидченко

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В представленной статье рассматривается проблема адаптации молодого специалиста в различных сферах профессиональной деятельности. Отмечено, что успешное решение проблемы требует серьезной методической и организационной работы.

Ключевые слова: *проблема, адаптация, молодой специалист, профессиональная деятельность*

Адаптация основана на взаимном приспособлении работников и организаций, на постепенном включении работников в производственный процесс в новых для них условиях труда - профессиональных, психологических, социально-психологических, организационных, управленческих, экономических, гигиенических и бытовых. Это первый шаг к тому, чтобы сделать рабочую силу как можно более производительной.

В современном обществе выделяют несколько видов адаптации: профессиональная, социально-психологическая, идейно-нравственная, бытовая, досуговая, политическая, экономическая, формы общественного сознания и адаптация к природе [1].

Молодые специалисты сталкиваются со многими проблемами в первые годы работы. Весь их образ жизни кардинально меняется: распорядок дня, занятия, обязанности, круг общения. Естественно, такие ситуации могут быть стрессовыми для молодых специалистов. Адаптация к новой среде создает ряд проблем.

Принято считать, что первые несколько лет работы оказывают решающее влияние на профессиональное развитие человека, определяют его дальнейшую карьеру и в какой-то степени судьбу.

Существует ряд общих шагов, которые могут предпринять новые специалисты, чтобы влиять на коллектив:

- распределение рабочего места;
- знакомство нового сотрудника с коллективом;
- знакомство с традициями организации, стилем общения и взаимоотношений;
- изучение правил работы компании;
- пояснение к должностной инструкции;
- давать необходимые инструкции;
- знайте задачи организации, свои новые задачи, свою зону ответственности и свои полномочия;
- внедрение системы материальной и нематериальной мотивации;
- ознакомление с требованиями к выполняемой работе;
- уточнение испытательного срока и разъяснение критериев оценки;
- регулировать и контролировать качество работы во время испытательного срока;
- обеспечение дальнейшей поддержки и развития сотрудника по окончании испытательного срока;
- назначение наставника для нового сотрудника.

В первое время молодым специалистам трудно наладить межличностные отношения с людьми, которые уже давно работают в организации.

Часто бывает разное понимание многих вещей, как на работе, так и дома. Чтобы избежать эмоционального дискомфорта, молодым специалистам необходимо понимание, помощь и поддержка коллег. Чем более открытым и дружелюбным является коллектив, тем быстрее молодой специалист адаптируется к новой среде [2].

Чтобы помочь молодым специалистам адаптироваться, организуется испытательный срок в организации, во время которого оцениваются результаты и даются рекомендации по дальнейшей работе.

Когда речь идет о стадиях адаптации, эксперты выделяют несколько этапов:

1) молодой специалист интегрируется в среду организации и развивает практические знания и навыки (мы считаем этот процесс успешным, если человек в итоге чувствует себя частью команды и пользуется доверием своих коллег);

2) укрепляется профессиональный опыт, происходит дальнейшее погружение в коллектив и признается профессиональное развитие;

3) характеризуется глубокой вовлеченностью специалистов в свою профессию и свои команды, а также тем, что они выполняют свои обязанности полностью самостоятельно и без контроля со стороны руководителя.

Новые моделированные методы более эффективны для адаптации молодых специалистов. Психологические тренинги, творческие лаборатории,

дебаты, круглые столы, презентации, передача опыта от поколения к поколению.

Однако благоприятный внутренний психологический климат является основным фактором, который помогает молодым специалистам быстро адаптироваться к новой среде [3].

Сотрудники с большим опытом работы, и особенно те, кто намного старше, часто не воспринимают молодого специалиста как равноправного работника с такими же правами, как и они сами. Часто требуют от младших коллег простого выполнения своих обязанностей, покорности, не приемлют проявление инициативы и творчества. В этой ситуации вчерашний студент не должен отчаиваться и сбрасывать со счетов все трудности только в конфликте поколений.

Вам необходимо заработать репутацию ответственного сотрудника, который быстро и успешно овладел всеми профессиональными навыками, проявляя искренний интерес к делу. Это должно произвести впечатление на старших коллег. Не стоит сразу выступать против команды, нужно внимательно прислушиваться к своим коллегам, не стесняйтесь обращаться за помощью и советом, ведь только у них можно многому научиться.

Лидерское отношение играет важную роль в процессе адаптации. Если через небольшой промежуток времени ваше начальство доверит вам самостоятельное рабочее место или поручит вам реализацию собственного проекта, важно не упустить возможность и подойти к проблеме со всей ответственностью. Положительный опыт решения самостоятельных задач не только повысит самооценку сотрудника, но и повысит его авторитет в коллективе. Но в то же время не принимайте слишком много за один раз. Кроме того, слишком большое доверие со стороны руководства может создать негативный имидж молодого специалиста в коллективе.

И еще одним важным фактом в процессе вливания в коллектив будет внешнее впечатление о человеке, его внешний вид, поведение, общение, улыбка, одежда [4].

Особую роль в процессе адаптации играет наставник, который должен быть одновременно учителем и советчиком, партнером и другом. Опыт и навыки наставника позволяют ему правильно и четко сформулировать цель, поставить задачу, объяснить молодому сотруднику и специалисту основные понятия и особенности профессиональной деятельности, добиться качественного выполнения работы.

Наставник на собственном примере через систему ценностей и нравственных ориентаций приобщает его к профессиональной деятельности процессам адаптации, обучения и построения карьеры молодого специалиста.

Основная задача - помочь молодому специалисту реализовать себя, развить личные качества, коммуникативные и управленческие навыки. Поэтому наставник должен обладать высокими профессиональными знаниями, навыками и готовностью передавать опыт. Должен иметь авторитет среди

коллег. Кроме того, немаловажную роль играет обоюдное согласие наставника и молодого специалиста в совместной работе.

Наставник должен всеми возможными способами способствовать распространению профессионального потенциала молодого специалиста, вовлекать его в участие в общественной жизни коллектива, формировать у него общественно значимые интересы, способствовать развитию общекультурной и профессиональной перспективы, его творческие способности и профессиональные навыки. Он должен воспитать в себе потребность в самообразовании и повышении квалификации, желание овладеть новыми технологиями обучения и воспитания, обратить внимание молодого специалиста на: требования к организации рабочего процесса; требования к документации; формы и методы организации деятельности, а также досуга [5].

Наставник, выстраивая систему работы с молодым специалистом, должен учитывать несколько траекторий профессионального роста и может выстроить свою деятельность в 3 этапа:

1) Настраиваемый. Наставник определяет круг ведения и полномочия молодого специалиста, а также выявляет пробелы в его навыках и способностях для разработки программы размещения.

2) Дизайн. Наставник разрабатывает и реализует программу адаптации, корректирует профессиональные навыки молодого специалиста, помогает ему построить собственную программу личностного совершенствования.

3) Контроль и оценка. Наставник проверяет уровень профессиональной компетентности молодых сотрудников и определяет степень их готовности выполнять свои функциональные обязанности.

Чтобы ускорить процесс адаптации молодых специалистов к работе, вы можете поручить им разного рода задачи, облегчающие взаимодействие с коллективом. А если между членами коллектива сложились уважительные отношения, то период адаптации пройдет незаметно.

Об успешности адаптации молодого специалиста можно судить по нескольким показателям:

- завершение предварительного этапа и этапа познания рабочей ситуации (специалист успешно адаптировался, если выполняемая им работа не вызывает у него чувства напряжения, страха, неуверенности, если это стало привычным);

- овладеть необходимым объемом знаний и навыков, необходимых для работы;

- овладеть своей профессиональной ролью;

- показатели работы специалиста удовлетворены их непосредственным руководителем (соответствуют установленным нормам);

- поведение специалиста соответствует правилам внутреннего трудового распорядка, другим требованиям, установленным местным законодательством;

- специалист выразил желание совершенствоваться в профессии и связывает свое будущее с этой работой;

- специалист удовлетворен проделанной работой и удовлетворен справедливостью оценки организации его трудового вклада;
- успех на работе связан с чувством успеха в жизни.

Подводя итог, можно отметить, что успешное решение проблемы адаптации молодых специалистов требует серьезной методической и организационной работы. Однако понимания его важности недостаточно, успех возможен только тогда, когда эта работа спланирована, направлена и скоординирована во всей организации.

Если сотруднику нравится команда, он не будет искать новое рабочее место, он отдаст все свои силы, знания, навыки, талант, умения, чтобы оставаться на своей должности, чтобы иметь возможность продвигаться по карьерной лестнице, он будет работать так чтобы коллектив гордился вашим сотрудником [6].

Успешное решение проблемы, формирование достаточно трезвого взгляда молодого специалиста на собственный потенциал и знания, помогающих в процессе профессиональной адаптации, должны закладываться еще в ВУЗе, в частности, в специальных центрах студенческих инициатив, где молодым людям помогают организовывать проекты и принимать в них активное участие.

Список использованных источников:

1. Кузьмичева, К.С. Актуальные проблемы трудовой адаптации молодых специалистов в организации / К.С. Кузьмичева, А.А. Куприн, С.И. Куликов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4. – С. 68-71. – ISSN 2079-8768. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/302154> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Лобанова, Е.Э. Категориальный анализ труда молодых специалистов на стадиях воспроизводства рабочей силы / Е. Э. Лобанова // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2018. – № 1. – С. 50-59. – ISSN 2587-7461. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/314328> (дата обращения: 19.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Проблема профессиональной дезадаптации в условиях современных социальных вызовов : материалы конференций. – Липецк : Липецкий ГПУ, 2021. – 324 с. – ISBN 978-5-907335-82-0. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/193686> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Профессиональное самоопределение и управление коллективом в сфере производства : учебное пособие / А. В. Воронина, О. Г. Сорокина, Я. М. Гибнер, А. В. Охотников. – Ростов-на-Дону : РГУПС, 2019. – 120 с. – ISBN 978-5-88814-891-4. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/140607> (дата обращения: 19.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Современные подходы и технологии специальной педагогики : сборник научных трудов / под редакцией Е. Г. Речицкой, В. В. Линькова. – Москва : МПГУ, 2020. – 727 с. – ISBN 978-5-4263-0926-5. – Текст : электронный // Лань : электронно-

библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/174917> (дата обращения: 19.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

6. Лихацкий, В. И. Кадровый менеджмент: Электронное учебное пособие : учебное пособие / В. И. Лихацкий. – Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2007. – 123 с. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/63745> (дата обращения: 16.01.2022). – Режим доступа: для авториз. Пользователей.

THE PROBLEM OF ADAPTATION OF A YOUNG SPECIALIST IN VARIOUS FIELDS OF PROFESSIONAL ACTIVITY

N.M. Kuvichkin, A.A. Popidchenko

*Donskoy State Agrarian University,
Persianovskiy settlement, Russia*

The presented article deals with the problem of adaptation of a young specialist in various fields of professional activity. It is noted that the successful solution of the problem requires serious methodological and organizational work.

Key words: *problem, adaptation, young specialist, professional activity*

УДК 316

ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Н.М. Кувичкин, И. О. Петунин

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В представленной статье рассматриваются ценности современного российского общества.

Ключевые слова: *ценности, современное общество, российское общество.*

Человеческие ценности, а именно представления о них социально относительны, но определенно стабильны. И относятся к материальным и духовным общественным благам, системе отношения к миру. То, что нужно человеку для удовлетворения интересов, потребностей, а также идей, что порождает их как идеал, норму, цель. Мир ценностей огромен и разнообразен. Определенно существуют базовые ценности, которые являются «опорными структурами» в любой жизнедеятельности. Это доброта, образование, трудолюбие, терпимость, человечность [1].

Преобладание ценностей формирует общественный нрав и народный характер. Неслучайно феномен ценностей, проблема их формирования всегда стоит на первом месте на переходных этапах общественного развития, сказанного типичным этапом современного российского общества, в кото-

ром еще много проблем: экономика, социальные отношения, юриспруденция, дезориентация личности и т.д. Проблема признания ценностей также очевидна. Следует понимать, что отрицание прежних ценностей неизбежно ведет, в той или иной степени, к отрицанию предыдущих форм жизни человека и общества.

Поскольку ценности прямо или косвенно влияют на поведение человека во всех сферах жизнедеятельности, самой простой и понятной классификацией является их конкретное тематическое содержание. Ценности могут различаться как политические, экономические, духовные, социальные и т.д. Очевидно, что фрагментация, дифференциация по этому критерию может составлять десятки и даже сотни значений. Например, согласно этой классификации, могут существовать различные ценности, такие как ценность семьи, ценность образования, ценность труда и многое другое [2].

Не смотря на основные ценности, определенных на основе их конкретного тематического содержания, следует выделить так называемые базовые ценности. Основные ценности представляют собой именно фундамент, основу мира ценностей людей и серьезно влияют как на идеи, так и на действия людей в социальном пространстве.

Ценностей данного типа не так много, они формируются в детстве и подростковом возрасте, когда происходит первичная социализация индивида, и эти ценности остаются стабильными практически на протяжении всей жизни личности. Несмотря на радикальные изменения, кризисы в жизни человека могут не только исправить, но и модифицировать достаточно устойчивую систему ценностей, изменить не только объем, состав, но и структуру самих ценностей, то есть саму иерархию ценностей. Взаимосвязь индивидуальных, групповых и социальных ценностей. А то, что было значимым вчера, сегодня становится менее значимым, а завтра вообще может приобрести низкий статус [3].

С социокультурной точки зрения ценности можно соотнести с типом цивилизации, в которой они возникли и функционируют. Например:

- традиционные ценности (когда человек подчиняет свое поведение обществу, тем ценностям, которые сложились как общепринятые);
- ценности либерального типа (когда интересы личности превалируют над интересами общества);
- ценности, общие для всего человечества (некоторые пытаются гармонизировать традиционные и либеральные ценности, сформулировать ценности, необходимые для всех).

Ценности могут объединяться и распадаться, объединяя людей и разделяя их. Чем универсальнее значение, тем лучше функция интегрирования, и наоборот. Безопасность одного и того же типа может выполнять различные функции на разных этапах общественного развития.

Ценности на функциональной основе могут быть одобрены и отвергнуты, что означает, большинство общества либо одобряет, либо отрицает их.

На индивидуальном уровне ценности можно определить как терминальные и инструментальные. Вообще говоря, они выражают идеалы, самые

важные цели - это внутренняя ценность человеческой жизни, свобода, семья, способность работать, гармоничные межличностные отношения. Инструментальные ценности - это «близкие» ценности, которые служат средством достижения отдаленных конечных ценностей. Инструментальные ценности отражают средства, нормы, качества личности, позволяющие человеку достигать поставленных целей - это инициатива, независимость, авторитет и т.д [4].

В зависимости от уровня групп человеческих потребностей ценности могут быть: жизненными, то есть жизненно важными (безопасность человека, его благополучие, комфорт); интеракционистскими ценности, которые вырабатываются в процессе взаимодействия с другими людьми; социализированными и еще более сложные ценности, сформированные в результате ассимиляции или неассимиляции идеалов, моделей, норм поведения, одобренных данным обществом; значимые, то есть ценности, которые позволяют человеку сказать себе, что «он прожил и прожил свою жизнь не напрасно».

В этом смысле ценности смысла жизни по принадлежности особенно характерны для современного российского общества, поскольку для достижения благополучия, реализации своих способностей и талантов необходимо принадлежать к определенному социальному слою, социальная группа и социальные связи. В то же время базовые потребности, реализованные в детстве, юности и усвоенные как важные, необходимые, часто становятся приоритетными ценностями на протяжении всей жизни человека. Особенно в молодости люди склонны уделять первоочередное внимание тем потребностям, которые жизненно важны только на сегодняшний день. Когда эти потребности удовлетворяются, они теряют свою ценность и уступают место другим ценностям и ориентирам.

Специфика ценностей, особенно как феномена молодежной культуры, состоит в том, что разные ценности могут сосуществовать в сознании и поведении одного и того же человека, а иногда и наоборот. Дело в том, что каждый человек идентифицирует себя не с уникальной ценностью (даже если она очень «ценная»), а с определенной комбинацией целей, и возможностей. В процессе жизни человека ценности взаимодействуют друг с другом, они образуют определенную систему самых разных элементов (по важности, необходимости, приоритетности) и т.д.

Какова система ценностных ориентаций человека, такова психологическая характеристика зрелости (или незрелости) человека. Система ценностных ориентаций комплексно выражает содержание отношения человека к обществу и в этом смысле достаточно четко и напрямую определяет мотивацию поведения, имеет очень существенное значение. В результате каждое общество имеет уникальную ценность, структуру ориентации, которая отражает самобытность культуры общества.

Общество прививает комплекс ценностей, который человек приобретает в процессе социализации, именно в современной российской действи-

тельности механизм этого «трансляции» ценностей приобретает особое значение. Это особенно верно в периоды радикальных социальных изменений, когда существует большая неопределенность и нестабильность социальных и личных ценностей и возникает множество противоречий в отношении ценностей личности и общества, личности и государства [5].

Люди в современном российском обществе склонны использовать базовые ценности как защитные, в этом ответе очевидно из нашей истории. В XX веке в жизни одного (каждого) поколения произошел крах не одной «сверхидеи», «сверхобъективности», а не одной идеологии. Эти суперпроекты сопровождались мощным вдохновением народа, перенапряжением сил и кровопролитными войнами. Это истощило как потенциал нации, так и генофонд, поэтому на подсознательном уровне людей уже существует некий комплекс страха «сверхидей», «сверхцелей». Это защитная, защитная реакция человека, реакция самосохранения.

В менталитете россиян, прежде всего, обновляются ценности, связанные с деятельностью государства. Один из главных - законность. Требование законности - это требование социальной стабильности, политической и экономической стабильности, гарантий того, что люди не будут изгнаны из их обычного образа жизни. Более того, ценность права в понимании россиян - это не общеправовая ценность, а жизненная ценность в конкретно-человеческом смысле, когда государство устанавливает такой порядок в обществе, когда фактически гарантируется безопасность человека. Отсюда значительный рейтинг безопасности как одна из важнейших жизненно важных ценностей. Это показывает, что в понимании большинства россиян, несмотря на все произошедшие радикальные изменения, преобладает отождествление государства с гарантом общественного порядка, раздающим всевозможные блага. Поэтому сегодня в качестве гарантии баланса одним из главных приоритетов и ценностей россиян является ориентация на достаток, личную жизнь и семью. В глобальных и региональных кризисных ситуациях для большинства россиян семья стала тем «убежищем», где человек может спрятаться от этих кризисов и остаться самим собой наедине с сознанием. На периферии ценностей - свобода, демократия, духовность. Типично демократические ценности, такие как свобода и собственность, не имеют первостепенного значения в сознании большинства россиян. Следовательно, ценности свободы и демократии не пользуются особой популярностью у людей. В какой-то степени это связано с тем, что в обществе преобладает убеждение (не совсем необоснованное), что закон не подчиняется богатым и власть имущим, а если так, то в «низах» можно не соблюдать закон. Отсюда, с одной стороны, правовой нигилизм, вседозволенность, осторожное и холодное отношение к демократии. С другой стороны, существует реальная потребность в реальной законности как элементарной и необходимой ценности.

Соответственно традиционным источникам нравственности определяются базовые национальные ценности:

1. Патриотизм – любовь к России, своему народу, малой родине, служение Отечеству.

2. Социальная солидарность – свобода личная и национальная, доверие к людям, институтам государства и гражданского общества, справедливость, милосердие, честь, достоинство.

3. Гражданственность – правовое государство, гражданское общество, долг перед Отечеством, старшим поколением и семьей, закон и правопорядок, межэтнический мир, свобода совести и вероисповедания.

4. Семья – любовь и верность, здоровье, достаток, почитание родителей, забота о старших и младших, забота о продолжении рода.

5. Труд и творчество – творчество и созидание, целеустремленность и настойчивость, трудолюбие, бережливость.

6. Наука – познание, истина, научная картина мира, экологическое сознание.

7. Традиционные российские религии – представления о вере, духовности, религиозной жизни человека и общества, религиозной картине мира.

8. Искусство и литература – красота, гармония, духовный мир человека, нравственный выбор, смысл жизни, эстетическое развитие.

9. Природа – жизнь, родная земля, заповедная природа, планета Земля.

10. Человечество – мир во всем мире, многообразие культур и народов, процесс человечества, международное сотрудничество.

Наиболее значимыми ценностями являются: жизнь и достоинство человека, его нравственные качества, нравственные характеристики деятельности и поступков человека, содержание различных форм морального сознания – норм, принципов, идеалов, этических понятий (добра, зла, справедливости, счастья), нравственные характеристики социальных институтов, групп, коллективов, классов, общественных движений и тому подобных социальных сегментов.

Список использованных источников.

1. Бормотов, И.В. Ценностные основания современного человека: парадигмальный сдвиг / И.В. Бормотов // Социум и власть. – 2016. – № 3. – С. 31-35. – ISSN 1996-0522. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/298836> (дата обращения: 19.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Барсукова, С.А. Базовые общекультурные ценности россиян / С.А. Барсукова // Наука. Общество. Государство. – 2018. – № 1(old). – С. 148-154. – ISSN 2307-9525. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/306619> (дата обращения: 19.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Журавлев, М.С. Функционирование ценностей в современной России / М.С. Журавлев // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. – 2015. – № 2. – С. 21-30. – ISSN 2071-6141. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/294518> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Кошарный, В.П. Трудовые ценности и установки студенческой молодежи / В.П. Кошарный, Н.В. Корж // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2012. – № 1. – С. 126-135. – ISSN 2072-3016. – Текст

: электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/298968> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

5. Миронова, Е.Н. Духовные ценности как основа единства российского народа / Е.Н. Миронова // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2014. – № 5. – С. 228-232. – ISSN 1814-1390. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/291896> (дата обращения: 12.01.2022). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

VALUES OF MODERN RUSSIAN SOCIETY

N.M. Kuvichkin, I.O. Petunin

*Donskoy State Agrarian University,
Persianovskiy settlement, Russia*

This article discusses the values of modern Russian society.

Keywords: *values, modern society, Russian society.*

УДК 658

ОХРАНА ЗДОРОВЬЯ СОТРУДНИКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.В. Кусов

Екатеринбургский медицинский-научный центр профилактики и охраны здоровья рабочих промпредприятий Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, г. Екатеринбург, Россия

Статья посвящена исследованию вопроса охраны здоровья сотрудников в виде составной части процесса управления человеческими ресурсами предприятия. Произведены анализ и систематизация структурных элементов корпоративных программ, направленных на сбережение человеческих ресурсов. Нарративный анализ компонентов программ произведен на основе материалов корпоративной отчетности одной из ведущих российских металлургических компаний: РУСАЛ. Уделено внимание значимости охраны здоровья персонала предприятия как важного элемента, определяющего возможности перспективного развития бизнеса.

Ключевые слова: *управление человеческими ресурсами, управление персоналом, корпоративная отчетность, охрана здоровья персонала, сбережение человеческих ресурсов*

Введение. Вопрос сбережения человеческих ресурсов имеет очень важное значение для бизнеса как в отечественном, так и в мировом масштабе. Воздействие негативных производственных факторов и факторов внешней среды может оказывать существенное влияние на здоровье работающих, в

том числе вызывая профессиональные заболевания. Такие негативные моменты как высокий уровень заболеваемости, травматизация и смертность работников наносят вред производительности труда, повышают дополнительные затраты, отрицательным образом влияют на финансовый результат. В статье рассматривается вопрос охраны здоровья как элемента управления человеческими ресурсами предприятия, анализируются соответствующие мероприятия, их сущность и затратность.

Теоретическая часть. Сбережение человеческих ресурсов, охрана здоровья работников предприятий имеет большую важность и находит свое отражение в публикациях российских и иностранных ученых. Затраты на персонал в большинстве предприятий являются преобладающими в структуре бюджетов. Соответственно, реализация различных мероприятий по охране здоровья работников может позволить минимизировать затраты, обусловленные высокой заболеваемостью, смертностью персонала. Меры социальной защиты работников рассматриваются как стратегическое направление [1].

В многочисленных отечественных и зарубежных исследованиях указывается, что бизнес должен уметь находить баланс между производительностью труда, экологией и социальной защитой, т.е. между различными компонентами устойчивого развития [2,3,4]. Кроме того, внедрение различных элементов корпоративных программ, направленных на охрану здоровья работников и улучшение условий труда бизнес получает различные выгоды и преимущества, которые выражаются в повышении лояльности к компании и улучшению имиджа [5], росту производительности труда [6], снижении текучести кадров [1] и т.д.

3. Методы исследования. При проведении исследования использовались аналитические способы обработки информации. В ходе выполнения исследования проанализирована ежегодная корпоративная отчетность одного из крупнейших металлургических холдингов в России:

- Объединённая компания «РУСАЛ» (United Company RUSAL) – российская алюминиевая компания, один из крупнейших в мире производителей первичного алюминия и глинозёма;

Для детекции релевантных компонентов корпоративных программ, направленных на сбережение человеческих ресурсов и охрану здоровья сотрудников компании, был проведен анализ литературных источников - публикаций российских и иностранных ученых в ведущих рецензируемых научных изданиях, в том числе международных системах научного цитирования.

Результаты исследования. На основе анализа многочисленных научных публикаций российских и иностранных исследователей визуализацию направлений мероприятий по охране здоровья работников предприятий можно представить в виде схемы. (рис.1).

Был проведен анализ разделов программ об **организации оздоровления** работников, корпоративном медицинском обслуживании. Данный вопрос имеет немаловажное значение в сбережении человеческих ресурсов

предприятия, поскольку в данном случае имеется возможность прямого влияния на состояние здоровья работника и членов его семьи.



Рисунок 1 - Состав направлений деятельности по охране здоровья персонала (составлено автором)

Компания РУСАЛ обладает собственной системой корпоративного медицинского обслуживания. Данную функцию выполняет структурное подразделение компании – РУСАЛ Медицинский центр. Медицинские организации данной сети представлены в большинстве регионов присутствия компании. При необходимости и отсутствии возможности оказания некоторых видов медицинской помощи, например операций, компания покрывает данные расходы.

Сотрудники компании обеспечены бесплатным медицинским обслуживанием в РУСАЛ Медицинский центр. Расходы на выплаты медучреждениям за обслуживание работников компании составили в 2020 году примерно 449 миллионов рублей.

Мероприятия компании РУСАЛ в части улучшения условий труда работников и охране их здоровья, развития системы здравоохранения принесли неплохой результат – положительная динамика по снижению численности профессиональных заболеваний: с 2015 года более, чем на 50%.

Немаловажным аспектом направления оздоровления работников является санаторно-курортное обеспечение (в дополнение к программам социального страхования). Сотрудники компании обеспечиваются льготными путевками в санаторно-курортные организации расположенные на территории Российской Федерации.

Как правило, поездка в санаторий обходится сотрудникам не более, чем в 10% от стоимости путевки. Поездка детей сотрудников на отдых в детский лагерь обходится работнику примерно в 15% стоимости путевки. Объем затрат компании по данному направлению составил в 2020 году примерно в 28 миллионов рублей.

Рассмотрим результаты работы компаний по добровольному медицинскому страхованию (ДМС) работников, отраженные в отчетах по КСО за 2020 год. Для сотрудников компании РУСАЛ за счет средств ДМС проводятся медицинские осмотры и лечение работников. Получение полисов

ДМС включено в программу Социальных гарантий работникам компании. Затраты на организацию ДМС сотрудников компании составили в 2020 году 241 млн рублей.

Проведение медицинских осмотров работников является очень важным элементом системы охраны здоровья работников. В условиях воздействия вредных производственных факторов проведение медицинских осмотров работников является обязательным и ежегодным. Это регламентировано приказом Министерства здравоохранения РФ №29-н от 28.01.2021 года.

Сотрудники компании РУСАЛ проходят медицинские осмотры в своей сети медицинских центров. Медосмотры проводятся бесплатно для сотрудников в рамках корпоративной программы ДМС.

Заключение. В настоящей статье проанализирована корпоративная отчетность одной из ведущих российских металлургических компаний (РУСАЛ), даны описание и оценка мероприятий по сбережению человеческих ресурсов.

При анализе отчетности компаний было выявлено, что объемы и направления инвестирования в организацию оздоровления работников и развитие системы корпоративного медицинского обслуживания, наряду с особой значимостью данных вопросов, достаточно серьезны для бизнеса. Подчеркивается, что человек и состояние его здоровья важны для функционирования и перспективного развития компании. Предприятия обладают как собственной системой медицинского обслуживания, но также покрывают расходы на обслуживание в других клиниках при наличии такой необходимости.

Список использованных источников.

1. Басова, М.М. Анализ социальных аспектов промышленных предприятий // Интернет-журнал «Науковедение». 2015. Том 7. No 2 (27). С.: 4.
2. A. Pons, C. Vintro, J. Rius, J. Vilaplana. Impact of Corporate social responsibility in mining industries. *Resources Policy* 72 (2021) 102-117
3. Kuhn, E., Müller, S., Teusch, C., (...), McLennan, S., Buyx, A. Interfaces of occupational health management and corporate social responsibility: a multi-centre qualitative study from Germany // *BMC Public Health*. 2021. Том 21, Вып. 1. Номер статьи: 1042.
4. Bofinger, Y., Heyden, K.J., Rock, B. Corporate social responsibility and market efficiency: Evidence from ESG and misvaluation measures // *Journal of Banking and Finance*. 2022. Том 134. Номер статьи: 106322.
5. Пикалова, Т.А. Корпоративная социальная ответственность системообразующих компаний горно-металлургической отрасли России // *Записки Горного института*. 2013. Том 206. С.: 193-198.
6. Францевич, Ж.А. Формирование рациональной системы корпоративной социальной ответственности угольной компании // *Горный информационно-аналитический бюллетень*. 2006. No 8. С.: 180-184.
7. Отчет об устойчивом развитии компании «РУСАЛ» за 2020 год

EMPLOYEE HEALTH PROTECTION AS AN ELEMENT OF ENTERPRISE HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

S.V. Kusov

Yekaterinburg Medical Research Center for Prophylaxis and Health Protection in Industrial Workers, Yekaterinburg, Russia

The article is devoted to the study of the issue of employee health protection as an integral part of the human resource management process of the enterprise. The analysis and systematization of the structural elements of corporate programs aimed at saving human resources are carried out. The narrative analysis of the program components is based on the corporate reporting materials of one of the leading Russian metallurgical companies: RUSAL. Attention is paid to the importance of protecting the health of the company's personnel as an important element determining the possibilities of long-term business development.

Keywords: *human resource management, personnel management, corporate reporting, personnel health protection, human resource conservation*

УДК 330

УРОВЕНЬ ЦЕН И СПРОС В КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ И ТЕОРИИ МАРКСА

В.М. Мелкумян

*Московский городской педагогический университет,
г. Москва, Россия*

В статье выделяются проблемы в обосновании механизмов формирования спроса на предметы различных групп потребностей индивида с позиции теории Маркса и кардиналистской теории при изменениях уровня цен. Сопоставляются исходные допущения названных теорий в трактовке механизмов формирования спроса. Показываются проблемы, которые содержатся в обосновании механизмов формирования спроса индивида на основе “формулы” второго закона Госсена при изменениях уровня. Рассматриваются варианты возможных действий индивида с позиции кардиналистской теории при изменениях уровня цен по формированию спроса при отказе от “формулы” второго закона Госсена. Доказывается, что с позиции данной теории невозможно обоснование механизмов перехода индивида к новому состоянию “равновесия” и определения его параметров на основе определенного алгоритма. Предлагается определение механизмов формирования спроса индивида с позиции теории Маркса при изменениях уровня цен.

Ключевые слова: *потребительский спрос, группы потребностей, функция полезности, функция потребностей, второй закон Госсена, уровень цен, теория Маркса*

Введение. Определение механизмов формирования спроса с позиции кардиналистской версии неоклассической теории спроса основано на “формуле” второго закона Госсена [Андреев, 2000; Гребенников, 2019; Иохин, 2020; Розанова, 2020]. Альтернативное определение механизмов формирования спроса представлено в марксистской экономической теории, но не получает развернутого изложения у марксистских авторов [Андреев, 2000; Иохин, 2020; Любимцева, 2013; Руднев, 2020]. Исходные отличия в механизмах формирования спроса индивида в названных теориях проявляются при построении ситуаций изменения параметров “равновесия” индивида – цен на различные группы предметов потребления и величины дохода. В наших публикациях рассматривались проблемы в обосновании положений кардиналистской теории при изменениях цен на предметы основных и неосновных групп потребностей [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. Выделим в данной статье в качестве предмета рассмотрения определение в теории Маркса и кардиналистской теории механизмов формирования спроса индивида на различные виды предметов потребления при изменениях уровня цен. Начнем с краткой характеристики исходных допущений данных теорий.

Исходные допущения теории Маркса и кардиналистской теории в обосновании механизмов формирования спроса. Проф. В.Я.Иохин, Б.Ф.Андреев, П.И.Гребенников, Г.С.Вечканов, Ю.В.Тарануха, Н.М.Розанова и другие марксистские и немарксистские авторы не выделяют отличий в исходных допущениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование механизмов формирования спроса индивида на предметы различных потребностей. Сравним допущения данных теорий. Теория Маркса исходит из допущения, что механизмы формирования спроса индивидов базируются на классификации ими потребностей по степени их значимости. В данной теории индивид при формировании спроса исходит из “функции” потребностей, в которой все потребности делятся на группы, и на основе данной “функции” определяет для каждой группы возможные варианты их удовлетворения. Кардиналистская теория отрицает данное положение теории Маркса. Индивид в этой теории при формировании спроса исходит не из “функции” потребностей, а из “функции” полезностей, в которой предметы потребления различных групп потребностей признаются количественно соизмеримыми и оцениваются по величине их полезности. Индивид в теории Маркса при формировании спроса на различные группы предметов потребления при данных ценах и доходе стремится к достижению максимума уровня удовлетворения максимально большего числа потребностей [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. В кардиналистской теории индивид при данных ценах и доходе стремится достигнуть максимума общей полезности от приобретаемых предметов потребления. Кардиналистская теория исходит из допущения, что выбор индивида основан на критерии максимума полезности и формировании индивидом оценок полезности различных предметов. Утверждается, что данный выбор реализуется индивидом в пределах, определяемых ценами предметов потребления и ве-

личной доходом [Гребенников, 2019; Розанова, 2020]. Но в реальности данная теория принимает, что выбор объектов спроса реализуется индивидом безотносительно к названным ограничениям. Теория Маркса исходит из того, что выбор индивида основан на критерии максимизации уровня удовлетворения различных потребностей и предлагает определение механизма формирования спроса в пределах, определяемых данными ценами и величиной дохода. В кардиналистской теории размеры спроса индивида на предметы потребления определяются на основе “формулы” второго закона Госсена и построении функций предельной полезности. Теория Маркса исходит из допущения, что размеры спроса индивида на различные группы предметов потребления формируются на основе “функции” потребностей, которая предполагает определение “размерности” потребностей. В этой теории индивид формирует спрос в пределах “размерности” потребностей при выбранном варианте их удовлетворения и в пределах ценовых ограничений спроса. Эти отличия в допущениях находят выражение в отличиях в определении параметров “равновесия” индивида. В кардиналистской теории в состоянии “равновесия” индивид формирует спрос на предметы потребления в размерах, при которых выполняется равенство величин их взвешенных предельных полезностей [Андреев, 2000; Иохин, 2020; Гребенников, 2019; Иохин, 2020; Любимцева, 2013; Розанова, 2020]. Данные параметры “равновесия” индивида определяются однозначно и идентично для групп индивидов с различным уровнем дохода. Это определение означает, что в состоянии “равновесия” индивид приобретает предметы основной группы потребностей в количествах, которые не соответствуют “размерности” потребности. В теории Маркса отсутствует однозначное определение параметров “равновесия” индивида и доказывается, что для групп индивидов с различными доходами эти параметры “равновесия” неизбежно будут отличаться. Но независимо от данных отличий в параметрах состояниях “равновесия” и размеров дохода индивиды в теории Маркса в данных состояниях “равновесия” достигают полного удовлетворения основных потребностей. Введем допущения, которые принимались в наших публикациях. Примем, что потребности индивида делятся на три группы по степени их значимости и допустим, что в состоянии “равновесия” индивид приобретает предметы всех трех групп потребностей [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. Примем, как это неявно принимается в кардиналистской теории, что в исходном состоянии “равновесия” индивид расходует весь свой доход на покупку различных предметов потребления и формирует спрос в пределах данных цен. Примем, что в этом состоянии “равновесия” индивида происходит изменение уровня цен или изменения цен в одном направлении на все выделенные три группы предметов потребления и сравним действия индивида в данных ситуациях с позиции кардиналистской теории и теории Маркса. Начнем с ситуации падения уровня цен.

Механизмы формирования спроса в теории Маркса и кардиналистской теории при уменьшении уровня цен. Проф. В.Я.Иохин, Б.Ф.Ан-

дреев, П.И.Гребенников, Г.С.Вечканов, Ю.В.Тарануха, Н.М.Розанова и другие марксистские немарксистские авторы не выделяют отличий в положениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование механизмов формирования спроса индивида при падении уровня цен. Начнем с определений кардиналистской теории. Падение уровня цен высвобождает для индивида часть дохода, что создает возможности увеличения максимума полезности в результате одновременного увеличения спроса на предметы различных потребностей при исходном составе объектов спроса. Но определить новые размеры спроса на основе “формулы” второго закона Госсена при этом уменьшении цен оказывается невозможным. В “формуле” второго закона Госсена величины взвешенных по ценам предельных полезностей исходных объектов спроса увеличиваются при уменьшении уровня цен, но их соотношение не меняется при допущении о равномерном изменении цен. Получается, что в данной “формуле” при уменьшении цен индивид остается в состоянии “равновесия” и размеры его спроса на выделенные объекты спроса должны оставаться неизменными. Соотношение величин взвешенных по ценам предельных полезностей изменяется при неравномерном уменьшении цен различных предметов потребления. В этой ситуации индивид с позиции кардиналистской теории “переключает” спрос от одной группы предметов потребления на другую с тем, чтобы достигнуть равенства взвешенных предельных полезностей [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. Эти изменения спроса вызывает изменение общих расходов индивида, но их величина в общем случае не соответствуют величине дохода, которая высвобождается у индивида при уменьшении уровня цен. Т.е. при этой форме падения уровня цен у индивида при использовании “формулы” второго закона Госсена часть дохода остается неиспользованной. Из данных положений следует, что, во-первых, определение спроса на основе “формулы” второго закона Госсена следует признать некорректным, и, что, во-вторых, определение спроса в данной “формуле” несовместимо в общем случае с ограничениями в виде цен и величины дохода. Индивид при уменьшении уровня цен исходя из критерия максимизации полезности должен увеличивать размеры спроса при исходном выборе объектов спроса в пределах дохода. Но в этом определении его действий возникает необходимость обоснования конкретного алгоритма спроса вместо “формулы” второго закона Госсена. Эта проблема не выделяется у сторонников данной теории и не получает у них решения. Функции предельной полезности объектов спроса имеют ограниченную “размерность”, что определяется содержанием закона убывающей предельной полезности. Из этого следует, что “размерность” данных функций ограничивает пределы возможного увеличения спроса индивида. В исходном “равновесии” индивид может находиться в различных “точках” данных функций. Поэтому в общем случае в кардиналистской теории допустимы ситуации, когда индивид при увеличении размеров спроса на исходные объекты спроса достигает пределов увеличения спроса при неиспользованной части дохода. В этой ситуации возможны два варианта действий индивида. Индивид может отказаться

от использования части дохода в текущий момент времени и перенести его расходование на будущее, что крайне проблематично обосновать. Или индивид должен изменить исходный состав объектов спроса, включив в него новые предметы и, на основе “формулы” второго закона Госсена определить размеры спроса. В этом случае необходимо обосновать механизм формирования объектов спроса, которые должен отличаться от допущений, принимаемых в кардиналистской теории. К этому необходимо добавить, что при новом варианте выбора в общем случае неизбежно возникают ситуации, когда применение “формулы” второго закона Госсена оказывается несовместимым с ограничением спроса в виде дохода. Кардиналистская теория принимает, как выделено выше, что в состоянии “равновесия” индивида предельная полезность предметов всех названных трех групп потребностей, включая и предметы первой или основной группы потребностей не равна нулю. Это допущение и позволяет индивиду увеличивать размеры получаемой полезности на основе увеличения спроса на предметы всех трех названных групп потребностей. Но применительно к первой группе потребностей эти действия индивида необходимо признать некорректными. Реальный индивид при выбранном варианте удовлетворения различных потребностей удовлетворяет потребности первой группы практически в полной степени. Получается, что индивид при уменьшении уровня цен не должен увеличивать размеры спроса на предметы первой группы потребностей. Представленные положения позволяют утверждать, что кардиналистская теория при падении уровня цен не может обосновать механизмы формирования спроса индивида и определить новые параметры “равновесия”. Теория Маркса при уменьшении уровня цен предлагает определение механизмов формирования спроса, в котором отсутствуют противоречия, выделенные в кардиналистской теории. Введем деление индивидов как “субъектов” формирования спроса на три группы по величине дохода [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. В теории Маркса для индивида падение уровня цен равнозначно увеличению дохода и определяет новые исходные условия формирования спроса. Конкретный вариант действий индивида в данной теории определяется уровнем дохода и выбором индивидом вариантов удовлетворения различных потребностей. Для индивидов с наименьшей величиной дохода допускается три возможных варианта действия. Первый вариант выражается, в том, что исходный вариант удовлетворения первой группы потребностей индивид оставляет неизменным, а изменяет размеры спроса на предметы второй и третьей группы, которые в исходном “равновесии” не удовлетворялись полностью. Также возможно, что высвободившуюся часть дохода индивид использует для изменения вариантов удовлетворения второй и третьей группы потребностей. Вторым вариантом действий индивида предполагает неизменным варианты удовлетворения второй и третьей группы потребностей, но изменение варианта удовлетворения первой группы потребностей, что выражается в росте расходов по данной группе предметов потребления. Третий вариант действий индивида допустимо представить как

комбинацию двух первых вариантов. Последний вариант предполагает отказ от изменения параметров спроса по всем трем группам потребностей и формирование сбережений из высвободившейся части дохода. Индивиды с относительно более высокими доходами могут оставлять неизменным вариант удовлетворения первой группы потребностей при уменьшении уровня цен. В этом случае возможные варианты их действий в теории Маркса сводятся или к увеличению уровня удовлетворения остальных двух групп потребностей или к изменению возможных вариантов их удовлетворения. Последний вариант их действий сводится к накоплению сбережений при неизменных параметрах спроса на предметы всех групп потребностей. Для индивидов с наибольшими доходами в теории Маркса допустимые варианты их действий определяются параметрами спроса в исходном состоянии “равновесия”. Допустимо, что у индивидов этой группы в исходном “равновесии” потребности всех трех групп удовлетворяются в полной степени. В этом случае возможные варианты их действий сводятся или к изменению вариантов удовлетворения потребностей второй и третьей группы или к накоплению сбережений. Теория Маркса для всех трех названных групп индивидов допускает варианты действий, которые предполагают изменение выбора объектов спроса, которые в рассматриваемой ситуации падения цен невозможно представить в кардиналистской теории. В данной теории индивиды с различными доходами переходят к новому состоянию “равновесия”, параметры которых в общем случае отличаются от исходных параметров по составу объектов спроса и размеров спроса на различные группы предметов потребления. Перейдем к ситуации роста уровня цен.

Механизмы формирования спроса в теории Маркса и кардиналистской теории при увеличении уровня цен. Проф. В.Я.Иохин, Б.Ф.Андреев, П.И.Гребенников, Г.С.Вечканов, Ю.В.Тарануха, Н.М.Розанова и другие марксистские немарксистские авторы не выделяют отличий в положениях теории Маркса и кардиналистской теории, на которых базируется обоснование механизмов формирования спроса индивида при росте уровня цен. Начнем с определений кардиналистской теории. Увеличение уровня цен приводит к тому, что величина дохода не позволяет формировать индивиду спроса в размерах, которые определяются параметрами исходного “равновесия”. В “формуле” второго закона Госсена при равномерном увеличении уровня цен величины взвешенных предельных полезностей уменьшаются, но их соотношение остается неизменным. Из этого следует, что при данном увеличении цен индивид, как и в рассмотренном выше случае уменьшения уровня цен, остается в состоянии “равновесия” и не должен уменьшать размеры спроса. Получается, что размеры спроса в “формуле” второго закона Госсена определяются некорректно, так как выходят за допустимые пределы расходов индивида. Увеличение уровня цен в реальной рыночной экономике происходит неравномерно по группам различных предметов потребления. В кардиналистской теории это приводит к наруше-

нию исходного состояния “равновесия” индивида вследствие нарушения равенства величин взвешенных предельных полезностей. Восстановление “равновесия” индивида с позиции “формулы” второго закона Госсена реализуется в результате “переключения” индивидом спроса от одной группы предметов потребления к другой с тем, чтобы достигнуть равенства взвешенных предельных полезностей. Это изменение структуры спроса приводит в общем случае или к росту общей величины расходов или к их уменьшению [Мелкумян, 2020; Мелкумян, 2021]. В первом случае исходное превышение расходов над доходом увеличивается, во втором уменьшается в ограниченных пределах, которые не устраняют неравенство, вызванное увеличением уровня цен. Т.е. и при этом изменении цен возникает ситуация, в которой размеры спроса индивида на основе “формулы” второго закона Госсена не равны величине дохода. Получается, что при увеличении уровня цен возникают основания для выводов, выделенных выше применительно к ситуации уменьшения уровня цен. Во-первых, определение спроса индивида на основе “формулы” второго закона Госсена не позволяет достигнуть максимума полезности, и, во-вторых, спроса индивида на основе данной “формулы” выходят за пределы ограничений в виде цен и величины дохода. Т.е. “формула” второго закона Госсена должна быть признана некорректной по данным основаниям. При увеличении уровня цен единственным возможным вариантом действий индивида в кардиналистской теории является уменьшение размеров спроса на исходные объекты спроса. Эти новые размеры спроса должны формироваться в пределах дохода и определяться исходя из критерия максимума полезности. Проблема, которая должна быть решена в кардиналистской теории при этих действиях индивида, сводится к обоснованию конкретного алгоритма определения новых размеров спроса вместо “формулы” второго закона Госсена. Но эта проблема не может быть решена при исходных допущениях кардиналистской теории. Уменьшение размеров спроса индивида в рассматриваемой ситуации должно происходить в пределах “размерности” функций предельной полезности. Но как выделено выше, эти функции имеют ограниченную “размерность”, а индивид в исходном “равновесии” может находиться в различных “точках” данной функции. Из этого следует, что при определенном росте уровня цен в данной теории уменьшение размеров спроса оказывается невозможным, так как выходит за пределы “размерности” функций предельной полезности. Получается, что индивид должен исключить какие-то предметы потребления и при новых исходных условиях повторить корректировку размеров спроса в сторону их уменьшения. Но эти действия индивида противоречат исходному допущению кардиналистской теории о том, что состав объектов спроса определяется оценками полезности предметов. В данном случае возникают и другие проблемы в обосновании действий индивида. А именно необходимо обосновать, почему индивид должен исключать из состава объектов спроса только определенные предметы, а не пересмотреть свой выбор объектов полностью, включив в состав объектов спроса новые предметы потребления. Т.е. возникает проблема в обосновании механизмов выбора индивида в

целом, которая в данной теории не решена. Необходимо выделить и то, что действия индивида по уменьшению размеров спроса на предметы различных групп потребностей при данном росте уровня цен несовместимы с действиями индивида в реальной рыночной экономике. В реальной рыночной экономике индивиды не уменьшают размеров спроса по первой группе потребностей при исходном составе объектов спроса, так как их потребление в определенных количествах абсолютно необходимо для его существования. Возможные действия индивида в данной ситуации роста уровня цен должны выражаться в изменениях вариантов удовлетворения различных групп потребностей, и в особенности потребностей второй и третьей группы. Но механизмы изменения вариантов удовлетворения различных групп потребностей невозможно представить в кардиналистской теории. Теория Маркса предлагает решение данных проблем и определение механизмов формирования спроса индивидов при росте уровня цен. В данной теории рост уровня цен равнозначен для индивидов уменьшению величины их дохода. Из этого следует, что при росте уровня цен, как и при уменьшении уровня цен, у индивидов в теории Маркса возникают новые исходные условия формирования спроса и определения возможных вариантов удовлетворения различных групп потребностей. Для индивидов с различной величиной дохода данная теория обосновывает различные варианты действий. Начнем с характеристики действий индивидов с наименьшими доходами. Теория Маркса, как показано выше, исходит из допущения, что потребности первой группы при данных ценах и доходах индивиды удовлетворяют в полной степени. Из этого следует, что в исходном “равновесии” размеры спроса индивида на предметы первой группы потребностей соответствуют “размерности” данной потребности при принятом варианте ее удовлетворения. При увеличении уровня цен индивиды с наименьшими доходами должны удовлетворять эти потребности в полной степени. Первый вариант действий выражается в том, что индивиды оставляют без изменения исходных вариантов удовлетворения первой группы потребностей, но или изменяют размеры спроса по второй и третьей группе потребностей, или выбирают другие варианты их удовлетворения с меньшей суммой расходов. В этом случае размеры спроса индивидов на предметы первой группы потребностей индивидов в теории Маркса, в отличие от индивидов в кардиналистской теории, остаются неизменными. Второй вариант выражается в изменении исходного варианта удовлетворения первой группы потребностей и перехода к варианту, по которому общие расходы будут меньше исходных величин. Этот вариант предполагает, что потребности первой группы будут при новом варианте, как и в исходном варианте, удовлетворяться в полной степени, но состав предметов этой группы потребностей и размеры спроса на них изменяются. Т.е. индивид вводит в состав объектов спроса новые предметы, и исключает часть исходных предметов. В этом варианте действий размеры спроса индивида на исходные объекты спроса могут как увеличиваться, так и уменьшаться. Третий вариант действий индивида представляет собой комбинацию двух первых вариантов. Выбор индивидом конкретного варианта

из трех допустимых в теории Маркса определяется размерами падения его дохода в результате увеличения уровня цен, и его субъективными предпочтениями. Индивиды с относительно более высоким доходом в теории Маркса при росте уровня цен выбирают приемлемый для них вариант из различных альтернатив. Но эти варианты, как и варианты действий индивидов с наименьшими доходами, несовместимы с действиями индивида в кардиналистской теории. Т.е. данные индивиды, при условии, что часть дохода у них сберегалась в прошедшие периоды, могут частично или полностью отказаться от формирования сбережений и сохранить полностью или частично размеры спроса и объекты спроса трех групп потребностей. Уменьшения размеров спроса на исходные размеры спроса у данных индивидов в отличие от индивидов в кардиналистской теории не происходит. При отсутствии сбережений данные индивиды могут оставить неизменными спрос на предметы первой группы потребностей и ограничиться уменьшением спроса по второй и (или) третьей группы потребностей. Также для них допустимо уменьшить расходы по второй и третьей группе потребностей на основе выбора других вариантов их удовлетворения. Индивиды с наибольшим доходом в теории Маркса могут выбрать вариант действий, при котором размеры спроса на все предметы остаются неизменными, что приведет к уменьшению у них неиспользуемых резервов. Этот вариант действий индивида в данной теории в наибольшей степени отличается от действий индивида в кардиналистской теории, который выделен выше, и сводится к одновременному уменьшению размеров спроса по всех предметам потребления. Теория Маркса для трех групп индивидов с различным доходом при росте уровня цен обосновывает варианты действий, которые основаны на исходных допущениях, несовместимых с определениями кардиналистской теории. Кардиналистская теория, как доказано выше, не может обосновать конкретный алгоритм спроса при росте цен как альтернативы “формулы” второго закона Госсена. В итоге с позиции данной теории остается без объяснения параметры “равновесия” индивида, которые должны быть достигнуты индивидом в результате увеличения уровня цен. Теория Маркса не обосновывает конкретного алгоритма действий индивида при росте уровня цен, но предлагает определение различных вариантов его действий, основанных на исходных допущениях, несовместимых с допущениями кардиналистской теории. Результатом этих действий индивидов в теории Маркса выступает формирование новых параметров “равновесия”, определение которых отличается по группам индивидов различным доходом.

Заключение. Итак, мы провели сравнение механизмов формирования спроса в теории Маркса и кардиналистской теории при изменениях уровня цен и показали проблемы в применении “формулы” второго закона Госсена при данных изменениях уровня цен. Возможные варианты действий индивида по формированию спроса исходя из критерия максимума полезности при изменениях уровня цен при отказе от “формулы” второго закона Госсена оказывается невозможным представить в форме определенного алгоритма. Т.е. в итоге оказывается, что кардиналистская теория не позволяет

обосновать механизмы перехода индивида от одного исходного состояния “равновесия” к другому состоянию “равновесия” исходя из критерия максимума полезности. Эти проблемы кардиналистской теории не выделяются у группы марксистских авторов при изложении основ неоклассической теории спроса в ее кардиналистском и ординалистском варианте [Андреев, 2000; Иохин, 2020; Любимцева, 2013]. Проблемы в применении “формулы” второго закона Госсена кардиналистской теории проявляются и при рассмотрении других ситуаций формирования спроса, которые допустимо выделить в предмет отдельных публикаций.

Список использованных источников.

1. Андреев, Б.Ф. Системный курс экономической теории/ Б.Ф.Андреев. - СПб: Бизнес-пресса, 2000. - 648с.
2. Гребенников, П.И. Микроэкономика: учебник и практикум для академического бакалавриата/ П.И.Гребенников, Л.С.Тарасевич, А.И. Леусский. - М.: Юрайт, 2019. - 547 с.
3. Иохин, В.Я. Экономическая теория: учебник для академического бакалавриата/ В.Я.Иохин.- М.: ЮРАЙТ, 2020. - 353с.
4. Любимцева, С.В. Экономическая теория. Введение в экономическую теорию. Микроэкономика: в 2 кн. Кн.1 Учебник/ Любимцева. - М.: Изд-во МГОУ, 2013.- 236 с.
5. Мелкумян, В.М. О некоторых механизмах формирования спроса в кардиналистской теории/ В.М.Мелкумян // Экономика: вчера, сегодня, завтра.- 2020. - №8А. С.517-527
6. Мелкумян, В.М. К обоснованию одной теоремы кардиналистской теории спроса/ В.М.Мелкумян // Формирование и реализация стратегии устойчивого экономического развития Российской Федерации: сборник статей XII Международной научно-практической конференции. - Пенза: Пензенский ГАУ, 2021. с. 202-210
7. Розанова, Н.М. Микроэкономика. В 2т. Т.1.: учебник для академического бакалавриата/ Н.М.Розанова. -М.: ЮРАЙТ, 2020. - 386с.
8. Руднев, В.Д. Политическая экономия (экономическая теория): Учебник для бакалавров/ В.Д. Руднев.- М.: Дашков и К, 2020. - 704с.

PRICE LEVEL AND DEMAND IN CARDINALIST THEORY AND MARX'S THEORY

V.M. Melkumyan

*Moscow City Teachers Training University,
Moscow, Russia*

The article highlights the problems in substantiating the mechanisms of demand formation for items of various groups of individual needs from the standpoint of Marx's theory and Cardinalist theory with changes in the price level. The initial assumptions of these theories in the interpretation of the mechanisms of demand formation are compared. The problems that are contained in the substantiation of the mechanisms of the formation of individual demand based on the “formula” of the second Gossen law with changes in the level are shown. The variants of possible actions of an individual from the position of the cardinalist theory are considered in case of changes

in the price level for the formation of demand with the rejection of the "formula" of the second Gossen law. It is proved that from the position of this theory, it is impossible to substantiate the mechanisms of an individual's transition to a new state of "equilibrium" and to determine its parameters based on a certain algorithm. It is proposed to determine the mechanisms of formation of individual demand from the standpoint of Marx's theory with changes in the price level.

Keywords: *consumer demand, groups of needs, utility function, needs function, Gossen's second law, price level, Marx theory*

УДК 331.1

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В процессе развития организации претерпевают множество неизбежных изменений. Их основной целью является организационная реструктуризация, а также достижение и использование методов и инструментов, обеспечивающих эффективность развития и реализацию потенциала сотрудников. Потенциал компании в этом направлении реализуется с помощью корпоративной культуры.

Ключевые слова: *бизнес, корпоративная культура, менеджмент, повышение эффективности управления кадрами*

Корпоративная культура - это система организационной деятельности сотрудников, моральных ценностей, правил и стандартов поведения, которая помогает сотрудникам эффективно вести свой бизнес и удовлетворять собственные интересы.

Корпоративная культура создает корпоративные стандарты, предоставляет сотрудникам правильность этих целей и стандартов, реализует механизм передачи ценностей. Хотя вполне естественно, что корпоративная культура не может приносить прибыль и доход организации, отсюда следует, что важно осуществлять целенаправленные пошаговые действия по формированию здоровой корпоративной культуры в организации.

Эффективность бизнеса в значительной степени зависит не только от финансовых показателей, корпоративной культуры бизнес-подразделения и ее соответствия выбранной бизнес-стратегии.

Корпоративная культура определяет не только разницу между организациями, но и определяет их функциональную и успешную стратегию в конкурентной борьбе.

Формирование корпоративной культуры связано с внедрением организационных инноваций является стратегическим инструментом развития бизнеса.

Организационную корпоративную культуру можно определить по следующей формуле: общие интересы организации - взаимовыгодная зависимость в организации – честное организационное поведение, определяющее рыночный успех организации. Важно отметить, что можно имитировать корпоративную культуру другой организации.

Руководство компании использует эту культуру для привлечения сотрудников и стимулирования определенного типа поведения. Таким образом, корпоративная культура - это четкая система координат, которая может объяснить, почему организация действует таким образом.

Благодаря этому легче соотносить цели отдельного сотрудника с глобальными целями организации, формируется общее культурное пространство, состоящее из ценностей, стандартов и моделей поведения каждого сотрудника.

Успешные организации имеют свою собственную корпоративную культуру, которая оказывает положительное влияние на организационную деятельность. Благодаря корпоративной культуре одна организация отличается от другой, создает идентифицирующую атмосферу для членов организации, повышает социальный статус сотрудников организации, является очень хорошим механизмом контроля, который управляет и формирует отношение и поведение сотрудников в организации и за ее пределами.

Влияние корпоративной культуры на организацию может осуществляться двумя способами: через организационное поведение и наоборот и через то, что делают люди, а не то, как они это делают.

Существует также много различных используемых методов. Обычно эти знания лежат в основе форм и анкет для описания корпоративной культуры организации. Итак, были разработаны различные модели влияния корпоративной культуры на организацию.

Учеными выделено семь процессов посредством которых корпоративная культура влияет на организационную деятельность:

1. Корпоративное отношение членов организации и отделов
2. Процессы принятия решений
3. Процессы управления
4. Коммуникационные процессы
5. Лояльность организации
6. Восприятие корпоративной среды
7. Обоснование поведения.

Первые три процесса связаны с самым высоким уровнем корпоративной культуры, а остальные - со второго, более низкого уровня, который основан на ценностях и стандартах поведения.

Сотрудничество, как пример поведения в организации, не может быть зафиксировано формальными мерами управления из-за сложности прогно-

зирования всех результатов деятельности организации. В некоторых организациях важна командная работа, в некоторых - внутренняя конкуренция, поэтому все зависит от того, какие методы используют организации: индивидуализм или коллективизм.

Влияние корпоративной культуры на принятие решений реализуется ценностями и верой ее членов. Поскольку корпоративная культура помогает уменьшить конфликты, процесс принятия решений становится более эффективным.

Корпоративная культура также влияет на коммуникацию.

Человек чувствует себя вовлеченным во внутреннюю коммуникацию организации и испытывает некоторое эмоциональное соединение. Сильная культура улавливает чувства человека и связывает его с организацией. Реалистичное восприятие человеком организации или того, что он видит, основано на мнении коллектива.

Культура влияет на процессы и формирует интерпретацию членов организации.

В модели ценностей Питерса и Р.Уотермана, которые принесли успех формирующимся американским компаниям. К таким факторам относятся: вера в действие, общение с клиентами и автономия компании; производительность труда, прозрачность управления, организационные структуры управления, сокращение опыта работы, организационная гибкость и негибкость.

Любая организация должна адаптироваться к изменяющимся условиям окружающей среды, стремиться к достижению своих целей и быть признанной людьми и другими организациями за то, что она успешна. Эта модель вытекает из того факта, что ценности корпоративной культуры важны как инструменты для развития организации.

Если мнения и ценности помогают организации адаптироваться к окружающей среде, достигать своих целей, интегрироваться, доказывать свою полезность людям и другим организациям, то этот тип корпоративной культуры, несомненно, влияет на успех организации в целом.

Можно сделать вывод, что корпоративная культура наилучшим образом обеспечивает существование организации.

Список использованных источников.

- 1.. Барышникова, Елена Оценка персонала методом ассесмент-центра / Елена Барышникова. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 884 с.
2. Воронин, М. HR-квест. Как сделать сотрудников адвокатами бренда / М. Воронин. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. - 483 с.
3. Гурков, И. Б. Стратегия и структура корпорации / И.Б. Гурков. - М.: Дело, 2017. - 320 с.
4. Дубицкая, Виктория Капитализм под копирку. / Виктория Дубицкая. - М.: Альпина Паблишер, 2015. - 272 с.
- 5.. Емельянов, Ю. С. Человеческий капитал в модернизации России./ Ю.С. Емельянов, А.А. Хачатурян. - М.: Едиториал УРСС, 2014. - 416 с.

THE ROLE OF CORPORATE CULTURE IN BUSINESS EFFICIENCY

Yu.V. Milovanova, T.V. Petrenko

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

As organizations evolve, they undergo many inevitable changes. Their main goal is organizational restructuring, as well as the achievement and use of methods and tools that ensure the effectiveness of development and the realization of the potential of employees. The potential of the company in this direction is realized with the help of corporate culture.

Key words: *business, corporate culture, management, improving the efficiency of personnel management*

УДК 331.1

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ЦЕННОСТИ: ПРИМЕР ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ООО «КОМУС»

Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, России*

В современных рыночных условиях конкуренция становится все более и более жесткой, многие предприятия понимают, важность культурного строительства во всем управлении предприятием.

Ключевые слова: *управление кадрами, российский бизнес, Организационная культура, менеджмент*

Организационная культура - это система организации деятельности сотрудников, создания моральных ценностей, правил и стандартов поведения, которая помогает эффективно вести бизнес и удовлетворять собственные интересы компании.

Организационная культура создает корпоративные стандарты, обеспечивает сотрудникам правильность этих целей и стандартов, реализует механизм передачи ценностей.

Организационная культура определяет не только разницу между организациями, но и определяет их функциональную и успешную стратегию в конкурентной борьбе.

За 14 лет компания «Комус» прошла путь от небольшой фирмы до торгово-производственного холдинга до эксклюзивного сервиса и создания собственного брэнда. Организационная культура, строящаяся на основных ценностях и ориентирах компании- важный компонент в достижении успеха при взаимодействии с сотрудниками, клиентами и партнерами в ООО «Комус».

Среди основных инициатив организационной культуры можно выделить следующие направления:

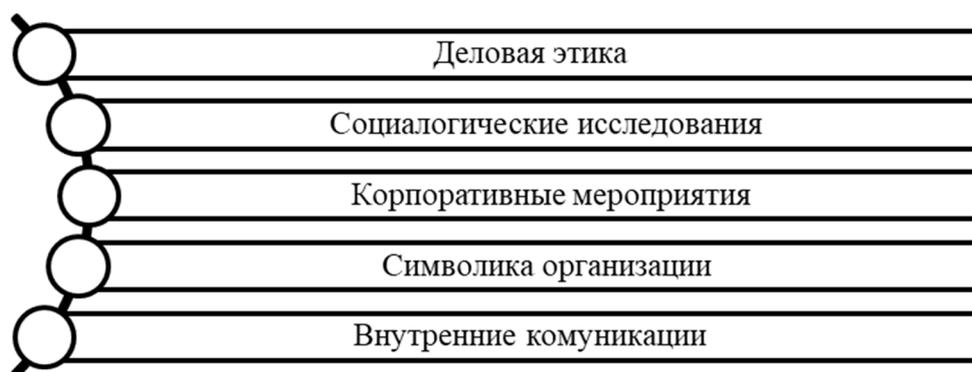


Рисунок 1- Направления инициатив организационной культуры ООО «Комус»

Организационная символика – важнейшая составляющая организационной культуры. Символика предприятия, выпуск различной продукции с ней: ручки, календари кружки, папки, магниты и др. являются предметом гордости сотрудников и поводом для популяризации Организационной культуры фирмы во внешней среде.

Как атрибуты символики можно выделить девизы и слоганы. –«Все только начинается».

Внутренние коммуникации – неотъемлемая часть Организационной культуры Компании и один из главных факторов повышения эффективности деятельности. Сегодня в «Комус» на первый план выходят задачи своевременного информирования персонала обо всех изменениях, проектах и событиях, происходящих в Компании, поддержки сотрудничества и обмена знаниями между подразделениями.

В «Комус» рационально организована система обучения новичков: прохождение испытательного срока, который в большинстве случаев способствует лучшей адаптации на рабочем месте, закрепление опытных наставников, которые помогают разобраться в специфике работы.

Чтобы верно определить направления дальнейшего развития Организационной культуры и системы внутренних коммуникаций в «Комус» на регулярной основе проводятся социологические исследования. Исследования позволяют провести оценку уровня информированности и удовлетворенности персонала кадровыми и социальными программами, выявить зоны потенциальных и существующих рисков, а также дать рекомендации по развитию кадровой и социальной политик Компании.

Одним из важнейших инструментов организационной культуры является, введенный в действие в 2018 году, Кодекс деловой и Организационной этики, основанный на лучших международных практиках. В нем закрепл-

лены корпоративные ценности и ориентиры, требующие от каждого сотрудника осознанности, активности и инициативы. Следование сотрудниками единым принципам и стандартам поведения способствует формированию надежной и высокопрофессиональной команды, объединенной общими целями, культурой поведения и традициями, а также помогает поддерживать на должном уровне взаимопонимание. Работа в Компании требует соблюдение законодательных норм, этических стандартов, и высшего уровня профессионализма.

Также очень примечательным является и то, что большинство работников знают миссию, цель, стратегию и структуру своей организации.

Корпоративные мероприятия - важный инструмент формирования Организационной культуры организации: они поднимают мотивацию сотрудников, способствуют сплочению коллектива, а также выявляют основные проблемы в организации, то есть используются как инструмент организационной диагностики.

Корпоративное мероприятие это, по большому счету, любое событие в жизни компании, которое не связано с выполнением профессиональных задач и в котором участвуют ее сотрудники.

Корпоративные мероприятия «Комуса» можно классифицировать следующим образом:

- 1) Деловые (дилерские форумы, конференции, конгрессы)
- 2) Учебные, образовательные (семинары, тренинги)
- 3) Презентационные (пресс-релизы, публикации)
- 4) Развлекательные (корпоративные праздники и вечеринки)
- 5) Командообразующие (курсы, мероприятия для развития командного духа)
- 6) Торжественные (банкеты, фуршеты, приемы VIP – гостей)
- 7) Спортивные
- 8) Общественные (благотворительные и рекламные акции)
- 9) Корпоративные мероприятия могут быть разовыми (юбилеи) или периодическими (ежемесячные, ежегодные)

В течение многих лет ООО «Комус» проводит масштабную работу по развитию спорта и пропаганде здорового образа жизни и среди сотрудников Компании.

Ежегодно проводятся Зимняя и Летняя Спартакиады, в которых принимают участие не менее 2500 человек.

В ходе исследования стимулирующей функции Организационной культуры «Комус» было обнаружено, что роль механизма стимулирования Организационной культуры заключается в следующем: усиление сплоченности коллектива, поднятие корпоративного духа, продвижение хорошего имиджа предприятия.

Список использованных источников.

1. Кремнева, Н. Ю. Формирование Организационной культуры в российских организациях / Н. Ю. Кремнева // Социологические исследования. - 2017. - с. 52-59.

2. Новый корпоративный портал ООО «Комус»/ Режим доступа:
<http://www.komus.org/info>

CORPORATE CULTURE AND VALUES: EXAMPLE OF THE CORPORATE CULTURE OF COMUS LLC

Yu.V. Milovanova, T.V. Petrenko

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin,
Krasnodar, Russia*

In today's market environment, competition is becoming more and more fierce, many enterprises understand the importance of cultural building in the entire enterprise management.

Keywords: *personnel management, Russian business, corporate culture, management*

УДК 331.1

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В условиях современной динамично развивающейся экономики эволюционируют практически все коммерческие предприятия, государственные и бюджетные организации, меняются и определения корпоративной культуры. Обладая значительным потенциалом, корпоративная культура совершенствует социально-психологический микроклимат, способствует повышению профессионализма специалистов.

Ключевые слова: *корпоративная культура, организация, коллектив, управление, бизнес*

Корпоративная культура играет решающую роль в формировании поведения в организациях, хотя нет единого мнения о том, что такое организационная культура на самом деле, не говоря уже о том, как она влияет на поведение и является ли она чем-то, что лидеры могут меняться.

Как считает американский исследователь бизнес-процессов в организациях

Корпоративная культура как результат повторяющихся действий в организации.

Культура – это последовательные, наблюдаемые модели поведения в организациях. Аристотель сказал: «Мы – это то, что мы постоянно делаем». Этот взгляд возвышает повторяющееся поведение или привычки как ядро

культуры и принижает значение того, что люди чувствуют, думают или во что верят. Он также фокусирует внимание на силах, формирующих поведение в организациях, и таким образом выдвигает на первый план важный вопрос: являются ли все эти силы (включая структуру, процессы и стимулы) «культурой» или культура является просто результатом поведения?

Корпоративная культура – продукт компенсации

Культура сильно зависит от стимулов. Лучший предсказатель того, что люди будут делать, это то, что их побуждает делать. Под стимулами подразумевается полный набор стимулов – денежные вознаграждения, неденежные вознаграждения, такие как статус, признание и продвижение по службе, и санкции, – которым подвергаются члены организации. Но откуда берутся стимулы? Как и в случае с предыдущим определением, существуют потенциальные проблемы курицы и яйца. Являются ли образцы поведения продуктом стимулов, или стимулы фундаментально формируются убеждениями и ценностями, лежащими в основе культуры?

Культура определяет совместное описание организации изнутри».

Организационная культура – это процесс «смыслообразования» в организациях.

Осмысление было определено как «совместный процесс создания общей осведомленности и понимания с точки зрения разных людей и различных интересов». Обратите внимание, что это выводит определение культуры за рамки моделей поведения в область общих убеждений и интерпретаций того, «что есть». В нем говорится, что важнейшая цель культуры – помочь своим членам сориентироваться в «реальности» таким образом, чтобы обеспечить основу для согласования целей и совместных действий.

Организационная культура – это сумма ценностей и ритуалов, которые служат «клеем» для интеграции членов организации». Культура является носителем смысла. Культуры обеспечивают не только общее представление о том, «что есть», но и о том, «почему есть». С этой точки зрения культура – это «история», в которую встроены люди в организации, а также ценности и ритуалы, которые подкрепляют этот нарратив. Он также обращает внимание на важность символов и необходимость их понимания, включая идиосинкразические языки, используемые в организациях, для понимания культуры.

Организационная культура – это цивилизация на рабочем месте

Культура – это система социального контроля. Здесь основное внимание уделяется роли культуры в поощрении и укреплении «правильного» мышления и поведения, а также в санкционировании «неправильного» мышления и поведения. Ключевым в этом определении культуры является идея поведенческих «норм», которые необходимо поддерживать, и связанных с ними социальных санкций, налагаемых на тех, кто «не остается в рамках». Эта точка зрения также фокусирует внимание на том, как эволюция организации сформировала культуру. То есть, как существующие нормы способствовали выживанию организации в прошлом?

Культура – это иммунная система организации

Культура – это форма защиты, которая возникла из-за ситуационного давления. Это в первую очередь предотвращает проникновение в организацию «неправильных мыслей» и «неправильных людей». В нем говорится, что организационная культура во многом похожа на человеческую иммунную систему, предотвращая распространение вирусов и бактерий и причинение им вреда. Проблема, конечно, в том, что организационные иммунные системы также могут атаковать агентов необходимых изменений, и это имеет важные последствия для адаптации и интеграции людей в организации.

В ходе обсуждения также были сделаны некоторые важные наблюдения, противоречащие представлению о культуре как о чем-то едином и статичном и склоняющиеся к мнению о том, что культуры множественны, пересекаются и динамичны.

Организационная культура является основной культурой общества, в котором мы живем, хотя и с большим акцентом на отдельные ее части». –

Организационная культура формируется и пересекается с другими культурами, особенно с более широкой культурой обществ, в которых она действует. Это наблюдение подчеркивает проблемы, с которыми сталкиваются глобальные организации при создании и поддержании единой культуры при работе в контексте множества национальных, региональных и местных культур. Как лидеры должны найти правильный баланс между продвижением «одной культуры» в организации и при этом учитывать влияние местных культур?

«Организация – это живая культура... которая может адаптироваться к реальности как можно быстрее».

Наконец, культуры динамичны. Они меняются постепенно и постоянно в ответ на внешние и внутренние изменения. Таким образом, попытка оценить организационную культуру осложняется тем фактом, что вы пытаетесь попасть в движущуюся цель. Но это также открывает возможность того, что изменением культуры можно управлять как непрерывным процессом, а не посредством больших сдвигов (часто в ответ на кризисы). Точно так же он подчеркивает идею о том, что стабильная «пункт назначения» никогда не может быть достигнута – и, более того, никогда не должна быть достигнута. Эти точки зрения обеспечивают целостный, детальный взгляд на организационную культуру.

Список использованных источников.

1. Авдеева, Е. С. Стратегическая культура управления как инструмент развития предприятия / Е. С. Авдеева // Проблемы теории и практики управления. 2016. № 2. С. 76-81.
2. Гулимова, А. Корпоративная культура: создать нельзя исправить / С. 48-56.
3. Г. П. Зинченко, А. Э. Капитонов. Москва : Альфа-Пресс, 2005. 352 С.56-64.
4. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура и PR / Э, Москва ; Ростов-на Дону : МарТ, 2003. 416 с. ISBN 5-241-00288-X.
5. Клоков, Ю. Корпоративная культура предпринимательских структур России, С. 42-51.

A MODERN APPROACH TO THE DEFINITION OF ORGANIZATIONAL CULTURE

Y.V. Milovanova, T.V. Petrenko

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,
Krasnodar, Russia*

In the conditions of a modern dynamically developing economy, almost all commercial enterprises, state and budgetary organizations are evolving, and the definitions of corporate culture are also changing. Possessing significant organizational and pedagogical potential, the corporate culture improves the socio-psychological microclimate at the enterprise, contributes to the improvement of the professionalism of specialists.

Key words: *corporate culture, organization, team, management, business*

УДК 331.1

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ЕВРОПЕЙСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ

Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко

*Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина,
г. Краснодар, Россия*

В статье рассматриваются различные виды культур стран ЕС, их сходства и различия, основные тенденции в сфере корпоративной культуры предприятий.

Ключевые слова: *организационная культура, корпоративная культура, европейский менеджмент; культурное разнообразие; общекультурные ценности*

С усилением глобализации и интернационализации экономических отношений, усилилась конкуренция на мировом рынке, что привело к ряду реструктуризаций и изменений в международном менеджменте и реорганизация фирм. Необходимость исследования организационной культуры обусловлена тем, что она оказывает сильное влияние на эффективность деятельности компании и становится более выраженной в динамических условиях внешней среды. Для Европы характерно сосуществование многих культур, которые имеют сходство и значительные различия. Макридакис в своей книге "Единый рынок Европы" отметил, что ЕС нельзя рассматривать как едино культурную организацию. На культурном уровне Европа характеризуется большим разнообразием, основанным на совокупности общих и сходных ценностей, которые являются важнейшими компонентами европейской интеграции.

Организационная культура подразумевает сложную эволюцию, уходящую корнями в ее историю. Культура организации помогает установить свою идентичность в соответствии со всеми характеристиками организации,

придавая ей стабильность, а также специфичность. Европейская культура - совокупность сходств и различий в национальных культурах. Между культурами и внутри каждой культуры существует большое разнообразие, одни модели поведения, идеологии, установки являются предпочтительными, другие отвергаются или подавляются.

Европа-это регион большого культурного разнообразия, и поэтому требуется система управления, сочетающая концепцию и практику управления европейскими организациями в едином культурном образце, эталонном для европейского пространства. В Европе преобладает гуманистическая идея, о том что прогресс должен служить человеку, а не наоборот. Описание европейцев можно сделать следующим образом: «Бизнес в США больше фокусируется на количестве и показателях производительности, чем на человеческом аспекте. В Европе существует убеждение, что человек является центром всех забот» (Константинеску, 1999) [3].

Сегодня на европейском уровне необходимо отслеживать процесс интеграции в ЕС новых стран-членов, чтобы наметить модель управления для гармонизации всех стилей управления.

Были изменены не только формальные социальные институты, но и неформальные: системы ценностей и нормы поведения. Культуры европейских стран характеризуются как сходством, так и значительными различиями, результаты исследователей в этом отношении отличаются друг от друга, что влияет как на организационную культуру каждой национальной экономики, так и на стили руководства и представителей каждой культуры.

После Р. Лессена и Ф. Нойбауэра (Европейская система управления единством культурного разнообразия-1993) европейские нации стали делиться в соответствии с культурными особенностями на четыре категории (четыре стороны света), для каждой категории есть образцовые страны. Каждая из этих стран имеет доминирующую культурную особенность, ведущую к определенному типу управления.

Для стран Северной Европы характерно бюрократическое мышление, предметно-ориентированные знания, стратегическое планирование, управленческий контроль, долгосрочный прогноз и менеджер, который фокусируется на изменениях.

Для стран южной Европы (Испания, большая часть Италии, Греция, Ирландия, часть южной Франции) типично разделение ценностей социальной принадлежности, человеческих ресурсов, дальновидность в управлении. Специфика этих стран как культурная особенность сильна из-за группы и семьи, кумовства, денежного счета как доказательства хорошей репутации.

Страны Западной Европы (Великобритания, Германия, Бельгия и Нидерланды), которые характеризуются сильной урбанизацией и сильным средним классом, система ценностей основана на духе предпринимательства, новаторских способностях, свободе действий, все это основано на сильной национальной идентичности, а также характеризуются восприя-

тием, культурой с коммерческим уклоном, энтузиазмом, действиями, предпримчивостью, краткосрочной перспективой и менеджерами с лидерскими качествами.

Для Восточной Европы характерны интуиция, индустриальная культура, склонная к труду этика, понимание искусства, трудовая дисциплина, долгосрочная перспектива и менеджер-архитектор. Бывшие коммунистические страны (Польша, Чехия, Словакия, Румыния, Венгрия, Болгария и Албания), характеризуются двумя системами ценностей: одна навязана коммунистическим режимом, а другая - специфична для населения каждой страны. Из ценностей, навязанных коммунистическим режимом, можно отнести: уважение к иерархии, работа не отделена от личной жизни, функция важнее человека, деньги не имеют ценности. О конкретных ценностях, хотя они и различаются от страны к стране, мы помним: ответственность по взаимным обязательствам, важность взаимоотношений между работодателем и работником.

Мы делаем вывод, что на европейском уровне выделяется культура, которая проявляется на фоне национальных культур. Для Европы характерно большое разнообразие, основанное на наборе общих и схожих ценностей, которые способствуют процессам культурной конвергенции, являющиеся основными компонентами европейской интеграции[5].

Список использованных источников.

1. Бакланова С.С. Сравнительный анализ понимания культуры организации/С. С. Бакланова //Качество. Инновации. Образование.-2018.-N 10. - С. 28-30.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс: учебник. - М.: изд - во МГУ, 2018.
3. Капитонов, Э. А. Корпоративная культура: монография / Э. А. Капитонов. - М.: Альфа - Пресс, 2017. - 352с.
4. Кремнева, Н. Ю. Формирование корпоративной культуры : инновации и стереотипы / Н. Ю. Кремнева // Социологические исследования. - 2017. - с. 52-59.
5. Львов, В. М. Типология организационной культуры в новых изменяющихся социально-экономических условиях / М. Н. Львов, О. В. Нагиева // Журнал практического психолога. - 2017. - № 4. - с. 8-27.

A MODERN APPROACH TO THE DEFINITION OF ORGANIZATIONAL CULTURE

Y.V. Milovanova, T.V. Petrenko

*Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilina,
Krasnodar, Russia*

In the conditions of a modern dynamically developing economy, almost all commercial enterprises, state and budgetary organizations are evolving, and the definitions of corporate culture are also changing. Possessing significant organizational and pedagogical potential, the corporate culture improves the socio-psychological microclimate at the enterprise, contributes to the improvement of the professionalism of specialists.

Keywords: *corporate culture, organization, team, management, business*

МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.П. Миронова, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены основные понятия конкуренции и конкурентоспособности предприятия. Изучена роль маркетинговой деятельности в поддержании конкурентоспособности. Были приведены примеры основных и современных инструментов маркетинга для осуществления конкурентной стратегии предприятия.

Ключевые слова: конкуренция, маркетинг, инструменты маркетинга, стратегии маркетинга, маркетинговый анализ

В настоящее время конкуренция играет важную роль в контроле системы рыночных отношений. С помощью рыночного механизма предприятие или организация может получить информацию о пожеланиях потребителей и удовлетворить их. Именно конкуренция помогает предприятиям понять, в каком направлении им необходимо развиваться, а также какие технологии, научные достижения и методы организации производства необходимо применять для сохранения и увеличения рентабельности [1, с.23].

Проблема повышения конкурентоспособности актуальна в современных условиях жесткой конкуренции, так как рынок быстро развивается и изменяется, а для этого необходимо быстро реагировать на такие изменения и суметь к ним адаптироваться. Именно такие колоссальные изменения заставляют руководителей предприятия незамедлительно осваивать современные инструменты и методологии, которые обеспечивают и усиливают конкурентоспособность их предприятий.

Главными факторами успеха любого предприятия являются завоевание и удержание конкурентных преимуществ [3, с.15]. Перед производителями стоят задачи отслеживания изменения спроса на товары и услуги, стоимости сырья, источников сбыта продукции и рентабельности. Всё это принесет пользу, если на предприятии грамотно выстроена система стратегического маркетинга. К задачам стратегического маркетинга относят:

1. Выявление потребности потребителей в товаре;
2. Формирование стратегии развития предприятия;
3. Эффективное использование ресурсов предприятия;
4. Завоевание определенного сегмента рынка и его расширение в соответствии с целями предприятия;
5. Обеспечение конкурентоспособности производимого продукта;
6. Влияние на потребителей для получения желаемой прибыли в связи с увеличением объемов продаж и т.д.

Основной смысл конкуренции в маркетинговой деятельности – это соперничество за выгодное положение на рынке, которое значительно будет отличаться от конкурентов. Конкуренция является одной из причин, по которой предприятия создают у себя отделы маркетинга. Они, в свою очередь, оказывают большое воздействие на рынок, с помощью чего усиливают конкуренцию [5, с. 118]. Деятельность маркетинга по повышению конкурентоспособности варьируется в зависимости от проблем, которые стоят перед предприятием. Например, если выпускаемая продукция не пользуется спросом у потребителей, в отличие от аналогичного продукта другого предприятия, то необходимо провести исследования и узнать, в чем кроется проблема невостребованности и как это можно исправить. В случае, если предприятие столкнулось с проблемой низких продаж, отделу маркетинга необходимо разработать четкую систему продвижения продукта и грамотно стимулировать его сбыт [2, с. 31]. Каждый этап маркетинговой деятельности нуждается в строгом контроле реакции потребителей на изменения в продвижении товара, а также в откликах на эти изменения.

На рынке преимущество маркетинговой деятельности означает, что данные свойства товара потребители предпочитают более, чем свойства товаров конкурента. Для оценки эффективности деятельности маркетинга принято опираться на следующие критерии:

1. Разнообразие и качество продукта;
2. Уровень цен;
3. Оценка эффективности каналов сбыта;
4. Качество продвижения продукта: рекламная деятельность, методы стимулирования сбыта, использование методов связи с общественностью.

Чтобы идти в ногу со временем и выделить своё предприятие среди огромного количества других, маркетологи предлагают новейшие инструменты маркетинга. Так, например, применение «трайвертайзинга» поможет потребителям протестировать товар перед тем, как совершить покупку. В эффективности этого инструмента нельзя сомневаться, так как он значительно повысит уровень доверия к предприятию. «Сенсетивный маркетинг» - является инструментом ненавязчивого воздействия на органы чувств человека и вызывает приятные ассоциации с товаром. «Ambient media» - представляет собой нетипичную рекламу, которая может стать частью жизни целевой аудитории. Эта реклама удивляет и шокирует, но при этом доносит до потребителей важную информацию о продукте. «Identity marketing» - помогает маркетологам определить отличительные черты своего продукта, сформировать его уникальность и правильно преподнести ее потребителям.

Таким образом можно сделать вывод, что маркетинг является концепцией эффективного развития предприятия. Использование данной концепции не вызывает сомнения в ее целесообразности, тем более в условиях резко изменяющейся экономической среды. Главной целью маркетинга будет формирование и поддержка предпочтений у потребителей товаров, реализуемых предприятием, а также формирование его имиджа и конкурентоспособности.

Список используемых источников.

1. Абчук В. А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Абчук, С. Ю. Трапицын, В. В. Тимченко. – 3-е изд., испр. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 239 с
2. Багиев Г.Л. Конкурентоспособность организации: учебник / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич. – СПб.: Питер, 2014. – 576 с
3. Грачева А.В., Пушкарев О.Н. Трансформации структуры отечественного рынка лекарственных средств. Вестник экономики, права и социологии. 2013. № 1. С. 36-41.
4. Пушкарев О.Н. Качество продукции, психология потребителя и современный маркетинг. Вестник экономики, права и социологии. 2019. № 4. С. 55-57
5. Яконицева М.В. Маркетинговые средства анализа конкурентоспособности предприятий / М.В. Яконицева // Методология и практика бухгалтерского учета. – 2016. – №8. – С. 64-67

MARKETING AS A TOOL FOR INCREASING COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

D.P. Mironova, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article considers the basic concepts of competition and competitiveness of an enterprise. The role of marketing activities in maintaining competitiveness has been studied. Examples of the main and modern marketing tools for the implementation of the competitive strategy of the enterprise were given.

Keywords: *competition, marketing, marketing tools, marketing strategies, marketing analysis*

УДК 331.45

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

А.В. Митрюшина, Е.Ю. Нарусова, Н.Б. Фомина

*Российский университет транспорта (МИИТ),
г. Москва, Россия*

В статье проанализированы особенности строительной отрасли экономики с позиций организации охраны труда работников. Рассмотрены основные задачи системы управления охраной труда с учетом специфических особенностей отрасли и высокого уровня производственного травматизма. Сделан вывод об актуальности совершенствования СУОТ в подразделениях строительной отрасли.

Ключевые слова: *система управления охраной труда, охрана труда в строительстве, производственный травматизм*

Охрана труда в Российской Федерации представляет собой сбалансированную систему различных правовых и иных актов и мероприятий, направленных на сохранение жизни и здоровья работающих граждан. Если еще в относительно недавнем прошлом охраной труда на предприятиях занимались инженеры по охране труда, обязанности которых зачастую исполняли работники кадровых служб или иные специалисты, то в настоящее время в соответствии с законодательством Российской Федерации каждый работодатель обязан организовать систему управления охраной труда (СУОТ) [1,2].

Система управления охраной труда способствует повышению эффективности работы по решению многочисленных задач в области охраны труда всех структур предприятия, поскольку необходимо взаимодействие руководителей, отделов и служб охраны труда, представителей профсоюзов и непосредственно сотрудников.

Основная цель системы управления охраной труда – предотвращение производственного травматизма и сведение к минимуму числа несчастных случаев. Если специфика производства не позволяет устранить все вредные и опасные факторы, то работодатель обязан делать всё возможное для снижения степени их воздействия на работников. Необходимо определить требуемые средства индивидуальной защиты, рассчитать их потребное количество, разработать порядок выдачи и неукоснительно соблюдать его, а также следует осуществлять контроль состояния здоровья сотрудников.

Система управления охраной труда (СУОТ) направлена на выполнение следующих наиболее важных задач:

- повышение числа квалифицированных профессионалов;
- внедрение инновационных технологических процессов;
- повышение сознательного отношения к вопросам охраны труда;
- повышение профессионального уровня инструктажей по охране труда;
- создание комфортных условий труда и оптимального режима труда и отдыха;
- обеспечение современными средствами индивидуальной защиты.

К наиболее травмоопасным отраслям современной экономики относятся строительство, на которое приходится 35% общего количества несчастных случаев. Поскольку в данной сфере деятельности довольно высокая занятость, проблема охраны и обеспечения безопасности труда в строительстве является очень актуальной [3].

Анализ основных причин травматизма на строительных объектах показал, что около 28% случаев приходится на падение с высоты. Далее следуют дорожно-транспортные происшествия и воздействие машин и механизмов. Важно отметить, что 16% всех пострадавших получили травмы не в процессе выполнения работы, а просто находясь на строительной площадке, что является свидетельством недисциплинированности работников, недостатка контроля и низкого уровня организации трудового процесса со стороны руководителей подразделений [4].

Кроме этого, значительный вклад в статистику производственного травматизма на строительных объектах вносит низкий профессиональный уровень работников. Так, около 50% рабочих не имеют строительных специальностей. Количество рабочих, имеющих строительную квалификацию среднего или высокого уровня, не превышает 30%. Организация рабочего места, обучение и инструктирование таких работников требуют особенного, внимательного подхода, недопустимо формальное и поверхностное отношение [5,6]. Значительная часть несчастных случаев происходит из-за нарушений правил охраны труда, таких, как отсутствие инструктажей и обучения, пренебрежение средствами индивидуальной защиты, отсутствие защитного оборудования, работа на оборудовании с неисправностями.

Таким образом, СУОТ на объектах строительства должна учитывать специфику данного вида деятельности, а именно:

- нестационарный характер рабочего места, местоположение которого может меняться в пределах нескольких строительных площадок;
- необходимость координации деятельности различных подрядных организаций, принимающих участие в работе;
- участие в производственной деятельности работников, не имеющих достаточной квалификации;
- пренебрежительное отношение ряда работников к необходимости выполнения требований охраны и безопасности труда;
- режим труда и отдыха, который при сменной работе требует четкой организации, в противном случае может привести к переутомлению и снижению внимательного отношения к опасным и вредным производственным факторам [7].

Список использованных источников.

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» от 02.07.2021 N 311-ФЗ. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389002/. Дата обращения 24.04.2022 г.
2. Приказ Минтруда России «Об утверждении Примерного положения о системе управления охраной труда» от 29.10.2021 N 776н (Зарегистрировано в Минюсте России 14.12.2021 N 66318) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_403335/. Дата обращения 24.04.2022 г.
3. Результаты мониторинга условий и охраны труда в Российской Федерации в 2020 году. https://vcot.info/uploads/researches_file/619cbdc415951343985474.pdf Дата обращения 24.04.2022 г.
4. Нарусова, Е. Ю. Определение необходимых личностных качеств руководителя для обеспечения безопасного труда работников / Е. Ю. Нарусова, В. Г. Стручалин, А. Н. Степанов // Безопасность труда в промышленности. – 2021. – № 8. – С. 91-95. – DOI 10.24000/0409-2961-2021-8-91-95. – EDN GQZFRD.
5. Эргономика рабочего места по системе "5 с" для обеспечения безопасности труда в экстремальных ситуациях путевого комплекса / А. Н. Степанов, Е. Ю. Нарусова, В. Г. Стручалин, Н. Б. Фомина // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. – 2020. – Т. 9. – № 2(50). – С. 39-43. – DOI 10.46548/21vek-2020-0950-0007. – EDN PPNQZA.

6. Нарусова, Е. Ю. Совершенствование обучения пожарной безопасности и охране труда / Е. Ю. Нарусова, В. Г. Стручалин, А. Н. Степанов // Актуальные проблемы обеспечения пожарной безопасности и охраны труда : сборник трудов XXXI Международной научно-практической конференции. – Химки: Академия гражданской защиты, 2021. – С. 109-115. – EDN ANQOLT.

7. Снижение рисков травматизма в ночную смену в путевом комплексе железных дорог за счет учета человеческого фактора / А. Н. Степанов, Е. Ю. Нарусова, В. Г. Стручалин, А. М. Королева // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. – 2020. – Т. 9. – № 1(49). – С. 165-168. – EDN MNNKZG.

OCCUPATIONAL SAFETY MANAGEMENT SYSTEM IN CONSTRUCTION

A.V. Mitryushina, E.Yu. Narusova, N. B. Fomina

*Russian University of Transport (MIIT),
Moscow, Russia*

The article analyzes the features of the construction industry of the economy from the standpoint of the organization of labor protection of workers. The main tasks of the occupational safety management system are considered, taking into account the specific features of the industry and the high level of occupational injuries. The conclusion is made about the relevance of improving occupational safety management system in the divisions of the construction industry.

Keywords: *occupational safety management system, occupational safety in construction, industrial injuries*

УДК 338.43.663/635

ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В. В. Михайловский¹

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье рассмотрены основные направления развития научно-технического потенциала предприятия. Дана характеристика ОАО «Нива Кубани» Краснодарского края. Выяснено, что рост технико-экономического уровня производства сопровождается совершенствованием использования материально-технических, трудовых, финансовых ресурсов, которые необходимы для создания и освоения достижений на практике.

Ключевые слова: *обновление, качество, конкурентоспособность, интенсификация, потенциал*

¹ Научный руководитель Т.Г. Косенко

Важным направлением развития агропромышленного комплекса страны является инновационный процесс, позволяющий непрерывно обновлять производство на основе внедрения достижений науки и передового опыта. Становится необходимым сохранение и развитие научно-технического потенциала отраслей, и создание условий для эффективного использования его результатов в процессе производства.

Сложный и динамичный процесс обновления деятельности происходит путем совершенствования общественного производства, сферы обслуживания на базе развития средств производства, использования достижений науки, техники с целью наилучшего решения социальных и экономических задач предприятия.

Характеристика научно-технического прогресса включает обновление производства основных и оборотных средств, увеличение объема продукции. Основным результатом обновления является рост экономической эффективности (повышение производительности труда, улучшение качества продукции, снижение затрат сырья и материалов).

Качество является фактором конкурентоспособности продукции и рассматривается как совокупность ее свойств[3,с.48].

ОАО «Нива Кубани» Краснодарского края имеет производственное направление скотоводческое. В структуре товарной продукции доля молока 41,2%, зерна 24,3%, сахарной свеклы 23,7%. Современные рыночные условия требуют ориентации на разработку эффективных технологий.

Интенсивность той или иной культуры, отрасли или хозяйства в целом нельзя определить только по затратам ручного труда без учета уровня механизации. Сокращение затрат труда на единицу земельной площади свидетельствует о повышении технической вооруженности отрасли растениеводства, росте квалификации сельскохозяйственных кадров и др. Каждый показатель характеризует вложение средств, продуктивность производства, эффективность. Наиболее полно процесс интенсификации проявляется при применении интенсивных технологий[4,с.163]. Экономический смысл интенсивных технологий выражается в значительном (на 30% и более) увеличении урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности животных за счет комплексного использования факторов интенсификации: химизации, высокопроизводительных средств производства, высокопродуктивных сортов и пород животных, прогрессивных технологических приемов, углубления специализации и повышения уровня концентрации производства.

Окупаемость затрат на производстве молока составляет 156,9%, озимой пшеницы 209,1%, ярового ячменя 184,6%, сахарной свеклы 196,8%.

Одной из основных проблем выращивания молодняка сельскохозяйственных животных является иммунный дефицит.

Интенсификация сельского хозяйства предполагает более рациональное использование каждого рубля, вкладываемого в производство[1,с.7]. Последовательная интенсификация является решающим фактором качественного преобразования сельскохозяйственного производства и повышения его эффективности[5,с.42].

Экономическую эффективность интенсификации характеризуют данные об окупаемости затрат и размере чистого дохода или прибыли, полученной с единицы площади [6, с.39]. Валовой выход продукции на 100 га сельскохозяйственных угодий в денежном выражении служит показателем уровня интенсивности развития сельскохозяйственного производства.

Рост технико-экономического уровня производства сопровождается совершенствованием использования материально-технических, трудовых, финансовых ресурсов, которые необходимы для создания и освоения достижений на практике.

Производственно-экономическая эффективность использования ресурсного потенциала зависит от качества и структуры ресурсов, их рациональности, применения, от организации управления производством [2, с.55].

Темпы развития научно-технического прогресса определяются соотношением ресурсов, направленных на обеспечение расширенного производства, выпуском новой техники.

Темпы развития научно-технического прогресса характеризует система показателей. Одни из них содержат сведения о результатах производства, росте производительности труда, освоении новшеств, увеличении производства высококачественной продукции, росте объемов производства. Другие показатели связаны с использованием средств производства, уровнем обеспеченности ресурсами, особенностями научно-технических разработок.

Основные формы, направления и закономерности проявления научно-технического прогресса аналогичны во всех отраслях материального производства. Однако, сельскохозяйственное производство отличается специфическими особенностями. Постоянный процесс совершенствования агропромышленного производства направлен на освоение новой техники, прогрессивных технологий с целью повышения эффективности производства продукции, ее последующей переработки. Производственный потенциал характеризуется состоянием основных производственных фондов: сельскохозяйственных машин, транспортных средств, хранилищ и т.д.

Системы машин в сельском хозяйстве имеют зональные особенности. Комплексная механизация и автоматизация производства обеспечивают эффективное производство сельскохозяйственной продукции.

Уровень и темпы роста научно-технического прогресса связаны с развитием производительных сил агропромышленного производства.

Основными факторами агропромышленного производства являются внедрение новых сортов и гибридов сельскохозяйственных культур, пород животных, защита растений и животных, совершенствование технических средств, внедрение новых источников энергии. Состояние технологии, транспортировки, переработки продукции, организация и экологизация производства значительно влияют на результаты деятельности предприятий.

Список использованных источников.

1. Агафонов Е.В., Ляшенко Г.М., Пугач Е.И., Олейнов В.Н., Ганжин А.Е. Продуктивность яровой пшеницы на чернозёме обыкновенном в зависимости от дозы

минеральных удобрений. Проблемы и тенденции инновационного развития агропромышленного комплекса и аграрного образования России Материалы Международной научно-практической конференции: В 4-х томах. 2012. С. 7-10.

2. Косенко, М.А. Оценка инбредных самонесовместимых линий редьки европейской летней [Текст] / М.А. Косенко // Вестник аграрной науки Дона. - 2014. - Т. 1. № 25. - С. 52-55.

3. Косенко, М.А. Создание инбредных линий редьки европейской зимней на основе самонесовместимости [Текст] / М.А. Косенко // Вестник Донского государственного аграрного университета. - 2014. - № 1 (11). - С. 43-48.

4. Косенко, Т.Г. Агроклиматические ресурсы Ростовской области. Современная школа Сборник статей участников IX Всероссийского конкурса инновационных образовательных технологий. - 2018. - С. 159-164.

5. Косенко Т.Г. Особенности ведения агропромышленного производства Учебное пособие п. Персиановский, 2008. - 92 с.

6. Косенко, Т.Г. Экономический анализ факторов производства Учебное пособие п. Персиановский, 2008.

ASSESSMENT OF THE PRODUCTION POTENTIAL OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE

V. V. Mikhailovsky

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article considers the main directions of the development of the scientific and technical potential of the enterprise. The characteristic of JSC "Niva Kuban" of the Krasnodar Territory is given. It was found out that the growth of the technical and economic level of production is accompanied by the improvement of the use of material, technical, labor, financial resources that are necessary for the creation and development of achievements in practice.

Keywords: *renewal, quality, competitiveness, intensification, potential*

УДК 332.14

ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

М. А. Морданов

*Сургутский государственный университет,
г. Сургут, Россия*

Пандемия COVID-19 затронула все сферы жизни, включая индустрию культуры и творчества, и поставила перед большинством стран серьезные задачи по борьбе с ней. Кроме того, обострила некоторые фундаментальные проблемы в индустрии творчества и ускорила переход к новым методам веде-

ния деятельности. Автор рассматривает последствия кризиса для обозначенного сектора экономики, а также меры, реализованные для поддержки синергетического сегмента культуры и экономики в различных странах.

Ключевые слова: креативные индустрии, пандемия, сектор экономики, культуры

Пандемия коронавирусной инфекции оказала значительное негативное экономическое воздействие, создав преграды для эффективной деятельности и развития глобального туризма, гостиничного бизнеса, финансовых рынков, сферы развлечений и общественного питания, а также предприятий, прямо или косвенно связанных с этими отраслями. Это, в свою очередь, повлияло на многих людей, особенно на тех, кто, как правило, получает зарплату меньше среднего уровня, и самозанятых, а также, на работающих в неформальной среде.

В то время как кризис, связанный с COVID-19, продолжает оказывать влияние на развитие креативных индустрий, он также создает импульс для дальнейшего ускорения ряда траекторий в направлении большей устойчивости, которые возникли до или во время кризиса. Учитывая многоуровневую уязвимость, которая характеризовала секторы уже до COVID-19, невозможно рассматривать возвращение к состоянию креативных индустрий до пандемии после кризиса. Необходим более системный переход, при котором неустойчивые методы (связанные, например, с уязвимыми условиями труда, нестабильным вознаграждением) будут заменены более устойчивыми альтернативами, появившиеся во время кризиса, до сих пор обеспечивают прочную основу для дальнейшего развития.

Креативные индустрии получили широкое признание в качестве необходимого и значимого инструмента экономического роста и развития отдельных территорий и отраслей. Концепция креативных индустрий развивается с 1990-х годов, с периода внедрения разными государствами политики комплексного развития и продвижения культуры, высокотехнологичных секторов и развлечений. Исследуемый сектор – это новая группа экономических отраслей, которые способствуют социальной интеграции, культурной диверсификации, наращению доходов, торговле и инновациям, создавая экономические и трудовые преимущества в смежных секторах услуг и производства. За последние десятилетия креативные индустрии стали важным сектором мировой экономики. Охватывая различные виды экономической деятельности: от науки и высоких технологий, исследований и отраслей знаний до СМИ, музыки, дизайна и искусства – креативные индустрии становятся все более важным фактором инноваций, способствуют увлечению рабочих мест и экономическому росту как определенной географической территории, так и страны в целом [3]. Этот сектор оказывает глубокое влияние на социальные и культурные аспекты жизни людей. По данным ООН по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО), креативные индустрии ежегодно приносят более 2 200 млрд долларов США доходов во всем мире и, по прогнозам, в ближайшие годы будут составлять

более 10% мирового ВВП [8]. Согласно исследованиям специалистов Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), ежегодные темпы роста обозначенной сферы составляют от 5 до 20% в странах ОЭСР. В Европейском союзе доля креативных индустрий в ВВП ЕС и уровень занятости определены на уровне более 3,0% [8].

В настоящее время отмечается рост исследований в сфере бизнеса и менеджмента, связанных с анализом экономических и социальных последствий пандемии. В недавних исследованиях изучались экономические последствия пандемии COVID-19 для малого бизнеса и самозанятых. Эти исследования были посвящены либо трансформации традиционных бизнес-моделей, либо механизмам, лежащим в основе изменений в структуре занятости и вовлеченности клиентов. Однако, несмотря на социально-экономическую значимость креативных индустрий с точки зрения их экономического и социального следа и вклада в уровень занятости, увеличения ВВП и экспорта товаров, число публикаций, в которых исследуются вопросы воздействия пандемии коронавирусной инфекции на креативные индустрии в России и мире, незначительно [5; 6]. Динамика и уровень воздействия существенно различается не только по различным отраслям креативных индустрий, но и странам. При этом отмечается положительное влияние нестабильных экономических процессов на сектор информационных технологий, в то же время отрицательное воздействие на индустрию искусства и развлечений.

В результате пандемии финансово-хозяйственная деятельность предприятий креативных индустрий была сопряжена с множеством краткосрочных и долгосрочных проблем, таких как увольнение персонала, банкротства организаций, отмена развлекательных и культурных мероприятий. В разных государствах было реализовано множество различных государственных и частных мер поддержки (например, инструменты сохранения рабочих мест, налоговые льготы, финансовая поддержка предприятий наиболее пострадавших отраслей), чтобы смягчить долгосрочные экономические и социальные последствия пандемии COVID-19 [6]. Анализ того, как разные страны отреагировали на характеризуемый процесс, может стать эффективным инструментом формирования и реализации дальнейших мер по компенсации потерь доходов в креативных индустриях.

По своим социальным и экономическим последствиям пандемия COVID-19 является уникальной в мировой истории и лишь в ограниченной степени может быть сравнима с предыдущими кризисными ситуациями. Это также означает, что обычные меры и программы поддержки, применявшиеся в прежних кризисных ситуациях, таких как мировой финансовый экономический 2008-2011 годов и валютный кризис в России 2014-2015 годов, не могут быть просто применены без изменений в настоящих условиях. В частности, никогда ранее не была так ограничена свобода передвижения людей, как во время нынешней пандемии COVID-19. Кроме того, ни один другой кризис не имел такого сильного глобального воздействия, затрагивая как спрос, так и предложение.

Текущая пандемия коронавирусной инфекции способствовала коренному изменению финансово-хозяйственной деятельности предприятий различных отраслей, в том числе креативных индустрий, к быстрой работе и разработке новых, более устойчивых способов функционирования. Для того чтобы организации могли сохранить свою деятельность во время кризиса, основным компонентом каждой системы должна быть устойчивость. Недавние события пандемии COVID-19 показали, что предприятия креативных индустрий приняли новые бизнес-модели для работы во время нестабильной экономической ситуации. Многим компаниям креативных индустрий пришлось трансформировать свою деятельность, меняя условия деятельности, спрос и потребление клиентов. К примеру, музейное пространство и концертная деятельность перевели мероприятия в цифровой формат, киноиндустрия также переориентировалась с премьер в кинотеатрах на показ фильмов в онлайн-сфере. Кроме того, многие работы, связанные с рекламой и дизайном, требующие личного присутствия, перешли в формат видеоконференций в целях снижения уровня распространения инфекции и риска заражения [1]. В то же время результаты исследований показывают, что большинство малых предприятий, ИП, фрилансеров и самозанятых в креативных отраслях с трудом адаптируются к новым изменениям и сохраняют устойчивость.

Пандемия COVID-19 стала серьезной преградой комплексного взаимодействия и развития для различных заинтересованных сторон в креативных индустриях, и особенно для предпринимателей в сфере культуры. В частности, комплекс ограничительных мероприятий, таких как отмена культурных мероприятий, выставок, концертов, спектаклей и фестивалей, наряду с ограничениями на социальное взаимодействие во многих странах оказал негативное влияние на деятельность учреждений культуры, фрилансеров, самозанятых и других заинтересованных сторон творческого сектора. У специалистов и предприятий креативных индустрий отсутствовала возможность продолжать свою деятельность из-за требований соблюдения социальной дистанции и закрытия творческих и культурных заведений. Работники и организации обозначенной сферы были вынуждены проводить выступления в режиме онлайн.

Следует отметить, что и до пандемии 2020 года наблюдалось развитие существующих технологий, движения капитала, информационных ресурсов, а также взаимодействия производителей и пользователей товаров и услуг, что является последствием целенаправленного изменения капитализма в концепте креативных индустрий [2]. В качестве результата обозначенных изменений можно рассмотреть расширение возможностей ряда секторов: киноиндустрии, телевидения, звукозаписывающих компаний и Интернет-ресурсов [4]. Кроме этого, существенное влияние на креативные индустрии продолжает оказывать цифровая трансформация экономики.

В зависимости от экономических условий отдельно взятого государства и последствий распространения COVID-19, виды и масштабы мер поддержки предприятий креативных индустрий варьируются в разных странах.

Многие субъекты творческой сферы пользуются преимуществами различных государственных и региональных программ, которые поддерживают предприятия и свободных работников в целом. Эти программы обычно включают в себя следующее:

- меры поддержки доходов для самозанятых и фрилансеров, в том числе налоговые льготы;

- государственные займы / гарантии для предприятий;

- субсидии на оплату труда работников;

- налоговые отсрочки / налоговые кредиты / налоговые льготы;

- субсидии для самозанятых лиц;

- субсидии для предприятий из наиболее пострадавших отраслей.

В дополнение к обозначенным общим мерам в различных странах было разработано и конкретизировано множество специфических инструментов поддержки. Например, в Великобритании и Гонконге предоставляются специальные дополнительные гранты для артистов и организаций, которые получают или получали государственное финансирование. Кроме того, в Канаде предусмотрено ранее финансирование для организаций: авансы предоставляются для того, чтобы субъекты хозяйствования могли выполнить свои непосредственные обязательства, обеспечить денежный поток и произвести выплаты работникам культуры. В целях поддержки специалистов творческой сферы в Сингапуре, Норвегии, Шотландии и Новой Зеландии осуществляется обучение художников и поддержка новых производственных процессов. Художественные и культурные учреждения и работники получают государственную поддержку для представления своих работ в цифровом формате, например, путем предоставления платформ или обучения художников. В некоторых странах (например, в Дании, Италии и Швейцарии) были приняты специальные меры по поддержке доходов работников творческой сферы, которые по разным причинам не были охвачены другими государственными программами. В Италии, например, в программу также включены работники, которые ранее не являлись получателями социальных выплат обеспечением.

Несмотря на различные меры поддержки предприятий секторов креативных отраслей, будущее этого сегмента остается весьма неопределенным. Многие мероприятия, осуществленные в качестве поддержки субъектов творческой сферы, должны быть продлены и расширены в ближайшей перспективе.

Список использованных источников.

1. Глушкова, Ю. О. Влияние COVID-19 на креативные индустрии / Ю. О. Глушкова, А. В. Васина // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2021. – Т. 21. – № 1. – С. 48-54.

2. Глушкова, Ю. О. Подходы к оценке эффективности экономико-управленческой стратегии развития и государственной поддержки креативных индустрий / Ю. О. Глушкова // Креативная экономика. – 2019. – Т. 13. – № 12. – С. 2387-2396.

3. Морданов, М. А. Характеристика современного состояния и направления развития креативных индустрий как эффективного инструмента регионального развития // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 1. – С. 245-260.

4. Мостовая, Е. Б. Модернизация экономики и креативный класс / Е. Б. Мостовая, Ю. А. Афанасьева, С. И. Шумилова // Мир экономики и управления. – 2017. – Т. 17. – № 4. – С. 179-189.

5. Donthu, N., Gustafsson, A. (2020) Effects of COVID-19 on business and research. Journal of business research, Vol. 117, pp. 284-289.

6. Fairlie, R, Fossen, F. M. (2021) Did the Paycheck Protection Program and Economic Injury Disaster Loan Program get disbursed to minority communities in the early stages of COVID-19? Small Business Economics, pp. 1-14.

7. Joffe, A. (2020). Covid-19 and the African cultural economy: An opportunity to reimagine and reinvigorate? Cultural Trends, 30 (1), pp. 28-39.

8. Khlystova, O, Kalyuzhnova, Y. Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: a literature review and future research agenda, Journal of Business Research. – Vol. 139. – pp. 1192-1210.

CHARACTERISTICS OF THE STATE AND PROSPECTS FOR CREATIVE INDUSTRIES' DEVELOPMENT DURING THE COVID-19 PANDEMIC TIME

M. A. Mordanov

*Surgut State University,
Surgut, Russia*

The COVID-19 pandemic has affected all spheres of life, including the cultural and creative industries, and has set serious challenges for most countries to combat it. In addition, it has exacerbated some fundamental problems in the creative industry and accelerated the transition to new methods of doing business. The author examines the consequences of the crisis for the designated sector of the economy, as well as measures implemented to support the synergetic segment of culture and economy in various countries.

Keywords: *creative industries, pandemic, economic sector, culture*

УДК 656.11

ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Э.Д. Муниров, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье затронута проблема конкурентоспособности, а также ее методы повышения, определена значимость конкурентоспособности предприятий, описаны факторы, влияющие на повышение конкурентоспособности

Ключевые слова: *конкуренция, конкурентоспособность предприятия и ее факторы, предприятие, проблема конкурентоспособности*

В современном мире предпринимательства каждое производство, организация так или иначе сталкивается с проблемой конкуренции и конкурентоспособности в частности. Эта проблема становится более существенной, ведь от нее зависит дальнейшая жизнь предпринимателя, успешно или же нет проявит себя бизнес, принесет ли он тебе материальные ценности, различные связи или же ты просто «прогоришь».

Для того, чтобы как можно близко подойти к проблеме повышения конкурентоспособности предприятия, необходимо раскрыть такие базовые понятия, как конкуренция и конкурентоспособность.

Говоря простым языком, конкуренция – это мини-борьба, соперничество между продавцами и покупателями на рынке за более выгодные продажи со стороны продавца и выгодные покупки со стороны покупателя соответственно. Это все ведет к скрытой борьбе между производителями за предпочтения потребителя. Это определение можно трактовать более строго, ссылаясь на Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 г. : «конкуренция – соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в односторонней порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Плавно переходя к конкурентоспособности, можно понять, что этот термин вытекает из понятия «конкуренция». В настоящее время нет общепринятого строгого определения этого понятия. По моему мнению, конкурентоспособность предприятия означает способность предприятия удерживать свою долю рынка или конкуренцию между соседними организациями, противостоять конкурентам, моментально адаптироваться с учетом сложившихся обстоятельств, как можно наиболее оптимально, экономично использовать свои ресурсы для удержания или увеличения рыночной стоимости и т.д. [2].

Но с другой стороны, конкурентоспособность подразумевает под собой умение данной организации предприятия использовать свои лидирующие качества и сосредоточить свои усилия там, где оно может оказаться лидером. Если на предприятии есть несколько конкурентоспособных товаров, это еще не определяет производство конкурентоспособным, ведь при сравнении таких организаций в первую очередь сравниваются показатели хозяйственной деятельности предприятия, а не выпускаемые ими товары [3]. Например, самый часто встречающийся тип показателя является стоимостный экономический показатель, который объединяет хозяйственные явления разнородного характера.

Когда производство применяет много одного и того же сырья, то сведения об общих финансах определяется как раз таки в стоимостных показателях.

На настоящее время существует множество трактовок этой дефиниции (рис.1)

П. Завьялов	Концентрированное выражение экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных возможностей страны, которые реализуются в товарах и услугах, успешно противостоящим конкурирующим аналогам как на внутреннем, так и на внешнем рынке
В. Е. Хруцкий, И. В. Корнеева	Способность успешно оперировать на конкретном рынке (регионе сбыта) в данный период времени путем выпуска и реализации конкурентоспособных изделий и услуг
Н. С. Яшин	Включает совокупность, с одной стороны, характеристик самой организации, определяющуюся уровнем использования научно-технического, производственного, кадрового потенциала, а также потенциала маркетинговых служб, а с другой стороны – внешних социально-экономических и организационных факторов, позволяющих организации создавать более привлекательную по ценовым и неценовым характеристикам продукцию по сравнению с конкурентами. Главный критерий эффективности деятельности организации
Р. А. Фатхутдинов	Свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке Определяет способность объекта выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке

Рисунок 1 - Примеры определения термина «конкурентоспособность» [4]

Наличие таких многих формулировок и небольшие различия в них объясняются особенностями их экономической функции. В настоящее время термин «конкурентоспособность» употребляется к категориям разного уровня: начиная с конкурентоспособности товара, фирмы, отрасли и заканчивая конкурентоспособностью страны. Для наглядности все это изображено в виде пирамиды, вершину которой занимает конкурентоспособность страны и по убывающей.

Главной задачей предприятия является повышение конкурентоспособности персонала. В этом и заключается важная проблема повышения конкурентоспособности предприятия. Так как в современных условиях от деятельности персонала (продавец, консультант, работник фирмы), а точнее от их квалификации, которые напрямую взаимодействуют с покупателями, потребителями, рационально используют финансовые ресурсы, определяют различные инновационные возможности, ввиду своих творческих способностей, зависит конкурентоспособность этой всех организации, в которой они работают [5].

Также стоит учесть ряд факторов, которые наряду с квалификацией персонала тоже немаловажны в повышении конкурентоспособности. Для начала дадим определение. Факторы конкурентоспособности – непосред-

ственная причина, наличие которой необходимо и достаточно для изменения одного или нескольких критериев конкурентоспособности. Иными словами, это те явления деятельности предприятия, которые вызывают изменения величины затрат на производство, но и впоследствии изменение уровня конкурентоспособности предприятия [5]. Исходя из этого, самыми важными факторами являются: качество (функциональность, надежность, удобство эксплуатации), цена (соотношение уровня цены с ценами основных конкурентов), обслуживание (качество поставки товара, уровень торгового обслуживания) и маркетинг (уровень организации маркетинг – логистики, уровень дизайна и содержательность упаковки).

Таким образом, концепция конкуренции составляет основу рыночной экономики и является основным двигателем эволюции отношений между поставщиками и непосредственно потребителями, развивающихся в этой среде. Конкурентоспособность является показателем того, насколько организация способна выдержать сильную конкуренцию между другими предприятиями. Для ее повышения нужно столкновение интересов компании с интересами потребителей, иными словами наша задача – заинтересовать. Также следует повышать квалификацию персонала, путем посещения дополнительных лекций, занятий и, конечно, не забывать про вышесказанные факторы.

Список использованных источников.

1. Федеральный закон N 135-ФЗ "О защите конкуренции" от 26.07.2006 г. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61763/
2. Андреева А.Е. Многофакторный анализ конкурентоспособности предприятия / А.Е. Андреева // Наука и бизнес: пути развития. –2017.–№3.– С. 25–28.
3. Пушкарёв О. Н. Качество продукции, психология потребителя и современный маркетинг / О. Н. Пушкарёв // Вестник экономики, права и социологии. – 2019. – №4. – С. 55-57.
4. Мокронос А. Г. Маврина И. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: Учебное пособие. –Екатеринбург: УрФУ, 2020. с 40 – 43.
5. Чернова И.В. Управление конкурентоспособностью предприятия/ И.В. Чернова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2018. – № 15.–С.–146 –149.

THE PROBLEM OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

E.D. Munirov, O.N. Pushkarev

*Kazan power state university,
Kazan, Russia*

The article touches upon the problem of competitiveness, as well as its methods of improvement, determines the importance of the competitiveness of enterprises, describes the factors influencing the increase in competitiveness

Key words: *competition, the competitiveness of the enterprise and its factors, the enterprise, the problem of competitiveness*

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «ЗАРЯ ДОНА»

В. М. Назаренко¹

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Россия*

В статье определены особенности ведения производства в условиях ООО «Заря Дона» Октябрьского района Ростовской области. Хозяйственная деятельность предприятия зависит от природных и экономических условий, в которых оно находится. Размер сельскохозяйственного предприятия, организационная структура влияют на внедрение современной техники, научной организации труда, повышение его производительности. От скорости оборота оборотных средств напрямую зависит уровень платежеспособности организации.

Ключевые слова: сельскохозяйственное предприятие, закономерности, фонды, эффективность, прибыль

Сельскохозяйственное предприятие представляет собой коллектив людей, располагающих необходимыми средствами производства. Оно организует свою деятельность на условиях полного хозяйственного расчета, самофинансирования и самоуправления, сочетания централизованного руководства с оперативно – хозяйственной самостоятельностью, имеет самостоятельный баланс, пользуется правом юридического лица.

В сельском хозяйстве выявлены закономерности развития отрасли и организации производства, многие из которых действуют как общие правила. Естественно-исторические закономерности представляют собой зависимость от природных факторов, зоны расположения предприятия, условий организации производства, равнозначность и незаменимость факторов роста и развития растений.

Технико-технологические закономерности – это техническая оснащенность, механизация производственных процессов, высокий уровень технологии, рост производительности труда.

Организационные закономерности – совершенная организационная структура и структура управления, самостоятельность коллективов подразделений, полное и эффективное использование ресурсного потенциала предприятия и подразделений, совершенствование производственной инфраструктуры, повышение квалификации работников.

Экономические и социальные закономерности – рост производительных сил не может быть эффективным без совершенствования производственных отношений, многообразие форм хозяйствования, материальный

¹ Научный руководитель Т.Г. Косенко

интерес к труду, формы и уровень организации труда, развитие инфраструктуры.

Экологические закономерности - загрязнение почвы ухудшает ее структуру, отрицательно влияет на микрофлору; загрязнение водных источников, загрязнение атмосферы создает проблему безопасности жизнедеятельности человека качество продуктов питания зависит от экологической обстановки.

Закономерности рыночных отношений - совершенствование форм собственности, систем цен, предпринимательство и конкуренция.

Важнейшей задачей является получение высокой прибыли, позволяющей осуществлять воспроизводство [4,с.47]. Одним из резервов повышения эффективности производства продукции является повышение ее качества и конкурентоспособности [2,с.163]. Высокий уровень качества повышает спрос на продукцию и увеличивает прибыль предприятия за счет объема продаж и более высоких цен [3, с.32].

Хозяйственная деятельность предприятия зависит от природных и экономических условий, в которых оно находится.

В 2007 году на базе СПК «Заря Дона» было организовано предприятие ООО «Заря Дона» Октябрьского района Ростовской области.

Осуществляя анализ хозяйственной деятельности предприятия, следует иметь в виду, что ее уровень зависит от естественных и экономических условий, в которых находится хозяйство. Значительно эти условия оказывают влияние на специализацию предприятия – важный фактор увеличения производства сельскохозяйственной продукции, снижения затрат.

В зависимости от исходного материала и целей можно применять различные способы оценки растений [1,с.29]. Рост эффективности сельскохозяйственного производства осуществляется за счет интенсивных факторов [5, с.63]. Урожайность сельскохозяйственных культур характеризует степень интенсивности сельского хозяйства [6,с.26].

Из природных факторов существенно влияют на результаты хозяйствования качество почв, рельеф и климатические условия. Наиболее важными организационно-хозяйственными факторами являются размер производства, организационная структура предприятия, специализация, сочетание отраслей, состав земельных угодий; экономическими – обеспеченность хозяйства рабочей силой, уровень интенсивности, объем производства, удаленность от мест сбыта продукции; финансовыми – уровень рентабельности производства, финансовое состояние предприятия.

Размер сельскохозяйственного предприятия, организационная структура влияют на внедрение современной техники, научной организации труда, повышение его производительности.

Для оценки работы предприятия используют комплекс экономических показателей. Это показатели, характеризующие рост производства продукции, характеризующие производительность и оплату труда работников, характеризующие использование производственных фондов, отражающие прибыль и рентабельность производства.

От скорости оборота оборотных средств напрямую зависит уровень платежеспособности организации. Как правило, ускорение оборачиваемости является следствием реализации успешной производственной и маркетинговой политики предприятия.

Деловая активность проявляется, прежде всего, в стоимостных и временных показателях скорости оборота средств, как и представлено в таблице.

Таблица - Анализ деловой активности ООО «Заря Дона»

Показатели	2017 год	2020 год	Темп роста, %
Фондоотдача, руб.	185,45	239,53	129,16
Фондоёмкость, руб.	0,0054	0,0042	77,78
Ресурсоотдача, руб.	0,52	0,42	80,77
Оборачиваемость оборотных активов (обороты)	1,03	0,77	74,76
Продолжительность одного оборота оборотных активов(дни)	349,51	467,53	133,77
Оборачиваемость запасов (обороты)	1,14	0,79	69,30
Продолжительность одного оборота запасов (дни)	315,79	455,70	144,30

Факторами, влияющими на замедление оборачиваемости оборотных средств, являются накопление сверхплановых производственных запасов. Однако, они создают условия для интенсивного развития сельскохозяйственного производства, повышения товарности и снижения себестоимости продукции, что создает основу для более интенсивного использования средств.

Список использованных источников.

1. Косенко М.А. Результаты и перспективы селекции редьки европейской. // Овощи России. - 2019. - № 4. с. - 29-31.
2. Косенко, Т.Г. Агроклиматические ресурсы Ростовской области. Современная школа Сборник статей участников IX Всероссийского конкурса инновационных образовательных технологий. - 2018. - С. 159-164.
3. Косенко Т.Г. Эффективное агропромышленное производство: учебное пособие для студентов агрономических специальностей. - пос. Персиановский: Изд - во Донского ГАУ, 2003. - 41с.
4. Kosenko T.G. The effectiveness of the landscape system of agriculture / Kosenko T.G. // Selected Papers of the International Scientific School "Paradigma" Winter-2016 (Varna, Bulgaria). Compiling Editor Dr.Sc., Prof. O.Ja. Kravets. Yelm, WA, USA, 2016. С. 45-50.
5. Косенко Т.Г. Методические указания для выполнения курсовых работ по организации производства и предпринимательству в АПК студентами агрономических специальностей п. Персиановский, 2014.
6. Ховрин А.Н., Косенко М.А. F1 Мустанг - новый гибрид моркови столовой // Картофель и овощи. 2020. №7. С. 24-27.

**ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC CHARACTERISTICS
ZARYA DONA LLC
V. M. Nazarenko¹**

*Don state agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article defines the features of conducting production in the conditions of LLC "Dawn of the Don" of the Oktyabrsky district of the Rostov region. The economic activity of an enterprise depends on the natural and economic conditions in which it is located. The size of the agricultural enterprise, the organizational structure affect the introduction of modern technology, scientific organization of labor, and increase its productivity. The level of solvency of the organization directly depends on the speed of turnover of working capital.

Keywords: *agricultural enterprise, patterns, funds, efficiency, profit*

УДК 338.012

**ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ
ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛДИНГОВ**

А.А. Оботнина

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Россия*

В статье верифицированы и описаны две базовых группы особенностей управления маркетингом промышленных холдингов, которые рекомендуется руководству учитывать при выстраивании и планировании маркетинговой деятельности промышленных холдинговых структур.

Ключевые слова: *промышленный холдинг, промышленный маркетинг, управление маркетингом*

Маркетинг как управленческая концепция и идеология предпринимательской деятельности [1, с. 16] продолжительное время оставался у руководства предприятий промышленного сектора российской экономики мало-востребованным инструментарием.

Достаточно низкая востребованность маркетинга в промышленной среде во многом объяснялась остаточными формами административно-командного управления, преобладанием системы государственного заказа и производственного мышления топ-менеджеров.

По мере активного развития рыночных отношений, прихода и укрепления на российском рынке международных компаний и их технологий, ин-

¹ Scientific supervisor T.G. Kosenko

тернационализации отечественной экономики, цифровизации промышленности, увеличения числа малых производственных предприятий с присущей им гибкостью и рыночной активностью, роста популярности американской модели менеджмента, - руководство промышленных холдинговых компаний всё активнее приближалось к осознанию важности введения маркетингового подхода в процессы разработки, выпуска, продвижения и продаж продукции и услуг, который позволил бы обеспечить их устойчивую конкурентоспособность, а также общую коммерческую эффективность холдинговой структуры.

Настоящее исследование ставит целью систематизации и описания особенностей управления маркетингом промышленных холдингов с учетом современной специфики промышленного маркетинга и организационных форм холдинговых структур.

Актуальность поставленной в настоящем исследовании цели приобретает особую значимость в современных напряженных макроэкономических и геополитических условиях, которые характерны для весны 2022 года и с высокой степенью прогнозной вероятности ещё продолжительное время будут иметь последствия для экономики России.

В такой кризисный период, когда на промышленные холдинговые компании возложена стратегически важная задача по обеспечению внутреннего рынка технологичной импортозамещающей продукцией, важность эффективного управления маркетинговой деятельностью как источнике аналитических и прогнозных данных о макросреде и ресурсе коммуникаций с целевой аудиторией, наиболее возрастает.

Особенности управления маркетингом промышленных холдингов можно сгруппировать по двум ключевым группам исходя из специфики промышленного продукта и промышленного потребителя, а также организационных форм управления холдинговыми объединениями.

1. Особенности управления маркетингом промышленных холдинговых структур, в основе которых заложена традиционная для промышленного рынка специфика взаимоотношений между производителем промышленного продукта и потребителем, где:

1) Маркетинг вторичен по отношению к промышленному продукту. Для промышленных потребителей ключевыми факторами выбора производителя/поставщика промышленной продукции и услуг являются такие параметры, как стоимость, характеристики, комплектация, долговечность, референции поставок и опыт эксплуатации на объектах.

2) Маркетинг вторичен по отношению к промышленному потребителю. Потребитель промышленной продукции изначально обладает достаточной степенью компетентности и грамотности в области продукта, который нацелен приобрести, зачастую имеет устойчивые связи и договоренности с производителями/поставщиками, которые соответствуют его требованиям, а также строго ограничен бюджетными средствами.

3) Маркетинг вторичен по отношению к личным бизнес-коммуникациям и бизнес-связям. Такие характерные особенности промышленного

продукта, как сложная комплектация, крупногабаритность, индивидуализация технического исполнения под конкретный объект заказчика, дополнительные инжиниринговые решения и послепродажное сервисное обслуживание – все это требует от руководства, технических и коммерческих служб производителя/поставщика установления личного взаимодействия с лицами, принимающими решения на стороне заказчика.

Правильно установленные личные контакты и бизнес-связи с целевой аудиторией берут на себя ключевую ответственность в обеспечении успешных продаж промышленного продукта и услуг. Узкий круг промышленных потребителей также определяет высокую значимость поддержания долгосрочных отношений с клиентами.

2. Особенности управления маркетингом промышленных холдингов, базирующиеся на специфике организационной структуры управления холдинговыми объединениями:

Холдинг – сложная многоуровневая организационная структура. В зависимости от размеров капитала, вида продукции, технологий производства и других факторов выделяются холдинговые хозяйственные объединения горизонтального, вертикального и диверсификационного (конгломератные) типа [2, с. 142]. Соответственно, маркетинговая система промышленного холдинга также имеет многоуровневую форму организации.

Организационно маркетинговая деятельность в большинстве типов промышленных холдингов формируется на двух ключевых уровнях [3]:

1) Стратегическом уровне, представленном центральной дирекцией по маркетингу управляющего (корпоративного) центра промышленного холдинга, в задачи которой входит разработка и контроль исполнения генеральной маркетинговой стратегии холдинга, утверждение и мониторинг выполнения маркетинговых планов, а также обеспечение продвижения бренда холдингового объединения в стратегически значимых сегментах потребителей, партнеров, государственных и финансовых структур.

2) Оперативном уровне, формирующемся маркетинговыми службами структурных предприятий и бизнес-подразделений промышленного холдинга, которые ответственны за тактическую реализацию единой маркетинговой стратегии холдинговой организации, что осуществляется в рамках выполнения индивидуальных маркетинговых планов, а также исполнения текущих поручений и задач, исходящих от дирекции по маркетингу управляющего центра.

При этом стратегический уровень маркетингового управления и оперативный уровень маркетинговой деятельности в рамках корпоративной структуры промышленного холдинга организуют единую централизованную систему маркетинга, нацеленную на эффективное выполнение обще-корпоративных целей и задач холдингового объединения.

Таким образом, реализуя цель по выстраиванию системы маркетинговой деятельности промышленного холдинга следует учитывать особенности, которые традиционно существуют в управлении промышленным мар-

кетингом и базируются на специфике промышленного продукта и промышленного потребителя, а также организационных формах управления холдинговыми объединениями. Учет таких особенностей позволит руководству промышленных холдинговых компаний выстроить эффективную и гибко управляемую систему маркетинга, которая будет содействовать достижению стратегических рыночных и финансовых показателей холдинговой структуры.

Список использованных источников.

1. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности: учебник / под общ. ред. Скоробогатых И.И., Сидорчука Р.Р., Андреева С.Н.. - Москва: ИНФРА-М, 2020. - 589 С.

2. Никифорова Н.А., Самарская Е.Б. Типы организационной структуры холдинга и управленческий учет // Финансовый журнал. – 2012. – № 3. – С.141-150

3. Оботнина А.А. Маркетинговая система современных промышленных холдингов: ключевые направления функциональной ответственности // Сборник трудов студенческой научно-практической конференции: «Актуальные проблемы науки: взгляд студентов». СПб. 2022

FEATURES OF INDUSTRIAL HOLDINGS MARKETING MANAGEMENT

A.A. Obotnina

*Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russia*

The article identifies and describes two basic groups of industrial holdings marketing management features, which are recommended to be taken into account by management in the process of creating and planning the marketing activities of industrial holding companies.

Keywords: *industrial holding, industrial marketing, marketing management*

УДК 338.33

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.И. Пентегов, Д.В. Владимир

*Академия ФСИН России,
г. Рязань*

В данной статье представлены основные трактовки и основные направления экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: *безопасность, экономическая безопасность, основные направления экономической безопасности*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что для стабильного функционирования предприятия необходимо поддерживать его конкурентоспособность, которая может быть повышена за счёт производства новой продукции, подбора квалифицированного персонала, внедрения новых технологий производства, создания системы экономической безопасности.

Целью данной статьи является сравнение различных подходов к определению понятия «экономическая безопасность», а также его характерных особенностей, которые применимы в производственном процессе.

Принято считать, что официальный статус термин «экономическая безопасность» получил в 1985 г., когда на 40-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН была принята резолюция по международной экономической безопасности.

В нашей стране развитие и становление экономической безопасности проходило в соответствии с этапами исторического развития Российской Федерации, начиная от княжеств, опричнины, крепостного права к капитализму, с дальнейшим революционным скачком к развитому социализму с плановой экономикой и возвратом к развивающейся рыночной экономике и частной собственности.

Не существует конкретного определения понятия «экономическая безопасность», каждый автор концентрирует своё внимание на наиболее значимых составляющих данной категории.

Так, например, Козивкин В.В. дал следующее определение понятия экономическая безопасность предприятия- это комплексное понятие, которое включает в себя совокупность факторов, связанных не столько с внутренним состоянием самого предприятия, сколько с воздействием внешней среды, с ее субъектами, с которыми предприятие вступает во взаимосвязь [2].

Таким образом, после проведения теоретического анализа некоторых дефиниций понятия «экономической безопасности предприятия» можно сделать следующие выводы. Во-первых, можно разделить подходы авторов на две группы:

1. Первый подход, в котором авторы используют понятие угрозы и защищённости от неё. Такого подхода придерживаются Е.А. Олейников, В.К. Сенчагов, А.В. Ломовцева, Т.В. Трофимова и др.

2. Второй подход, в котором авторы используют управленческие или экономические понятия: функционирование, эффективность, достижение цели, развитие, избегая употребления понятия угроз. К данному подходу можно отнести Н.В. Матвеев, В.П. Мак-Мак и др.

Во-вторых, все понятия объединяет то, что экономическая безопасность предприятия является состоянием предприятия.

Основной задачей обеспечения экономической безопасности предприятия является минимизация рисков и угроз. Именно благодаря этому появляется возможность определить основные направления экономической безопасности на предприятии.

Таблица 1 - Основные направления экономической безопасности предприятия

Основные направления обеспечения экономической безопасности предприятия	
Создание высокой финансовой эффективности работы, финансовой устойчивости и независимости предприятия.	Достижение высокой эффективности менеджмента, оптимальной и эффективной организационной структуры управления предприятием
Обеспечение технологической независимости и достижения высокой конкурентоспособности технического потенциала предприятия.	Достижение высокого уровня квалификации персонала и его интеллектуального потенциала, а также эффективная организация безопасности персонала предприятия.
Минимизация разрушительного влияния результатов производственно-хозяйственной деятельности на состояние окружающей среды.	Качественная правовая защищенность всех аспектов деятельности предприятия (организации), обеспечение защиты информационного поля, коммерческой тайны и достижения необходимого уровня информационного обеспечения работы всех подразделений предприятия и отделов организации.

На проблему обеспечения экономической безопасности предприятия существует целый ряд точек зрения, которые не только не совпадают, но и противоречат друг другу, с одной стороны, а с другой – дополняют друг друга.

Тем не менее, необходимо подчеркнуть использование системного подхода к обеспечению экономической безопасности предприятия, чтобы учесть все направления и аспекты деятельности. Но следует сразу признать, что обеспечить безопасность сразу по всем направлениям деятельности представляется невозможным и экономически нецелесообразным. Хотя включение в должностные инструкции менеджеров и персонала тех или иных аспектов обеспечения безопасности с включением положений о поощрении за соблюдение и о наказании в случае нарушения не требует особых затрат и должно являться частью профессиональной деятельности любого сотрудника предприятия.

Контроль за соблюдением указанных положений должен также осуществляться по административной иерархии. Например, на управленческий персонал может быть возложено (и возлагается) соблюдение коммерческой тайны, сохранение материальных ценностей.

Таким образом, часть мер по обеспечению экономической безопасности предприятия должна быть вменена менеджменту и персоналу, что не требует дополнительных затрат. В настоящее время даже не поднимается вопрос о создании распределенных систем безопасности предприятия, хотя такие распределенные системы существуют и функционируют, например системы управления качеством. Следовательно, распределение полномочий и ответственности по обеспечению экономической безопасности должно входить в компетенции сотрудников предприятия. Задача состоит в том,

чтобы, грамотно расставляя приоритеты, сочетая различные методы, эффективно используя возможности предприятия, обеспечить его экономическую безопасность.

Итак, реализация направлений обеспечения экономической безопасности предприятия создает условия не только для стабильности его функционирования, но и повышения эффективности его финансово-хозяйственной деятельности, а также способствует повышению экономического потенциала отраслей экономики страны в целом.

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы. Понятие «экономическая безопасность предприятия» достаточно обширно и представляет собой целую систему со уникальными взаимосвязями факторов.

Разработка и реализация комплексной системы обеспечения экономической безопасности предприятий, позволяет позволяющей прогнозировать угрозы экономической безопасности и оперативно регулировать объемы и структуру издержек.

Список использованных источников.

1. Робер (Robert) Андре (1883–1955), французский католический библиист. Профессор Католического института в Париже (с 1928). Редактировал «Библейский словарь».

2. Козивкин В. В. Экономическая безопасность промышленного предприятия [Электронный ресурс] // Бизнес, менеджмент и право. 2016.

3. Ломовцева А.В., Трофимова Т.В. Инновационная активность и формирование экономической безопасности предприятий // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы: материалы Международной научно-практической конференции. Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева. Нижний Новгород, 2013. 480 с.

4. Мак-Мак В.П. Служба безопасности предприятия. М.: «Школа охраны "Баярд"», 2003. 208 с.

5. Матвеев Н.В. Экономическая безопасность предприятия: дисс. ... канд. экон. наук. М., 1999.

6. Олейников Е.А. Экономическая и национальная безопасность. М.: Экзамен, 2005. 766 с.

7. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность России. Общий курс /. М., 2005. 896 с.

THE MAIN ACTIVITIES OF ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

S.I. Pentegov, D.V. Vladimirov

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan*

This article presents the main interpretations and the main directions of the economic security of the enterprise.

Keywords: *security, economic security, the main directions of economic security*

КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЛЕСОЗАГОТОКИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

С.И. Пентегов, В.Е. Заморская

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

Наличие на территории Иркутской области крупнейших в России лесных ресурсов послужило базой для создания в регионе высокоразвитого лесопромышленного комплекса, продукция которого потребляется как внутри страны, так и за рубежом. В данной статье был проведен анализ тенденций, сложившихся в сфере лесопромышленного комплекса за последние десять лет.

Ключевые слова: *лесозаготовительная деятельность, лесосырьевые ресурсы, лесной комплекс, лесоперерабатывающее производство*

Иркутская область занимает площадь 767,9 тыс. км² (4,6 % российской территории). На долю лесной площади приходится 71,5 млн га, или 92% ее территории. Лесосырьевые ресурсы области весьма значительны - 9 млрд. м³ (12% от запасов России), в том числе на ценные хвойные породы приходится 86% от общего запаса (сосна, лиственница, ель, пихта, кедр). Однако, доля эксплуатационного запаса в общем запаса насаждений составляет 60,9%, причем по хвойным - всего 53,3%. Наиболее распространенным видом использования лесов как по площади, так и по объему платежей в бюджетную систему остается заготовка древесины.

Географическое положение региона можно считать недостаточно благоприятным для быстрого воспроизводства лесных культур относительно суровых природно-климатических условий. Область приравнена к районам Крайнего Севера и находится вне зоны интенсивного освоения и заселения.

Природно-ресурсный потенциал Иркутской области оценивается как высокий, относительно большой удельный вес в нем занимает такая составляющая, как лесная и деревообрабатывающая промышленность.

Лесная промышленность Иркутской области включает в себя несколько технологически связанных между собой отраслей - лесозаготовительную, деревообрабатывающую, целлюлозно-бумажную и лесохимическую. На территории Иркутской области более 1500 лесозаготовительных и лесоперерабатывающих предприятий.

Лесозаготовка представляет собой целый процесс, осуществляющий полноценную работу с лесными ресурсами.

Деятельность лесозаготовки данного региона соблюдается стандартными этапами организации:

- разработка проекта с задачами и ресурсами, которые будут затрачены на этапе его реализации;
- подбор территории в соответствии с задачами для вырубki лесного массива;

- оформление соответствующий пакет документов.

Лесная промышленность является одной из основных отраслей Иркутской области и вносит существенный вклад в экономику региона. Удельный вес отраслей лесопромышленного комплекса в общем объеме обрабатывающего производства Иркутской области за 2021 год составил 27,6 % (обработка древесины и производство изделий из дерева – 13,3 %, производство целлюлозы, древесной массы, бумаги, картона и изделий из них – 14,3 %).

За 2021 год в Иркутской области произведено основной лесопродукции:

- пиломатериалов (по данным Иркутскстата) – 5 090,4 тыс. м³ или 105,7 % к 2020 году;

- фанеры клееной – 194,3 тыс. м³ или 100,4 %;

- целлюлозы – 1668,4 тыс. тонн или 87,7 %;

- картона – 304,5 тыс. тонн или 121,7 %;

- гранул топливных (пеллеты, по данным Иркутскстата) – 326,3 тыс. тонн или 118,9 %.

Среднесписочная численность работников лесопромышленного комплекса за 11 месяцев 2021 года составила 32 358 человек.

За 2021 год от деятельности предприятий лесного комплекса в бюджет региона поступило налоговых платежей в размере 13,3 млрд рублей, что составляет 286,8 % по отношению к 2020 году.

Одной из ключевых проблем лесной промышленности в Иркутской области является низкая рационализация процессов переработки сырья. Из общего объема заготовок лишь четверть в итоге отправляется на целевое производство. Готовый же продукт получается из 10-15 % материала. Впрочем, как уже отмечалось, лесозаготовка – это не только вырубка с целью получения определенной продукции. Отходы в виде сучков, хвои и коры находят применение в виде топливных гранул.

Не спадающий спрос на древесное сырье делает привлекательной лесозаготовительную промышленность для предпринимателей разного уровня. При этом в Иркутской области лесозаготовка все еще не способна продемонстрировать способность к рациональному производству и многоциклической переработке. Именно поэтому последние годы запускаются инновационные проекты, призванные изменить сложившуюся ситуацию, как в среде производителей, так и на рынке пиломатериалов в целом.

На 1 января 2021 года на территории области реализовывалась 7 приоритетных инвестиционных проектов в области освоения лесов (в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 23 февраля 2018 года № 190 «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов и об изменении и признании, утративших силу некоторых актов Правительства Российской Федерации»):

1) АО «Группа «Илим» по модернизации производства АО «Группа «Илим» в Иркутской области;

2) ООО «Евразия-Леспром Групп» по созданию лесоперерабатывающего комплекса в пгт. Магистральный на основе ресурсов Казачинско-Ленского и Киренского районов Иркутской области;

3) ООО «ЛП Ангара» по модернизации производства по глубокой переработке древесины с выпуском сушеных пиломатериалов, мебельного щита и погонажных изделий;

4) ООО «Деком» по развитию деревообрабатывающего производства полного цикла в г. Братске;

5) ООО «АНГРИ» по созданию высокотехнологичного производства по комплексной переработке древесины;

6) ООО «Магистраль – транзит» по созданию лесоперерабатывающего производства по комплексной переработке древесины и выпуска высокотехнологичной продукции в Казачинско-Ленском районе Иркутской области;

7) ООО ПК «МДФ» по созданию комплекса производства глубокой переработки древесины в г. Саянске Иркутской области

В целом, учитывая общее состояние российской и мировой экономики, стоит признать, что лесной комплекс Иркутской области пока что вполне «на плаву». И имеет благоприятные предпосылки для развития в регионе лесной промышленности:

- наличие высококачественного древесного сырья;
- относительно дешевые и значительные по запасам топливно - энергетические ресурсы;
- наличие водных ресурсов и транспортных связей;
- наличие научной и образовательной базы;
- наличие специалистов лесной отрасли.

Проанализировав тенденции развития лесопромышленного комплекса Иркутской области, сделаем вывод о том, что к перспективам развития можно отнести:

- развитие лесохимической переработки древесины (целлюлозно-бумажная промышленность, производство биотоплива);
- развитие высокотехнологичной механической переработки древесины (плитное производство, деревянное домостроение, мебельное производство, высококачественные пиломатериалы).

Список использованных источников.

1. Бирюкова А. И. Оценка инвестиционной привлекательности региона / А. И. Бирюкова // Проблемные аспекты развития транспортной системы : материалы науч.-практ. конф. с междунар. участием, Иркутск, 18 июня 2015 г. / под ред. Г. В. Давыдовой, Г. Н. Войниковой, А. И. Бирюковой. - Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2015. - С. 33-38.

2. Богомоллова Е. Ю. Влияние плотности лесных дорог на объем и качество лесопромышленных и лесохозяйственных работ / Е. Ю. Богомоллова, Г. В. Давыдова // Известия Иркутской государственной экономической академии. - 2016. - Т. 26, № 2. - С. 284-290. - DOI: 10.17150/1993-3541.2016.26(2).284-290.

3. Гацоева Ю.С., Пентегов С.И.В сборнике: Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народно-хозяйственных комплексов. Сборник статей XII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 28-30.

LOGGING DEVELOPMENT CONCEPT IRKUTSK REGION

S.I. Pentegov, V.E. Zamorskaya

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

The presence on the territory of the Irkutsk region of the largest forest resources in Russia served as the basis for the creation of a highly developed timber industry complex in the region, the products of which are consumed both domestically and abroad. This article analyzes the trends that have developed in the timber industry over the past ten years.

Key words: *logging activities, timber resources, timber complex, timber processing industry*

УДК 338.33

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ РАБОЧИХ МЕСТ ПРИ РАБОТЕ НА ВЕРХНЕМ СКЛАДЕ В СИСТЕМЕ УИС

С.И. Пентегов, А.С.Полякова

*Академия ФСИН России,
г. Рязань, Россия*

В данной статье предоставлены результаты исследования функционирования лесозаготовительных предприятий на территории Российской Федерации. Приведены причины возникновения проблем при ведении лесозаготовительных мероприятиях. Исследованы вопросы Организация дополнительных рабочих мест при сортировке сортиментов на верхнем лесопромышленном складе в системе УФСИН.

Ключевые слова: *лесозаготовительное производство, сырье, лесной сектор, сортировка сортиментов в системе УФСИН*

Лесозаготовительная промышленность является основой лесопромышленного комплекса (ЛПК) в целом - именно эта отрасль обеспечивает ресурсами все остальные отрасли лесной промышленности. Россия является мировым лидером по объему запасов древесины, а по объемам ее заготовки занимает лишь четвертое место в мире. Лесозаготовительная отрасль России по-прежнему находится в состоянии стагнации, она больше других отраслей ЛПК пострадала в ходе формирования рыночных отношений, когда в ней произошли значительные структурные изменения дезинтеграционного характера. [2]

Основные ресурсы «нужной» древесины (достаточная спелость, перестойность) находятся в восточных регионах страны (Дальний Восток). Однако ведущие районы лесозаготовок – северные европейские территории (Архангельская, Вологодская области, республика Коми, Карелия), Приволжье, Восточная Сибирь (Иркутская область, Красноярский край) и прочие.

Тенденцией лесозаготовительных работ в России последних лет стало увеличение объемов заготовки лиственных пород древесины при незначительном росте вывозки лесоматериалов хвойных пород: объемы вывозки лесоматериалов лиственных пород древесины предыдущие семь лет росли умеренными темпами, при этом уровень заготовки хвойных лесоматериалов третий год подряд демонстрирует спад. [4]

По итогам I квартала 2021 г. в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года уровень вывозки хвойных лесоматериалов упал на 3,3%.

Объемы заготовки лиственных лесоматериалов немного выросли. По уровню заготовки топливной древесины вновь прослеживается отрицательная динамика. В 2020 г. объем лесозаготовительных работ по заготовке и вывозке хвойной древесины промышленного назначения упал более чем на 3%, в 2019 г. объемы вывозки хвойной древесины упали почти на 6%, в 2018 г. зафиксирован рост свыше пяти процентов.

Акценты по приобретению лесозаготовительного оборудования сместились в сторону дорогой импортной техники, превосходящей в большинстве случаев по своим техническим характеристикам отечественные образцы. Стоимость нового лесозаготовительного комплекса составляет около 60 млн. рублей. Для большинства лесозаготовительных предприятий приобретение современного лесозаготовительного комплекса возможно лишь через механизм применения лизинговых или кредитных схем, а это значит, что удорожание техники составит порядка 30% от её первоначальной стоимости. Приобретая дорогостоящую лесозаготовительную технику у предприятий, с одной стороны повышается производительность, увеличивается объем заготавливаемой древесины, но с другой стороны увеличиваются текущие затраты по содержанию и ремонту этой техники, стоимость которых выражена в иностранной валюте. Российское правительство еще 10 лет назад приняло решение о свертывании экспортных поставок круглых сортиментов, путем увеличения таможенных пошлин, что существенно ограничило возможность внешнеэкономической деятельности лесозаготовительных компаний [1]. Это привело к тому что, практически оказалась невостребованной балансовая и технологическая древесина, которую лесозаготовители вынуждены реализовывать ниже фактической себестоимости.

Целями Стратегии развития лесного комплекса РФ являются:

- достижение устойчивого лесопользования, инновационного и эффективного развития использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов, обеспечивающих опережающий рост лесного сектора экономики, социальную и экологическую безопасность страны, безусловное выполнение международных обязательств России в части лесов;

- повышение долгосрочной конкурентоспособности лесной промышленности и увеличение вклада лесного комплекса в социально-экономическое развитие России.

Развитие лесного комплекса подразумевает формирование экономически устойчивой, глобально конкурентоспособной группы отраслей, обеспечивающей внутренний спрос России на продукцию лесного комплекса,

встроенной в мировой рынок и международное разделение труда и функционирующей на базе устойчивого лесо-управления и сохранения биосферной роли лесов.

Обязательными условиями для реализации целевого видения являются:

- поддержка проектов развития перерабатывающих производств;
- стимулирование спроса и развитие рынков сбыта;
- обеспечение доступности существующей сырьевой базы; [1]
- стимулирование рационального лесопользования и интенсивного использования и воспроизводства лесов;
- развитие кадрового, технологического и научного потенциала;
- совершенствование системы защиты и охраны лесов; сохранение и восстановление экологического потенциала лесов.

К 2030 году планируется существенно увеличить вклад лесного комплекса в экономику страны. Основные направления - развитие ориентированного на экспорт производства целлюлозы, рост выпуска тарного картона и санитарно-гигиенических изделий для внутреннего рынка, а также развитие ориентированного примерно в равной степени на внутренний рынок и на экспорт производства пиломатериалов, фанерно-плитных производств, мебели, деревянного домостроения.

Предусматривается развитие частных предприятий с глубокой переработкой древесины, в том числе химической и механической, которым при необходимости будут оказаны меры государственной поддержки.

В процессе основных работ производится сортировка сортиментов. Она может выполняться при различных технологических операциях (при обработке деревьев харвестером, при формировании пачки сортиментов форвардером, при штабелевке сортиментов на лесопогрузочном пункте форвардером, при погрузке сортиментов автолесовозом с гидроманипулятором). Разделение (сортировка) сортиментов в процессе работы харвестера возможно различными способами, например, маркировка торцев разных сортиментов краской разного цвета, укладка сортиментов разных групп в разные пачки с выравниванием торцев в одну линию, укладка сортиментов разных групп со смещением (разбегом) торцев перпендикулярно трелевочному волоку, укладка сортиментов разных групп под разным углом к трелевочному волоку. Одним из правил является: мелкий сортимент не должен лежать на крупном, хотя при работе в условиях глубокого снежного покрова операторами практикуется искусственное перекрещивание сортиментов, так после пурги или снегопада проще найти сформированные пакеты.

Возможна укладка в коники форвардера сортиментов несколько групп сортировки. Например, внизу коников укладывают пиловочник еловый, слева – пиловочник сосновый и справа – балансы хвойные. Для лучшей ориентации оператора сортименты разных групп сортировки могут смещаться вдоль форвардера.

При укладке в коники сортиментов разных групп сортировки рекомендуется мелкие сортименты укладывать внизу пачки, а крупные - вверху. Это упрощает разгрузку форвардера.

На практике в лесозаготовительных предприятиях на кониках форвардера устанавливаются (монтируются) разделительные стойки, при помощи которых пространство для пачки сортиментов делится на две части. В одной части, например, укладывается пиловочник, а во второй – балансы. При смещении стоек в перпендикулярном по отношению к продольной оси форвардера направлении можно менять объемы пространств для сортиментов.

В правительстве региона Архангельской области состоялось подписание соглашения о взаимодействии между управлением Федеральной службы исполнения наказаний России по Архангельской области и ООО «Группа компаний «УЛК».

Предприятия Группы Компаний УЛК находятся на юге Архангельской области – в Устьянском районе. В составе Группы: ООО «Устьянская лесоперерабатывающая компания» ООО «Устьянский лесопромышленный комплекс» ООО «Устьянская теплоэнергетическая компания». В Группе Компаний УЛК самая современная скандинавская техника и оборудование, энергосберегающие технологии и креативные проекты, стабильное настоящее, блестящие перспективы и достойное будущее. Речь идёт о совместной работе по освоению лесного фонда в Приозёрном лесничестве Плесецкого района, который находится в бессрочном пользовании у УФСИН России.

Как отметил заместитель губернатора Архангельской области по стратегическому планированию и инвестиционной политике Виктор Иконников, в Поморье уделяется особое внимание реализации кластерной политики. Подписание этого соглашения является примером кооперации, в рамках которой лучшие возможности каждого из партнёров будут использованы на благо обеих сторон. Это, в частности, повышение эффективности и качества заготовки древесины благодаря современной технике и передовым технологиям, которыми обладает группа компаний «УЛК».

Заместитель губернатора отметил, что, помимо лесозаготовительной деятельности, документ предусматривает сотрудничество по целому спектру направлений. Так, планируется взаимодействие в сфере развития деревообработки на базе учреждений УФСИН России, а также в реализации инфраструктурных проектов, в том числе по строительству и приведению в надлежащее состояние дорог круглогодичного действия. На сегодняшний день ГК «УЛК» ведёт свою деятельность на территории восьми районов области. Помимо лесных направлений, предметом сотрудничества может стать пошив учреждениями УФСИН России спецодежды для работников компании. Планируется, что в рамках соглашения для осуждённых, отбывающих наказание в учреждениях области, в общей сложности будет создано 800 новых рабочих мест. Благодаря этому они получают профессию и будут зарабатывать деньги, в том числе на оплату своих исковых обязательств.

Список использованных источников.

1. Стратегия развития лесного комплекса Российской Федерации до 2030 года <http://static.government.ru/media/files/cA4eYSe0MObgNpm5hSavTdlxID77KCTL.pdf> (дата обращения 23.01.2021)

2. Безпалько А.Р. Факторы влияющие на эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий. В сборнике: Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы. Сборник трудов III региональной научно-практической конференции. Под общей редакцией В.М. Ячменевой. 2018. С. 172-176.

3. Прогноз развития лесного сектора Российской Федерации до 2030 года. // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. – 2012. <http://www.fao.org/docrep/016/i3020r/i3020r00.pdf>. (дата обращения 23.01.21)

4. Инвестиционные перспективы ЛПК. Будущее и настоящее. // Журнал «Лесной комплекс Сибири». - <https://lesks.ru/2017/02/investitsionnyie-perspektivy-i-lpk-budushhee-i-nastoyashhee/>. (дата обращения 23.01.2021)

5. Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народно-хозяйственных комплексов. Пентегов С.И., Шишкин В.С. Повышение управленческого, экономического, социального и инновационно-технического потенциала предприятий, отраслей и народно-хозяйственных комплексов. Сборник статей XII Международной научно-практической конференции. Пенза, 2021. С. 178-182.

ORGANIZATION OF ADDITIONAL JOBS WHEN WORKING AT THE UPPER WAREHOUSE IN THE SYSTEM OF THE UIS

S.I. Pentegov, A.S. Polyakova

*Academy of the Federal Penitentiary Service of Russia,
Ryazan, Russia*

This article presents the results of a study of the functioning of logging enterprises on the territory of the Russian Federation. The reasons for the problems when conducting logging activities are given. The issues of the organization of additional workers during the sorting of sortings at the upper timber warehouse in the system of the Federal Penitentiary Service are investigated.

Keywords: *logging production, raw materials, the forest sector, sorting of sorts in the system of the Federal Penitentiary Service*

УДК 659.1

РОЛЬ РЕКЛАМЫ В КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

С.Г. Сафонова, К.С. Тищенко

*Донской государственный аграрный университет,
пос. Персиановский, Россия*

В статье представлена общая характеристика рекламы, обозначается её место на рынке в условиях современной экономики. Реклама ежедневно влияет на человека, играет значительную роль в жизни общества. Значимость рекламы особенно усиливается в ситуации высокой конкуренции, непрерывного

изменения ассортимента товаров и услуг. Реклама обеспечивает потребителя информацией о товаре или услуге, что помогает им принять лучшее решение о покупке. Благодаря рекламе формируется спрос и стимулируется сбыт, тем самым способствует росту оборота товаров и услуг

Ключевые слова: *реклама, рынок, экономика, конкуренция, субъект экономики, товар, продукт, маркетинг*

Реклама – это особый вид деятельности, который сопровождает общество в течении всей истории его развития. Формирование рыночных отношений в любой стране невозможно без рекламы, которая наряду с ценой, качеством и культурой обслуживания является главным условием эффективного продвижения товаров и услуг, расширяет рынки сбыта, поддерживает конкуренцию, способствует росту производства, капиталовложений и количества рабочих.

Основные задачи рекламы: престижные; коммерческие; некоммерческие. Престижные задачи рекламы заключаются в формировании у потребителя вида товара, престижности фирмы и её продукции. Коммерческие задачи преследуют цели извлечения назначенных коммерческих итогов через рост продаж, ускорение товарооборота, стимулирования сбыта, поиск более выгодных партнеров. Некоммерческие задачи рекламы ориентированы на осуществление в первую очередь, социальных и политических целей.

После рассмотрения основных задач рекламы, можно рассуждать о тех главных ролях, которые она играет в современном мире. К ним относятся: маркетинговая роль; коммуникационная роль; экономическая роль; социальная роль; политическая роль.

Рассмотрим более подробно экономическую роль рекламы. Она состоит в том, что она чаще служит удовлетворению экономических, коммерческих интересов рекламодателей. Согласно оценке этой роли в основном обуславливается приверженность из двух устанавливающих концепций: «школы могущества рынка» и «школы рыночной конкуренции».

Согласно первой из них реклама обозначается как инструмент убеждения, используемый для отвлечения потребителя от цены на продукцию. Согласно второй концепции «школе рынка конкуренции», реклама, напротив, обозначается как источник информации, усиливающий чувствительность покупателя к цене и вызывающий как конкуренцию, так и последующее уменьшение цен.

Реклама в целом способствует выработке наибольшего числа товаров усовершенствованного качества по более доступным ценам по таким направлениям как:

- воздействие на цены;
- развитие конкуренции;
- рост объёма продаж;
- содействие трудоустройству и обеспечению занятости;
- сокращение расходов товаров;
- воздействие на потребительский спрос и происхождение новых товаров;
- воздействие на циклы производства товаров;

– формирование новых производств. [1]

Реклама – мощный инструмент конкурентной борьбы, средство предложения данного товара, а также право выбора покупателем подходящих условий производителя. Она не стоит на месте, всесторонне меняясь, обогащается новыми формами подачи информации, приемами, уловками, которые осуществляют ее более адресованной, убедительней. Это способствует росту предложения товара на рынке, вдобавок обязывает производителя повышать качество продукции и условия его приобретения. Соответственно, достигается формирование здоровой конкуренции при насыщении рынка товарами и услугами. [3]

Работа любой компании будет успешной только при условии что она разрабатывает и выпускает новые конкурентноспособные товары. Новая продукция в свою очередь, должна соответствовать потребностям, сформировавшимся у потребителей к тому моменту, как изделие появится на рынке. Также реклама является связующим звеном рынка, распространяя информацию о присутствии различных товаров и услуг, условий их приобретения и потребления. При этом она участвует в формировании товарного предложения со стороны производителя и одновременно в раскрытии степени полезности этого предложения для некоторых рыночных сегментов. [2]

Одним из главнейших вопросов экономики представляется исследование потребительского спроса. Сложность его обуславливается тем, что любой покупатель представляет собой особенность со своими желаниями и потребностями. Экономическая наука старается определить совместные принципы построения спроса, для того чтобы максимально качественно адаптировать рыночное предложение.

В экономической теории спрос определяют уровнем полезности продукции для покупателя, а также ограниченностью его бюджета. При этом пожелание потреблять представляется безграничным и имеет положительную направленность. То есть покупатель постоянно будет устремляться приобретать новые экономические блага с целью удовлетворения своих потребностей. Так как ценовая конкуренция не всегда решает тактические и стратегические задачи производителя, то для максимально вероятного охвата потребительского спроса применяются не экономические методы привлечения потребителей.

Рассмотрим основные функции рекламы, к ним относят: информативную; коммуникационно-психологическую; стимулирующую; селективную. [1]

Информативная функция рекламы состоит в том, что реклама заявляет о наличии товаров, услуги, организации, фирмы, определенного лица или явления, доставляет детальные характеристики об их природе, особых свойствах, превосходствах и качественных особенностях. Извещение потребителей в современных условиях может совершаться с помощью многочисленных способов передачи информации.

Коммуникационно-психологическая функция рекламы в основном начинает своё воздействие после начала влияния информативной. Как

только потребитель в ходе тех или иных коммуникаций с рекламодателем или посредниками приобрел первичное количество информации о товаре, реклама может реализовывать на него определенное психологическое воздействие для преодоления барьера сомнения к предмету рекламы.

Стимулирующая функция реализуется, если потребность хотя бы наполовину осознана и реклама реализовывает непрерывное напоминание, основанное на действии, вступлению в контакт, приобретению покупки.

Селективная функция является добавлением и продолжением информативной функции рекламы. На основе обширного информирования потребителя она позволяет ему лучше ориентироваться в широком наборе имеющихся рыночных предложений и осуществлять свой выбор на основе личных интересов и установок на приобретение, покупку, контакт.

Роль рекламы в рыночной экономике устанавливается её функциями, которые позволяют организовывать в экономической системе благоприятные условия для формирования хозяйствующих субъектов.

Таким образом, главной целью рекламы является создание условий для стимулирования сбыта товара и увеличение объемов продаж за определенную единицу времени. Реклама напоминает покупателю о продукции и оказывает психологическое воздействие на покупателя с целью побудить его на покупку. Реклама оказывает воздействие на конкурентоспособность, поскольку она дает возможность покупателям увеличить их круг предпочтения и выбрать для себя тот товар, который подходит конкретно их потребностям, а производителю предоставляет возможность открыть новые точки сбыта продукции и тем самым повысить финансовые показатели.

Список использованных источников.

1. Дегтярева А. В. Роль рекламы в новой экономике / А. В. Дегтярева // Молодой ученый. – 2014. – № 20 (79). – С. 257-261. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/79/13930/> (дата обращения: 15.03.2022).

2. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2016. – 520 с.

3. Троенко, В. О. Реклама как инструмент конкурентной борьбы / В. О. Троенко // Молодой ученый. – 2019. – № 42 (280). – С. 161-163. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/280/63192/> (дата обращения: 15.04.2022).

THE ROLE OF ADVERTISING IN THE COMPETITIVE RELATIONS OF PRODUCERS AT THE PRESENT STAGE OF ECONOMIC DEVELOPMENT

S. G. Safonova, K. S. Tishchenko

*Don State Agrarian University,
Persianovsky, Russia*

The article presents the general characteristics of advertising, denotes its place in the market in the conditions of modern economy. Advertising affects a person on a

daily basis, plays a significant role in the life of society. The importance of advertising is especially enhanced in a situation of high competition, continuous changes in the range of goods and services. Advertising provides consumers with information about a product or service, which helps them make a better purchase decision. Thanks to advertising, demand is generated and sales are stimulated, thereby contributing to the growth of turnover of goods and services

Keywords: *advertising, market, economy, competition, economic entity, product, product, marketing*

УДК 339.37

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ЦЕННИКОВ НА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

А.М. Скобина

*Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия*

В статье представлены основные причины несоответствия цен на ценниках в торговом зале и на кассе магазина. Приведены преимущества и недостатки электронных ценников, а также проблемы, с которыми могут столкнуться ритейлеры, при внедрении данной технологии в торговый процесс.

Ключевые слова: *электронные ценники, торговые предприятия, цена*

С вечной проблемой несоответствия цены, пробиваемой на кассе, цене, указанной на ценнике, сталкивался каждый из нас и не один раз. По данным Всероссийского центра изучения общественного [1] мнения 30% граждан хотя бы раз за год встречались с нарушениями потребительских прав. Но сфера ритейла активно развивается год от года, особенное влияние оказала конечно же пандемия Covid-19, давшая неплохой толчок развития для всей сферы торговли. Цифровизация все больше охватывает рынок продаж, что помогает решать всё большее количество задач, которые раньше казались совершенно невыполнимыми [2, с. 268-269].

Относительно недавно на рынке появились современные электронные устройства – электронные ценники. Данная технология появилась за рубежом около 20 лет назад, но на территории Российской Федерации только в 2016 году был законодательно упрощен процесс внедрения ценников такого типа, соответственно спрос на данный продукт был увеличен.

Данная технология только начинает внедряться в ритейл, и в настоящее время лишь несколько компаний провели пробное включение системы и остались довольны результатом. Примерами привычных нам магазинов, уже использующих систему электронных ценников, являются «Пятерочка», «Дикси», «Верный», «Перекресток», «Спортмастер».

Давайте подробнее разберемся, что же представляет из себя данная технология. Начнем с определения. Электронные ценники – это современные электронные устройства, позволяющие легко менять цены на полках и использовать динамическое ценообразование [5]. Внешне продукт является дисплеем, минимальная диагональ на рынке сейчас составляет 3 сантиметра, а максимальная 20 сантиметров, на котором представлена основная информация о продукте, его цена, а иногда и дополнительные данные. Дисплеи устроены так, что не бликуют на солнечном свете, данная технология дает почти полное сходство с привычными нам бумажными ценниками.

В чем же преимущества электронных ценников перед бумажными? Начать хочется с уже упомянутой проблемы нарушения прав потребителя. Основными сложностями, с которыми сталкиваются покупатели являются: продажа товаров с истекшим сроком годности и невнимательность со стороны персонала при установке цены на товары. Как же электронные устройства помогают решить эти задачи? Очевидно, что внедрение электронных ценников не заставит товары портиться медленнее, а просрочка не станет исчезать с полок сама собой.

Основной задачей ценников в данном случае является предупреждение персонала, а также покупателей о том, что срок годности товара подходит к концу. Сам ценник или же табло, подключенное к нему, выведут данную информацию или же предупредят сигналом подсветки. Нужно отметить то, что для того, чтобы данная система работала, необходимо производить регламентированную вкладку товаров и своевременно вносить необходимые данные, которые поступают в электронном формате, в информационную систему.

Вторая проблема, с которой чаще всего сталкиваются потребители при несоответствии цен – невнимательность со стороны персонала. В большинстве случаев, несостыковку цен продавцы оправдывают тем, что они просто не успели поменять ценник. Система электронных ценников автоматически обновляет данные, при получении каких-либо изменений. Отказавшись от бумажных ценников, компания в первую очередь сделает процесс продажи более экологичным, что, несомненно, важно в современных реалиях. Во-вторых, работа персонала сократится в разы. Компания «Красный Яр», которая использует систему умных ценников, провела исследования и подсчитали среднее время подготовки нового ценника составляет примерно 58 секунд на одну позицию. Кажется немного, но в месяц данная цифра составляет 178 рабочих часов [4].

Также, существуют умные ценники, оснащенные NFC-технологией, которая присутствует в большинстве современных телефонов. Эта функция позволяет ценнику взаимодействовать со смартфоном, если он находится неподалеку. Чем же это улучшит процесс совершения покупок? Как мы знаем, большинство современных магазинов имеют собственные мобильные приложения. Чаще всего покупатели используют данные платформы для просмотра акций или же выпуска скидочных карт. Но внедрив электронные ценники с NFC-модулями, система, поняв, что пользователь участвует

в программе лояльности, при приближении покупателя к ценнику, выведет на экране его телефона цену товара с персональной скидкой. Актуальные для каждого клиента скидки достаточно эффективны в современных реалиях. Основная цель такого типа скидок – получить заинтересованность покупателя конкретным товаром, предоставив доступные условия покупки. Все это приведет к увеличению суммы среднего чека и популяризации конкретных категорий товаров.

Продолжая разговор о скидках, система умных ценников позволяет проводить акции типа «пиковый час». Речь идет о снижении цены на товар в конкретный момент времени. Например, в отделе хлебобулочных изделий ежедневная скидка на скоропортящиеся позиции 15% за час до закрытия торговой точки. Что позволит с большей вероятностью распродать определенные товары, уменьшить количество пищевых отходов.

Более того, преимуществами системы являются низкое энергопотребления и долгий срок службы батареи (способны работать от батареек на протяжении 5 лет). Широкий выбор аксессуаров и гибкие варианты монтажа, современный внешний вид торговой точки. Использование собственного протокола связи.

В чем же недостатки данной технологии? В первую очередь необходимо понимать, что внедрение системы – дорогостоящий процесс, так как включает в себя цену самих устройств; креплений; телекоммуникационное оборудование: точки доступа, ценники, терминалы сбора данных, которые нужны для управления ценниками; стоимость работ по проектированию и внедрению; стоимость обучения персонала для работы с электронными ценниками.

Компания «Пилот» [3], занимающаяся автоматизацией магазинов и оборудования для розничной торговли, уже имеет в числе своих продуктов электронные ценники. На их сайте можно найти «калькулятор окупаемости» умных ценников.

В таблице 1 представлены данные окупаемости самой дешевой и самой дорогой модели электронных ценников, представленных на сайте. Исходя из этого, можно с уверенностью говорить о том, что технология на данный момент может быть применима только в крупных торговых точках. Средний же срок окупаемости системы в России составляет примерно 4–5 лет. Такие сроки явно не устроят большинство компаний, так как в основном руководство ожидает окупаемости инвестиций хотя бы в пределах одного года. Также, очень маленькое число организаций занимаются планированием на такие долгие сроки.

Некоторые сети пытаются самостоятельно внедрить систему, заказывая ценники на «AliExpress». Но на самом деле, данная затея оказывается лишь бесполезной тратой денежных средств, так как для эффективного функционирования системе необходимо собственное программное обеспечение и протокол связи, для создания которых потребуются еще несколько лет непрерывного вложения денежных средств.

Таблица 1 – Сравнение электронных ценников компании «Пилот»

Самый дешевый вариант		Самый дорогой вариант	
Тип ценника:	BWR 1.54"	Тип ценника:	BWR 7.5"
Цена за 1 штуку:	6.3\$ = 553,6 р.	Цена за 1 штуку:	31.34\$ = 2 742,25 р.
Кол-во ценников:	2000	Кол-во ценников:	2000
Площадь магазина:	до 700 кв. метров	Площадь магазина:	до 700 кв. метров
Регион:	Владимирская область	Регион:	Владимирская область
Тип магазина:	супермаркет	Тип магазина:	супермаркет
Окупаемость:	5 лет 2 месяца	Окупаемость:	15 лет 6 месяцев
Тип ценника:	BWR 1.54"	Тип ценника:	BWR 1.54"
Цена за 1 штуку:	6.3\$ = 553,6 р.	Цена за 1 штуку:	31.34\$ = 2 742,25 р.
Кол-во ценников:	2000	Кол-во ценников:	2000
Площадь магазина:	до 700 кв. метров	Площадь магазина:	до 700 кв. метров
Регион:	Владимирская обл.	Регион:	Владимирская обл.
Тип магазина:	магазин у дома	Тип магазина:	магазин у дома
Окупаемость:	5 лет 8 месяцев	Окупаемость:	16 лет

Одним из тормозящих факторов внедрения данной технологии в практику деятельности торговых точек можно назвать договор франчайзинга. Дело в том, что многие торговые точки, осуществляющие свою деятельность под брендом федеральных торговых сетей (например, Магнит, Пятерочка и др.) могут и не внедрять электронные ценники, если договором это предусмотрено не было. Поэтому в одной части торговых точек на территории города, например, «Магнит», могут быть электронные ценники, а в другой – они будут отсутствовать.

В целом, данная технология требует комплексного подхода и обоснованного проектирования, с учетом огромного количества факторов.

Список использованных источников.

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). – URL: <https://wciom.ru/>
2. Жуковская И.Ф. Российский ритейл в период пандемии COVID-19: ускорение цифровизации // Экономика, предпринимательство и право. – 2022. Т. 12. № 1. – С. 267-286. doi: 10.18334/epp.12.1.114103
3. Компания «Пилот». – URL: <https://www.pilot.ru/>
4. Красный Яр. – URL: <https://www.krasyar.ru/>
5. Электронные ценники для магазинов. – URL: <https://www.pilot.ru/catalog/elektronnye-tsenniki/>

PROBLEMS OF IMPLEMENTATION OF ELECTRONIC PRICE LISTS AT TRADING ENTERPRISES

A.M. Skobina

*Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs,
Vladimir, Russia*

The article presents the main reasons for the discrepancy between prices on price tags on the trading floor and at the checkout of the store. The advantages and disadvantages of electronic price tags are given, as well as the problems that retailers may encounter when introducing this technology into the trading process.

Keywords: electronic price tags, trade enterprises, price

УДК 656.11

ПРОБЛЕМЫ ТРУДА И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Р.Е. Стукало, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г.Казань, Россия*

В статье затронута проблема организации труда, а также ее методы повышения, определена значимость эффективного управление персоналом в предприятии, описаны факторы, влияющие на повышение работоспособности.

Ключевые слова: *организация труда, предприятие, управление персоналом, трудовые ресурсы, кадры, вовлеченности сотрудников*

В современном мире организация труда является важным показателем, характеризующим конкурентоспособность предприятия. Уровень организации труда на предприятии характеризуется прежде всего, коэффициентам эффективного использования рабочего времени. В свою очередь, следует также рационально оценить личный вклад и эффективность работы каждого сотрудника подразделения в конечные результаты работы предприятия.

Основой организации труда на предприятии является – совокупность мероприятий, направленных на обеспечение необходимой равновесной системы в расстановке сотрудников и эффективное использование трудовых ресурсов при данной степени при лучшей технической оснащенности в целях улучшения производительности труда и создания условий для повышения квалификации работников[1].

Одним из основных разделов эффективной работы предприятия, является анализ трудовых параметров, который сводится в максимальной экономической отдаче от единицы затрат труда при произведенных расходах на рабочую силу. При этом оптимальное использование трудового ресурса заключается в том, чтобы: повысить производительность труда; уменьшить

потери трудового времени; рационализировать организацию труда и производства; подготовить кадры на предприятии. Любая организация желает иметь как можно больше высококвалифицированных кадров. Важным аспектом роста производительности труда становится повышение образовательного и квалификационного уровня работников[2].

Для создания эффективной системы организации труда, которая будет отвечать современным требованиям, необходимо грамотное управление персоналом. Управлять персоналом означает использования сотрудников, так, чтобы затраты на сотрудников покрываются результатами их работы. Это должно быть взаимовыгодное сотрудничество, что позволит сотрудником полностью посвятить себя работе. Так же в управление персонала входит обязанности по планированию трудовых ресурсов, расстановку и найм кадров, меры по регулированию вовлеченности сотрудников. Давайте рассмотрим эти обязанности поподробнее.

Под понятие планирования трудовых ресурсов понимают систематический процесс обеспечения организации кадрами при любых условиях, что бы они могли на себя взять все возлагаемые обязанности на предприятие. То есть такое планирование ориентации при формировании ресурсов на длительную перспективу, чтобы поддерживать и совершенствовать способности организации эффективно функционировать, в том числе за счёт увеличении численности персонала. Ведь сокращать избыточно человеческий ресурс нерационально, по сути, речь о человеческом капитале, который поможет предприятию быстрее приспособиться к мировым изменениям и повысить конкурентоспособность в рыночной среде[3].

Давайте рассмотрим такое понятие, как расстановка и найм кадров. На работников по отбору кадровой службы возложено решение ответственной задачи. Из многих или нескольких претендентов на вакантное место в организацию они должны выбрать именно того человека, который принесет ей наибольшую пользу. Так же нужно добиться взаимовыгодного соглашения, полное информирование о характере предстоящей деятельности, перспективах карьерного роста, индивидуальных предпочтениях и пожеланиях. Это нужно для того, что бы будущий сотрудник доверял предприятию, и мог сосредоточиться на работе.

Вовлеченность сотрудников – это стремление персонала принести максимальную пользу компании, быть заинтересованным в результатах своей работы. Каждый руководитель желает о работниках, стремящихся выполнить свою работу как можно быстрее и качественнее, повышающих свои профессиональные навыки и готовых делиться своим опытом с коллегами. Вовлечённые сотрудники работают больше и лучше, демонстрируют инициативу, у них высокая производительность труда. Вовлеченность не возникает на пустом месте. Чтобы сотрудники были заинтересованы в успехе предприятия, чтобы они по своему желанию работали с максимальной производительностью и творчески относились к трудовым обязанностям, работодатель должен обеспечить комфортные условия работы, воссоздать такую

атмосферу, при которой работник хочет и может реализовать свои возможности в полном объеме. Что бы добиться заинтересованности персонала следует учитывать, что формирование вовлеченности у сотрудников желательно реализовать с учетом индивидуальных потребностей. Но существуют и общие рекомендации: у сотрудников должно быть право голоса и возможность быть услышанным; справедливая и открытая система оплаты и вознаграждений; возможность карьерного роста.[4]. На настоящее время существует множество предприятий заинтересованы в том что бы работники были вовлечены в процесс, и существуют модели которые описывают удержания и поддержания вовлеченность персонала (рис. 1).

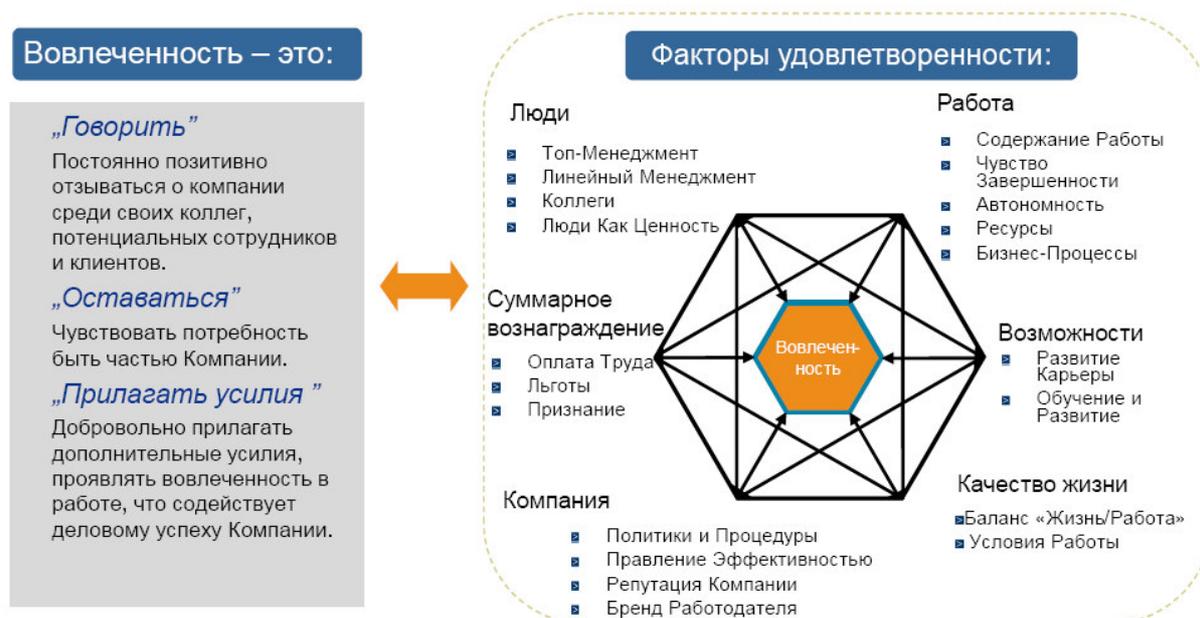


Рисунок 1 -Модель вовлеченности сотрудников Kincentric (Aon Hewitt)

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что компания должна как можно эффективнее рационализировать труд рабочих. Но и обеспечить сотрудникам хорошие условия работы, способность развиваться и предоставить техническое оборудование. Это всё труднореализуемый процесс, ведь работодатель не готов платить высокие зарплаты, а сотрудник готов на всё, чтобы затратить как можно меньше усилий для выполнения требований. Но если компания будет идти на контакт с работниками, тем самым повышая доверия сотрудников. Благодаря грамотной работе с персоналом, а именно найм качественных кадров и стимуляция их мотивации, поможет компании приобрести работников, которые будут вовлечены в процесс, а следовательно будут выполнять работу намного лучше и быстрее. Всё это повысит работоспособность, а каждый член в организации будет строго выполнять свои функциональные обязанности, на высоком уровне.

Список использованных источников.

1. Макарова А. О., Галимова А. Ш. Актуальные проблемы управления и организации труда в России // Молодой ученый. – 2013. – №1. – С. 159-161.

2. Колесникова С.В. Эффективность использования трудовых ресурсов в организации // Вопросы экономики и управления. – 2016. – №5. – С. 153-154.

3. [Электронный ресурс], “Business Booster”. Режим доступа: <https://bbooster.online/stati/planirovanie-trudovyh-resursov.html>

4. [Электронный ресурс], “iTeam”. Режим доступа: <https://blog.iteam.ru/vovlechennost-personala-kak-otsenit-i-povysit/>

PROBLEMS OF LABOR AND PERSONNEL MANAGEMENT

R.E. Stukalo, O.N. Pushkarev

*Kazan power state university,
Kazan, Russia*

The article touches upon the problem of labor organization, as well as its methods of improvement, determines the importance of effective personnel management in the enterprise, describes the factors affecting the improvement of efficiency.

Keywords: *labor organization, enterprise, personnel management, human resources, personnel, employee engagement*

УДК 656.11

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Н.Ф. Тазеев, О.Н. Пушкарев

*Казанский государственный энергетический университет,
г.Казань, Россия*

В статье рассмотрены основные проблемы управления персоналом, их причины, некоторые возможные методы решений этих проблем, а также влияние проблем управления персоналом на работоспособность организации.

Ключевые слова: *управление персоналом, организация управления персоналом, проблемы управления персоналом*

Проблема управления людьми возникла практически в одно время с организацией как социальным феноменом. В современном мире управление персоналом представляет собой в каком-то смысле модную тенденцию в организационном строительстве и выступает одновременно и как процесс, и как структура, и как вид профессиональной деятельности. Она играет важную роль в конкурентоспособности организации, от нее зависит производительность, как предприятия, так и каждого отдельного сотрудника.

Для того чтобы более подробно изучить эту проблему, необходимо разобраться в таких понятиях, как персонал и управление персоналом.

Простыми словами, персонал – весь личный состав работающих в организации, постоянных и временных специалистов. В отличие от других ресурсов, человек может сам принимать решения и оценивать предъявляемые

к нему требования. Кроме того, каждый член персонала имеет свои интересы и весьма чувствителен к управленческим воздействиям, причем реакцию на них нередко сложно предугадать.

Из этого определения вытекает, что управление персоналом – это деятельность, направленная на поддержание продуктивной работы сотрудников. Она составляет взаимодействие людей с предприятием – факторы управленческих отношений, проявляющиеся между людьми отдельно и в коллективе в целом во время трудовой деятельности.

Часто проблемы в таких взаимоотношениях появляются из-за людей, руководящих персоналом. Рассмотрим проблемы, наиболее часто встречающиеся в современных организациях:

- Руководителями ставят узких специалистов. Например, человек работает дизайнером, прекрасно разбирается в этом, и благодаря чему, допустим, спустя 4 года его повышают до руководителя отдела. Теперь к его обязанностям добавляется управление людьми, однако лидерскими навыками он не отличается и не разбирается в психологии людей. Такой руководитель не сможет эффективно руководить людьми, правильно делегировать обязанности между ними, а также решать конфликтные ситуации.

- Встречаются руководители, которые ждут, что с заданием, на выполнение которой, например, они затратят 3 часа, их подчиненные должны справиться за то же время. Он не учитывает, что людям нужно разное время для выполнения одной и той же задачи, а это может негативно отразиться на эффективности коллектива.

- Бывают руководители, которые держат дистанцию между собой и работниками, вместо того чтобы искать грань между дружескими и формальными отношениями. Если они и смогут сохранить управление над подчиненными, то только на уровне жестких претензий и требований.

- Большая разница в заработной плате персонала и начальника – многие сотрудники могут быть недовольны такой разнице. Такая разница, например, в 3-4 раза могут привести к тому, что сотрудникам могут закрадываться мысли о том, что их, возможно, обманывают. И они, сами того не осознавая, будут негативно относиться к своему начальству.

Однако проблемы могут появляться в самом зародыше, при приеме на работу новых сотрудников. Руководство, не отдающее должного внимания набору кадров, или пытающееся нанять работников за низкую оплату, часто будут сталкиваться с тем, что сотрудники, вступающие в компанию, будут либо молодыми и неопытными, либо инициативными, работа которых сопоставима низкому уровню заработной платы.

Как уже было сказано, в подавляющем большинстве, проблемы если и возникают, то больше половины из них происходят по вине руководства. И из перечисленных проблем можно прийти к выводу, что это связано с тем, что руководители не всегда могут профессионально, и грамотно руководить персоналом, и почти всегда именно от него зависит работоспособность и лояльность кадров.

В современном мире в области управления персоналом появляются все больше способов работы с коллективом. Разнообразие возникающих проблем, а также способов их решений привело к тому, что появились и появляются множество новых профессий, предназначенных устранить эти проблемы и не допускать появления новых.

Одним из популярных решений этих проблем являются HR-менеджеры. HR-менеджер – это сотрудник, который занимается всем тем, что связано с персоналом. С английского HR – human resources дословно переводится как «человеческие ресурсы». В их обязанности входит:

- отбор и удержание персонала;
- написание и ведение вакансий в соответствии с полученным техническим заданием;
- постоянный мониторинг рынка труда, сбор актуальной информации об условиях для кадров и средней зарплате
- работа с базами резюме, создание собственной базы персонала;
- проведение собеседований, трудоустройство нового персонала;
- приспособление нового персонала в коллектив;
- отправление сотрудников на повышение квалификации, проведение срезов знаний;
- участие в вопросах мобильности сотрудников – перевод в другой отдел, повышение, увольнение;
- разработка и продвижение мотивационных методик, при наличии поддержка работоспособности штрафной сетки;
- ведение личных дел штатных сотрудников и прочей кадровой документации;
- работа с персоналом, рассмотрение поступающих жалоб и их устранение;
- поддержание культурного баланса, создание и введение схем сплочения коллектива, улучшения условий работ, систем вознаграждение и мотивации;
- контроль над работой персонала, оценивание их рабочих навыков и умений с учетом их личностных особенностей.

Появление HR-менеджеров в коллективе даст немало преимуществ, но нужно понимать, что это принесет и дополнительные финансовые затраты, которые могут позволить не все компании. В таком случае стоит вначале взяться за обучение своих руководителей, отправлять их на различные курсы и тренинги для повышения квалификации, чтобы он хотя бы обладал базовыми умениями в управлении людьми. Также нужно больше выделять времени на мониторинг проблем в коллективе.

Таким образом, проблемы в большинстве случаев появляются из-за руководства, из-за их неграмотности в этой области или из-за их халатного отношения с персоналом. Эти проблемы представляют собой неким показателем успешности и стабильности организаций. Их существование оказывает отрицательное влияние на эффективность персонала, а низкая эффективность плохо отразится на конкурентоспособности компании в целом. А

конкурентоспособность является важным показателем того, насколько организация способна выдержать конкуренцию против других предприятий.

Список использованных источников.

1. Основные проблемы менеджмента персонала – Режим доступа: https://www.jcat.ru/job_vacancy/blog/osnovnye-problemy-menedzhmenta-personala/
2. Чеботарь, Е. Ю. Проблемы управления персоналом в современных организациях / Е. Ю. Чеботарь. // Молодой ученый. – 2021. – № 45 (387). – С. 174-177
3. Константин Шевелев. Профессия «HR-менеджер» – кто такой и чем занимается / Константин Шевелев // СHECKROI.
4. Ирина Боровская. HR-менеджер – кто это такой, какие у него обязанности и как им стать. / Ирина Боровская // Блог Василия Блинова.
5. Панежин Е.К. Влияние управления персоналом на эффективность деятельности предприятия / Е.К. Панежин // Вестник науки и образования. – 2019. – № 10-4 (64). – С. 70-73
6. Актуальные проблемы управления персоналом организации – Режим доступа: <https://hr-portal.ru/article/aktualnye-problemy-upravleniya-personalom-organizacii>

THE PROBLEM OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

E.D. Tazeev, O.N. Pushkarev

*Kazan power state university,
Kazan, Russia*

The article discusses the main problems of personnel management, their causes, some possible methods for solving these problems, as well as the impact of personnel management problems on the organization's performance.

Keywords: *personnel management, organization of personnel management, problems of personnel management*

УДК 339.9

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

О.И. Уланова

*Пензенский государственный аграрный университет,
г. Пенза, Россия*

Внешнеэкономическая деятельность является важным показателем социально-экономического развития регионов Российской Федерации. В статье рассматриваются некоторые особенности развития внешнеэкономических связей Пензенской области в условиях современных санкционных ограничений со стороны запада.

Ключевые слова: *внешнеэкономическая деятельность, санкции, регион, экспорт, внешняя торговля, государство*

Внешнеэкономическая деятельность является существенным показателем, который оказывает влияние на уровень социально-экономического развития региона и Российской Федерации в целом. Под внешнеэкономической деятельностью понимают отрасль хозяйственной деятельности, которая осуществляется в производственной, научно - технической сфере, экспорте, импорте товара и выходе предприятий на международный рынок сбыта. Внешнеэкономическая деятельность осуществляется как на уровне государства, так и на уровне отдельных хозяйствующих субъектов [1]. Развитие внешнеэкономической деятельности является одним из приоритетных направлений экономического развития Пензенской области. Экономика Пензенской области обладает высоким потенциалом внешнеторгового развития. Среди ключевых внешнеторговых партнеров при экспорте на современном этапе являются Беларусь, Казахстан, Узбекистан, Китай, Индия и др.

В целях решения основных задач по развитию всестороннего сотрудничества со странами ближнего и дальнего зарубежья руководством Пензенской области определены следующие направления деятельности:

- оказание содействия в продвижении продукции региональных предприятий на рынки зарубежных государств, расширение географии поставок;
- продвижение за пределами региона экспортного потенциала Пензенской области;
- содействие в построении конструктивного диалога между деловыми сообществами и органами власти региона и зарубежных стран;
- содействие увеличению доли экспорта продукции несырьевых отраслей, объемов и перечня экспортируемых услуг, передовых технологий [2].

В марте 2022 года делегация Пензенской области во главе с губернатором О. Мельниченко пребывала в Белоруссии с деловым визитом, нацеленным на укрепление торгово-экономического сотрудничества и развитие партнерства в формате технологической и промышленной кооперации. Ключевым моментом поездки стала встреча с президентом республики Александром Лукашенко, на которой стороны обсудили вопросы сотрудничества. Как отмечал губернатор О. Мельниченко «в числе наших общих приоритетных задач – развитие общего рынка, обеспечение продовольственной безопасности и бесперебойной работы промышленных предприятий, как крупных системообразующих, так и средних, малых. Обеспечение населения качественной и конкурентоспособной продукцией в достаточном количестве» [3].

В настоящее время в Беларусь поставляют продукцию более 200 пензенских предприятий. Экспорт затрагивает мебель, бумагу, фанеру, арматуру, полуприцепы и автоцистерны для нефтепродуктов, системы охраны, приборы измерения, автоэлектронику, станки, запасные части для сельхозтехники, кондитерские изделия. По направлению агропромышленного комплекса регион экспортирует в республику мясо индейки, растительные масла, макаронные изделия, хлебобулочные изделия длительного хранения, а также зерновые, семена масличных культур. В 2021 году Пензенская область отправила в Беларусь 16,2 тыс. тонны продукции АПК на сумму 1,6 млрд рублей. А в целом товарооборот с регионом составил около 8 млрд

рублей. В настоящее время участие России в системе внешнеэкономических связей является неоднозначным, поскольку в условиях тяжелых санкционных ограничений некоторые взаимоотношения прекратились. Несмотря на неблагоприятную обстановку, пензенские компании стараются развивать и наращивать объемы производства. Среди лидеров по производству можно отметить такие предприятия, как: «Фомлайн» – лидер рынка эластичных пенополиуретанов в России, странах СНГ и Восточной Европы, «Пензаспецавтомаш» – компания-производитель запчастей для АЗС и спецтехники, «Пензенские кленоварни», являющиеся крупнейшим российским производителем кленового сиропа, а также сердобская «Грибная компания», производящая 5000 тонн шампиньонов в год [4].

Любая внешнеэкономическая деятельность в условиях санкций усложняется для всех ее участников. Появляются трудности с расчетами в валюте, сбой поставок, проблемы в логистике, что, безусловно, ведет к росту расходов.

Правительство РФ в период действия санкционных ограничений вводит антикризисные меры, направленные на поддержку бизнеса, граждан и экономики в целом:

- введены дополнительные налоговые льготы для организаций и предпринимателей (авансы по налогу на прибыль, налог на прибыль ИТ-сферы, налог на имущество, транспортный налог и др.);

- субсидирование и прямая финансовая поддержка бизнеса, в том числе малого и среднего;

- ослабления государственного контроля и др.

Активную внешнеэкономическую деятельность предприятия региона осуществляют при содействии Центра поддержки экспорта, основной целью которого является интернационализация бизнеса, то есть развитие международного делового и технологического партнёрства предприятий малого и среднего бизнеса. Достижение данной цели осуществляется посредством оказания клиентам (предприятиям и частным предпринимателям) комплекса информационных и консультационных услуг, технической и практической поддержки. Основным направлением деятельности является поиск бизнес-партнеров в странах СНГ и дальнего зарубежья. С этой целью Центр организует ежегодно большое количество бизнес-миссий, брокерских мероприятий и обучающих семинаров. При проведении семинаров Центром приглашаются высококвалифицированные специалисты, эксперты в сфере внешнеэкономической деятельности [5].

Таким образом, Пензенская область имеет достаточную устойчивую позицию в сфере развития внешнеэкономических связей. Предприятия региона ведут динамичную внешнеэкономическую деятельность несмотря на современные сложности, осваивая новые внешние рынки.

Список использованных источников.

1. Проблемы и основные направления повышения эффективности функционирования АПК региона в условиях глобализации и импортозамещения: монография / под ред. О.А. Столяровой, Р.Р. Юнковой. – Пенза: РИО ПГСХА, 2015. – С. 47-60.

2. Внешнеэкономическая деятельность [Электронный ресурс]. URL: <https://merp.pnzreg.ru/ekonomika/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/>

3. Коротко и по существу: итоги визита пензенской делегации в Белоруссию [Электронный ресурс]. URL: https://www.penzainform.ru/news/economics/2022/04/04/korotko_i_po_sushestvu_itogi_vizita_penzenskoj_delegacii_v_belorussiyu.html

4. Олег Мельниченко назвал предприятия Пензенской области, которые успешно развиваются в условиях санкций [Электронный ресурс]. URL: <https://penzasmi.ru/news/56919/oleg-melnichenko-nazval-predpriyatiya-penzenskoy-oblasti-kotorye-uspeshno-razvivayutsya-v-usloviyah-sankciy>

5. Центр поддержки экспорта [Электронный ресурс]. URL: <https://merp.pnzreg.ru/ekonomika/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost/tsentr-podderzhki-eksporta/>

DEVELOPMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY REGION

O.I. Ulanova

*Penza State Agrarian University,
Penza, Russia*

Foreign economic activity is an important indicator of the socio-economic development of the regions of the Russian Federation. The article discusses some features of the development of foreign economic relations of the Penza region in the conditions of modern sanctions restrictions from the West.

Keywords: *foreign economic activity, sanctions, region, export, foreign trade, state*

УДК 339

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Н. И. Улендеева

*Самарский юридический институт ФСИИ России,
г. Самара, Россия*

В статье рассматривается глобальная проблема формирования эффективного механизма продвижения продукции предприятий уголовно-исполнительной системы; обобщаются различные точки зрения на повышение количественных показателей реализации товаров и услуг, произведенных предприятиями пенитенциарной системы.

Ключевые слова: *маркетинг, продвижение продукции, предприятие, производственная деятельность, пенитенциарная система*

Производственный комплекс уголовно-исполнительной системы (УИС) на современном этапе развития представляет собой производственную систему, состоящую из более чем 140 тысяч рабочих мест только в структуре центров трудовой адаптации осужденных, федеральных государственных казенных предприятиях, в исправительных центрах. Ежегодно для собственных

нужд и на контрактной основе предприятия УИС выпускают товаров и выполняют услуг по различным видам производственной деятельности: швейное производство, изделия легкой промышленности, металло- и деревообработка, производство продуктов питания (хлебопечение, консервирование, выпуск круп, муки и т.п.), производство моющих и чистящих веществ, производство строительных материалов, производство мебели и другое.

Производственные возможности и потенциал развития производственной сферы УИС получил новый подход к реорганизации в связи с введением в действие Концепции развития УИС до 2030 года, где согласно плану финансирования вопросов повышения эффективности трудовой деятельности, осужденных предлагается начать строить исправительные учреждения вне городской черты, включающие в себя организацию режима разного типа, от общего режима содержания до организации содержания с особыми условиями. Такие единые исправительные комплексы должны будут содержать также оснащенные технологическим оборудованием производственные участки.

Следовательно, весь потенциал производственный исправительных учреждений следует оценить с точки зрения сохранения системы организации трудовой деятельности осужденных и внесения кардинальных изменений в систему организации предприятий с точки зрения разработка бизнес-планов производства товаров и услуг и их реализация является одной задачей повышения эффективности производственной деятельности УИС.

Поэтому, если вопросы организации труда осужденных строго регламентированы нормативными нормами, то реализация различных форм организации производства постоянно зависит от совершенствования системы управления и маркетинга при выводе продукции УИС на рынки сбыта.

Рассматривая систему маркетинга предприятия УИС, можно констатировать, что в литературных источниках имеется описание моделей экономически успешных практик, однако общей системы маркетинговой деятельности предприятий УИС не выработано до сих пор.

Так в работе М. Н. Рассединой, Э. О. Орловой при анализе практического опыта маркетинговых служб территориальных органов ФСИН России были выделены отдельные террорганов, которые успешно применяли для продвижения продукции, выпускаемой в УИС в процессе использования интернет-технологий, а также организацию дистанционных продаж продукции для обеспечения собственных нужд пенитенциарной системы. Для обеспечения механизма использования интернет-технологий в продвижении продукции УИС, авторами исследования предлагается оптимизировать на сайтах территориальных органов отдельные страницы, содержание 4 основных блоков: 1 – поиск; 2 – медийная реклама; 3-электронная торговля; 4 – веб-аналитика [1]. Такой подход к организации маркетинговой деятельности отделов и служб, отвечающих за продвижение товаров и услуг будет способствовать модифицированию сайтов террорганов УИС в лучшую сторону с точки зрения доступности информации и выделения блока рекламы продукции. Изучая возможности для продвижения продукции предприятий УИС авторы исследования Р. Р. Сей-

фуллин и В. С. Красовский предлагают расширить возможности интернет-магазинов продукции предприятий пенитенциарной системы для формирования клиентской базы не только среди осужденных и их родственников, а заключать договора с рекламными компаниями связи, которые обеспечивают выход информации (рекламы) на других сайтах. Однако, отмечают авторы работы сбытовая функция, направленная на вовлечение и информирование потенциальных покупателей о товаре, его свойствах и его производителе является слабым звеном производственного сектора уголовно-исполнительной системы [2], поэтому кроме интернет-магазинов, нужно развивать различные методы реализации продукции предприятий УИС, проводить отдельные экономические форумы для демонстрации и обсуждения проблем реализации продукции УИС, планировать более детализировано весь цикл производства продукции, выделять в нем обязательное внесение изменений в упаковку или модель товара и т.п. Рассматривая вопросы организации взаимодействия при продаже продукции предприятий УИС, И.А. Кузьмина делает выводы о необходимости выстраивания взаимовыгодных отношений исправительных учреждений и торговых магазинов, которые осуществляют свою деятельность на территории или вне территории ИУ на инициативе полного доверия, включая все формы платежей (наличные и безналичные расчеты), формирование единых перечней необходимых товаров, что позволит не только увеличить продажи продукции, но и будет способствовать формированию клиентской базы, настроенной на покупку продукции из магазинов пенитенциарной системы [3]. Новым направлением в решении маркетинговых проблем по мнению авторов Д. Р. Муборак и Д. Хуррамовой выступает маркетинговая аналитика как инструмент оценки эффекта от вводимых мероприятий по повышению уровня реализации товаров и услуг [4]. Привлечение лидеров продаж рынков маркетинга для формирования портфелей продукции также позволит изменить взгляд на продукцию предприятий УИС.

Таким образом, анализ практических материалов отчетов сотрудников маркетинговых отделов территориальных органов ФСИН России и теоретических вопросов по проблеме нашего исследования показывает, что существует интернет-магазины для реализации продукции предприятий УИС, сами предприятия участвуют на электронных площадках для формирования пакета заказов или разрабатывают конкурсную заявку. Однако в процессе реализации цифровой трансформации уголовно-исполнительной системы целесообразно выступить инициаторами разработки и применения новых подходов к маркетинговой деятельности, в частности это: четкое планирование расходов и доходов, маркетинговая аналитика затрат на рекламу, формирование интернет-приложений магазинов, ведение постоянного мониторинга качества продукции, выбор и формирование выполнения крупных заказов для региона.

Список использованных источников.

1. Рассадина М. Н., Орлова Э. О. Проблемы и перспективы использования интернет-маркетинга в деятельности производственных подразделений уголовно-исполнительной системы // КЭ. 2020. №12. С. 3675-3686.

2. Сайфуллин Р. Р., Красовский В. С. Перспективы создания интернет-магазинов на базе учреждений уголовно-исполнительной системы // Проблемы экономики и юридической практики. 2018. №4. С.127-129.

3. Кузьмина И. А. Организация взаимодействия при продаже товаров в уголовно-исполнительной системе // Финансы: теория и практика. 2016. №1 (91). С. 145-151.

4. Муборак Д. Р., Хуррамова Д. Маркетинговая аналитика // Scientific progress. 2022. №1. С.20-25.

MARKETING PROBLEMS AT ENTERPRISES OF THE PENAL SYSTEM

N. I. Ulendeeva

*Samara law Institute,
Samara, Russia*

The article deals with the global problem of forming an effective mechanism for promoting the products of enterprises of the penitentiary system; summarizes various points of view on increasing the quantitative indicators of the sale of goods and services produced by enterprises of the penitentiary system.

Keywords: *marketing, product promotion, enterprise, production activity, penitentiary system*

УДК 378

СЕТЕВАЯ МОДЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ФОРМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Н. И. Улендеева

*Самарский юридический институт ФСИИ России,
г. Самара, Россия*

В статье обобщен опыт организации образовательного процесса по дополнительной профессиональной программе, которая реализуется в ведомственной образовательной организации высшего образования и содержит порядок, условия и механизм осуществления сетевой формы обучения между вузом и ресурсной организацией в лице территориального органа ФСИИ России.

Ключевые слова: *сетевая форма обучения, дистанционные образовательные технологии, сетевое взаимодействие, образовательный процесс*

Процесс организации обучения по программам профессионального образования граждан, впервые принятых на службу в уголовно-исполнительную систему Российской Федерации на должности рядового состава, млад-

шего начальствующего состава, среднего и старшего начальствующего состава не мог реализовываться в очном формате в период предупреждения и распространения коронавирусной инфекции, однако потребности пенитенциарной системы в непрерывной подготовке таких специалистов были включены в планы профессионального обучения из-за непрерывного набора сотрудников в УИС. Поэтому сотрудниками ведомственных высших учреждений заведений и руководителями территориальных органов ФСИН России было принято решение о реализации совместной программы профессионального обучения с использованием ресурсов ИУ, которые имеет наибольшую степень технологического и кадрового обеспечения.

Представим опыт обучения граждан, впервые принятых на службу в УИС, осуществляющейся в сетевой форме на базе учреждений территориальных органов ФСИН России согласно договорам о сетевом взаимодействии между образовательными организациями и территориальными органами ФСИН России.

Нормативной базой для реализации сетевой формы обучения по рассматриваемой программе является Федеральный закон «Об образовании», положение статьи 15 которого определяет сетевую форму реализации образовательных программ (ОП) как возможность освоения обучающимися ОП с использованием ресурсов нескольких организаций [1].

Таковыми организациями в нашем примере являются: Организация 1 – ведомственная образовательная организация, имеющая лицензию на ведение образовательной деятельности соответствующего уровня и Организация 2 – территориальный орган исполнения наказания, предоставляющей материально-технические ресурсы для ведения образовательной деятельности (учебные комнаты, спортивные залы, тир, стрельбища, кабинеты для занятий с литературой, ограниченного пользования и т.п.).

Для формирования порядка организации и осуществления образовательной деятельности в сетевой форме используются положения Приказа Минобрнауки и Минпросвещения от 05.08.2020 № 882/391 [2].

Согласно Приказу № 882/391 весь образовательный процесс между участниками образовательных отношений (Организация 1 и Организация 2) организуется согласно договору о сетевой форме реализации ОП, в который включены следующие пункты:

- предмет договора (перечислены ОП, реализующиеся с использованием в сетевой форме ресурсов Организации 2);
- статус обучающихся, в отношении которых приняты обязательства в установленном законодательством порядке на обучение в Организацию 1;
- финансовое обеспечение реализации ОП, в которой подчеркивается безвозмездный характер договора;
- условия и порядок осуществления образовательной деятельности при реализации ОП, где подробно прописаны условия по обязательствам сторон в реализации частей (модулей) совместной ОП. Так, Организацией 1 при реализации образовательной программы используются перечисленные ресурсы Организации 2 для обеспечения качества оказываемой образовательной

услуги, соответствующей требованиям, установленным примерной основной программы обучения граждан, впервые принятых на службу в уголовно-исполнительной системе России; зафиксировано обязательство Организация 1 по результатам освоения ОП и сдачи итоговой аттестации обучающимися выдать Свидетельство о профессии рабочего, должности служащего;

- обязанности сторон, в которых детально прописаны все этапы реализации ОП, указанной в договоре от набора групп слушателей, проведения учебных занятий, промежуточной и итоговой аттестации и способа выдачи документа об образовании – Организация 1, а также обязанности Организации 2 о назначении ответственного от территориального органа за организацию сетевой формы обучения ОП со стороны исправительных учреждений (ИУ), за передачу материалов текущей и промежуточной аттестации, за организацию практических занятий по физической и огневой подготовке и организации выездных походов по стрелковой подготовке; за доведение информации от образовательной организации до слушателей о процедуре итоговой аттестации и форм ее проведения;

- срок действия договора и ответственность сторон, заключающейся в неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств сторонами;

- порядок изменения и прекращения договора, в которых представлены условия о внесении возможных изменений, касающиеся перечня материально-технического и кадрового (пофамильного) обеспечения условий договора.

За время реализации ведомственными образовательными организациями программ профессионального обучения граждан, впервые принятых на службу в УИС, был накоплен практический опыт их организации совместно с территориальными органами ФСИН России (учреждениями) и выявлены основные проблемы в реализации ОП.

Первой группой проблем стали проблемы технического характера (неустойчивое соединение интернет-связи со стороны организации 2, проблема организации больших вместимостей серверных устройств для хранения результатов учебных занятий (видеоматериалы занятий, выполнение задания на электронных носителях, результаты тестирований и т.п.), так как весь процесс организации взаимодействия слушателей рассматриваемой программ и преподавателей вуза был организован с использованием видеоконференцсвязи Zoom, кроме занятий по темам дисциплин, не входящим в перечень тем для ограниченного использования со стороны.

Вторая группа проблем возникла в связи с использованием кадрового ресурса Организации 2. Так как работа по организации обучения по совместной программе для сотрудников ИУ является дополнительной нагрузкой, то иногда выполнение, например, занятий с секретной литературой, приходится переносить из-за выполнения за закрепленным сотрудником работ по основной должности.

Рассмотрев основные этапы по формированию процесса обучения в сетевой форме при реализации программ профессионального обучения сотрудников пенитенциарной системы, можно констатировать, что получен-

ный опыт позволяет формировать и применять новые способы и образовательные технологии к обучающимся, которые выбрали индивидуальную траекторию обучения или по различным причинам не могут присутствовать на учебном курсе в очном формате.

Список использованных источников.

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»// КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru/>.

2. Приказ Министерства науки и высшего образования РФ и Министерства просвещения РФ от 5 августа 2020 г. № 882/391 «Об организации и осуществлении образовательной деятельности при сетевой форме реализации образовательных программ»// КонсультантПлюс: <http://www.consultant.ru/>.

NETWORK MODEL OF IMPLEMENTATION OF THE PROGRAM OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF PENITENTIARY SYSTEM EMPLOYEES IN THE CONDITIONS OF USING NEW FORMS OF PERSONNEL MANAGEMENT

N. I. Ulendeeva

*Samara law Institute,
Samara, Russia*

The article summarizes the experience of organizing the educational process according to an additional professional program, which is implemented in a departmental educational organization of higher education and contains the procedure, conditions and mechanism for implementing a network form of education between a university and a resource organization represented by a territorial body of the Federal Penitentiary Service of Russia.

Keywords: *network form of education, distance learning technologies, network interaction, educational process*

УДК 378

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ КУРСАНТОВ ВЕДОМСТВЕННЫХ ВУЗОВ КАК СПОСОБНОСТИ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ

Н. И. Улендеева

*Самарский юридический институт ФСИН России,
г. Самара, Россия*

В статье обобщен опыт организации образовательного процесса обучения курсантов ведомственных вузов пенитенциарной системы образовательной программе учебной дисциплины Экономика; обосновывается необходимость

формирования экономических знаний при подготовке профессиональных сотрудников среднего и высшего звена как способности к организации и управлению производственными структурами пенитенциарной системы и развитию качеств личности рационально рассчитывать ресурсы для обеспечения эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: профессиональное образование, курсант, образовательная организация, экономические знания, управленческое решение

Актуальность темы исследования подчеркивается повышенным вниманием к формированию и развитию производственной деятельности предприятий уголовно-исполнительной системы и вопросами эффективного управления производственной деятельностью со стороны администрации исправительных органов учреждений.

Как показал анализ материала-отчета территориальных органов ФСИН России за 2021 год более половины всех осужденных не выводятся на работы из-за отсутствия рабочих мест. Изучение материалов анкетирования руководителей исправительных учреждений в 2021 году, проводимой кафедрой управления Самарского юридического института ФСИН России, по вопросам формирования эффективной производственной деятельности показал низкую заинтересованность и недостаточную экономическую компетентность сотрудников исправительных учреждений, являющихся организаторами центров трудовой адаптации осужденных, выступающих основной единицей производственной структуры пенитенциарной системы.

Все вышесказанное позволяет констатировать, что для подготовки специалистов в области организации производственной деятельности исправительных учреждений целесообразно уделить пристальное внимание экономической подготовки курсантов всех направлений обучения, так как кадровые ротации и перестановки зачастую курсанта любого направления обучения могут поставить руководить трудовой деятельностью осужденных

Пенитенциарная система как часть общей социальной системы требует специалистов, умеющих не только организационно-эффективно запланировать и выполнить служебную задачу, но и грамотно планировать необходимые ресурсы, в том числе экономические, которые являются зачастую решающими в достижении поставленных целей. Поэтому на современном этапе развития профессионального образования курсантов ведомственных вузов ФСИН России повышаются требования к экономической подготовке.

Формирование экономических знаний курсантов в период вузовского образования обеспечивается учебными дисциплинами «Экономика», «Управление проектами», «Финансовое право», «Предпринимательское право» и другими.

Выделим подробнее для рассмотрения требования к планируемым результатам обучения по дисциплине «Экономика». Дисциплина «Экономика» в ведомственных вузах ФСИН России изучается курсантами на 1 курсе и базируется на знаниях, полученных при изучении программы среднего общего образования [1].

До начала изучения дисциплины «Экономика» обучающиеся должны знать: понятие экономики как сферы деятельности с теоретико-правовой точки зрения; историю развития экономических институтов и отношений, в том числе отношений собственности; содержание и набор инструментов текстового процессора MS Word и табличного процессора MS Excel; уметь: соотносить экономические явления, процессы и институты с определёнными историческими периодами; давать определение или характеристику понятий, определять истинность или ложность суждений; составлять таблицы и схемы, строить графики; владеть: приёмами составления простых схем, построения графиков; навыками элементарных математических расчётов.

При обучении экономике в ведомственном вузе у курсантов формируется способность к принятию обоснованного экономического решения в различных областях жизнедеятельности, который осуществляет будущий сотрудник УИС (универсальная компетенция УК-10). Согласно представленному требованию выделяются индикаторы заявленной компетенции:

- готовность к пониманию базовых принципов функционирования экономики и экономического развития, целей и форм участия государства в экономике (УК-10.1);

- способность применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использование финансовых инструментов для управления личными финансами (личным бюджетом), контроль собственных экономических и финансовых рисков (УК-10.2).

Анализ выделенных индикаторов компетенций позволил сформулировать авторское понимание содержания компонентов сформированности рассматриваемой компетенции УК-10:

- **Знаниевый компонент:** знание основных понятий экономики; базовых принципов функционирования экономики и экономического развития; процессов взаимосвязи экономики и права; основных методов и приемов личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей.

- **Деятельностный компонент:** умения ориентироваться в социально-экономических процессах, использовать принципы, законы и методы экономических наук для решения социальных и профессиональных задач;

- **Функциональный компонент:** умения использовать различные финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).

- **Рефлексивный компонент:** умения и навыки анализа социально и профессионально значимых проблем, процессов и явлений с использованием знаний экономических наук; контроль собственных экономических и финансовых рисков [2].

Таким образом, можно считать, что выделенные требования к формированию экономических знаний курсантов на этапе вузовского образования и целенаправленный процесс их применения при изучении дисциплин «Управление проектами», «Финансовое право», «Предпринимательское право», «Гражданское право», «Обеспечение деятельности исправительных

учреждений», «Организация трудовой адаптации осужденных» позволит в дальнейшем развить качественные навыки по применению экономических знаний сотрудниками старшего и высшего звена при разработке и принятию эффективных управленческих решений.

Список использованных источников.

1. Космачева, Н. М. Формирование финансовой грамотности учащихся в контексте компетентностного подхода к обучению / Н. М. Космачева, Ю. И. Бушенева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. – 2018. – № 4. – С. 321-333.

2. Иванова, С. В. Сравнительный анализ динамики и перспектив формирования правового сознания студентов юридического и технического вузов / С. В. Иванова, З. З. Янгирова // Современные наукоемкие технологии. – 2019. – № 1. – С. 156-160.

FORMATION OF ECONOMIC KNOWLEDGE OF CADETS OF DEPARTMENTAL UNIVERSITIES AS THE ABILITY TO MANAGE THE PRODUCTION STRUCTURES OF THE PENITENTIARY SYSTEM

N. I. Ulendeeva

*Samara law Institute,
Samara, Russia*

The article summarizes the experience of organizing the educational process of training cadets of departmental universities of the penitentiary system in the educational program of the discipline Economics; substantiates the need for the formation of economic knowledge in the training of middle and senior professional staff as the ability to organize and manage production structures of the penitentiary system and the development of personality qualities to rationally calculate resources to ensure effective management decisions.

Keywords: *professional education, cadet, educational organization, economic knowledge, management decision*

УДК 614.841

ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАТЕГОРИЙ ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ГАЗОВ И ЛЕГКОВОСПЛАМЕНЯЮЩИХСЯ ЖИДКОСТЕЙ ПО ВЗРЫВОПОЖАРНОЙ ОПАСНОСТИ

И.М. Учаева, М.С. Долганов

*Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.,
г. Саратов, Россия*

Проведено определение категорий складских помещений для хранения пропана, бензина (летнего) и ацетона расчетным методом.

Ключевые слова: *пожар, газы, легковоспламеняющиеся жидкости, категория помещения*

В соответствии с Федеральным законом № 123-ФЗ «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 [1] под пожарной безопасностью объекта защиты понимается состояния объекта защиты, характеризующееся возможностью предотвращения возникновения и развития пожара, а также воздействия на людей и имущества опасных факторов пожара.

Анализ включает в себя:

- определение наличия стораемых веществ и материалов, обращающихся в здании и их взрывопожарной и пожарной опасности;
- определение наличия потенциальных источников зажигания и их зажигательной способности;
- моделирование ситуаций, при которых возможен аварийный режим работы технологического оборудования, в том числе и от неверных действий обслуживающего персонала;
- выявление наиболее взрывопожароопасных помещений, зданий и сооружений по наличию стораемых материалов и потенциальных источников зажигания;
- моделирование развития возможного пожара в здании или помещении, направления распространения огня и дыма, действий рабочих и служащих по сигналу пожарной тревоги;
- анализ достаточности и полноты выполнения мероприятий технической (конструктивной) защиты зданий, сооружений и технологических процессов организации;
- определение необходимого количества первичных средств пожаротушения, необходимости устройства автоматических систем пожарной сигнализации и пожаротушения, исходя из расчета возможного максимального ущерба и требований норм и правил пожарной безопасности;
- определение наличия и достаточности для целей пожаротушения ближайших к предприятию водисточников, необходимость устройства внутреннего противопожарного водопровода, расчет необходимых сил и средств для ликвидации возможных пожаров в организации, исходя из удаленности городской пожарной части.

Цель работы: определить расчетным путем категории помещений по взрывопожарной опасности при хранении горючих газов и легковоспламеняющихся жидкостей с помощью программы MathCAD.

Расчет категорий помещений проведен согласно методике [2]. Рассмотрено одноэтажное складское помещение для хранения пропана, ацетона, бензина (летнего). Помещение слабозагроможденное, объем 539 м^3 , свободный объем 431 м^3 .

Для проведения расчета использованы исходные данные (объемы пропана, ацетона и бензина – по 80 л; константы уравнения Антуана, плотность газа или жидкости, молярная масса, температура вспышки паров, давление насыщенного пара; температура воздуха – $32 \text{ }^{\circ}\text{C}$). Рассчитаны интенсивность испарения, массы паров, поступивших в пространство. На их основе

получены избыточные давления ΔP , кПа, развиваемое при сгорании паровоздушной смеси (Таблица 1).

По взрывопожарной и пожарной опасности помещения подразделяются на кате гории А, Б, В1– В4, Г и Д.

Таблица 1 - Результаты расчета избыточного давления при сгорании паровоздушной смеси

ΔP , кПа	Вещество		
	Пропан	Ацетон	Бензин (летний)
	120,2	86,3	149,4

Все рассмотренные вещества образуют паровоздушные смеси, при воспламенении которых развивается избыточное давление более 5 кПа (согласно Таблице 2) [1].

Таблица 2 - Категории помещений по взрывопожарной и пожарной опасности

Категория помещения	Характеристика веществ и материалов, находящихся (обращающихся) в помещении
А повышенная взрывопожаро-опасность	Горючие газы, легковоспламеняющиеся жидкости с температурой вспышки не более 28 °С в таком количестве, что могут образовывать взрывоопасные парогазовоздушные смеси, при воспламенении которых развивается расчетное избыточное давление взрыва в помещении, превышающее 5 кПа, и (или) вещества и материалы, способные взрываться и гореть при взаимодействии с водой, кислородом воздуха или друг с другом, в таком количестве, что расчетное избыточное давление взрыва в помещении превышает 5 кПа

Система обеспечения пожарной безопасности объекта защиты включает в себя систему предотвращения пожара, систему противопожарной защиты, комплекс организационно-технических мероприятий по обеспечению пожарной безопасности. Согласно [3] помещения складского назначения категории А по взрывопожарной опасности должны быть обязательно оснащены системой противопожарной сигнализации (СПС) при площади менее 300 м², а при площади 300 м² и более - автоматическими устройствами пожаротушения (АУП).

Список использованных источников.

1. Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности» от 22.07.2008 № 123-ФЗ.
2. СП 12.13130.2009. Определение категорий помещений, зданий и наружных установок по взрывопожарной и пожарной опасности.
3. СП 486.1311500.2020. Системы противопожарной защиты. Перечень зданий сооружений, помещений и оборудования, подлежащих защите автоматическими установками пожаротушения и системами пожарной сигнализации. Требования пожарной безопасности.

DETERMINATION OF CATEGORIES OF PREMISES FOR STORAGE OF GASES AND FLAMMABLE LIQUIDS BY EXPLOSION AND FIRE HAZARD

I.M. Uchaeva, M.S. Dolganov

*Yuri Gagarin State Technical University of Saratov
Saratov, Russia*

The categories of storage facilities for the storage of propane, gasoline (summer) and acetone were determined by the calculation method

Keywords: *fire, room category, gases and flammable liquids*

УДК 334.02

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Р.А. Шарифуллина, О.Н. Пушкарёв

*Казанский государственный энергетический университет,
г. Казань, Россия*

В статье рассмотрены и проанализированы ряды определений «стратегии предприятия», показана необходимость разработки стратегии предприятия, подробно описаны этапы разработки стратегии развития предприятия

Ключевые слова: *стратегия предприятия, разработка стратегии развития, этапы разработки стратегия предприятия, стратегический план*

В связи с изменениями экономики, динамичности рынков, появлением электронных ресурсов, хранилищ, содержащих огромный объем информации, и количества факторов, влияющих на развитие рынков, предприятию в наши дни требуется разработка и осуществление его стратегии для выявления вероятных рисков и возможностей предприятия. Стратегия – это важный инструмент в управлении развитием предприятия, на протяжении всего его существования, которая позволяет прийти к более оптимальному выбору путей действия, содействует сохранению конкурентоспособности, уменьшает риск ошибочного решения на весь период работы предприятия из-за недостоверной информации о потенциалах предприятия и о его внешнем окружении. У организации появится возможность своевременно прогнозировать изменения во внешнем окружении и эффективнее принять меры при наибольшей определенности при разработке стратегии.

Стоит подчеркнуть, что на данный момент имеется несколько различных определений понятия «стратегия предприятия». Вот несколько из них:

- стратегическая проектировка, которая находит привилегии проблем и возможностей для реализации основной цели;

- система организационно экономических мер по достижению долгосрочных целей предприятия;

- выполнение миссии предприятия путем управления взаимодействием предприятия с ее окружающей средой;

- реализация выбранных целей в попытках достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением посредством распределения ресурсов, позволяющего эффективно и результативно действовать предприятию и ее подразделениям [1];

- генеральная программа действий, выявляющая приоритеты проблем и ресурсы для достижения основной цели [2];

Также есть еще ряд определений, делающих акцент на те или иные аспекты и особенности стратегий организации. Основываясь на вышеописанных определениях, сформулируем единое и объединяющее остальные. Стратегия предприятия – это система управленческих воздействий на экономические и организационные отношения трудовых коллективов предприятия, сконцентрированных на достижение целей предприятия и обеспечение успешной деятельности и развития предприятия в будущем [3].

Для того более правильного составления стратегии развития компании, необходимо понять, что она собой представляет. Она составляется на основе миссии и целей компании, с учетом особенностей ее конкурентов. Верный расчет станет мощным инструментом содействия, ускоряющим процесс достижения производственных целей. Каждой компании необходимо такое планирование для того, чтобы не отставать от изменений рыночной ситуации, своевременно модифицировать технологии и внедрять разработки для постоянного совершенствования. Это шанс не остаться на рынке без прибыли.

Стратегия разрабатывается для того, чтобы определить приоритетные направления развития, определить методы управления организацией. Она помогает организовать работу отделов, определять финансовые, временные ресурсы, оценивать и не допускать риски, также быстрее достигать поставленных целей. Благодаря ей руководители и сотрудники могут заранее понять перспективы и спланировать задачи для каждого подразделения предприятия.

Возможны значительные изменения параметров разработки и масштабов представления спланированной стратегии в связи со сложностью и объемом работ предприятия. К примеру, для небольшой коммерческой компании достаточно 1 или 2 дней для разработки стратегической сессии, а для крупной компании период может растянуться на несколько месяцев, причем потребуется консультация специалистов.

Но несмотря на размеры предприятия, этапы разработки стратегии развития предприятия это: цели и стратегические вопросы, стратегический анализ, выбор стратегической альтернативы, разработка плана реализации выбранной альтернативы.

- Цели и стратегические вопросы

Перед формулировкой стратегических целей, первое, что необходимо определить, это целевую аудиторию – сама организация или внешние пользователи. Но это не меняет содержание стратегии, а значительно на подготовку и замысел стратегии.

Чаще определяются 2 или 3 цели, ясно задающие приоритеты в стратегических действиях организации. Варианты ответов на вопрос: «Кто ставит цель?» для разных компаний звучат от «собственника» до «все сотрудники компании» и зависят от системы управления и корпоративной культуры. Определение целей можно в принятую в компании процедуру принятия важных управленческих решений.

Опираясь на опыт, можно сказать, что стратегические вопросы довольно часто являются важными предпосылками для формулирования целей развития. Эти вопросы могут носить характер почти детских и касаются либо угроз, либо возможностей развития компании. Но основной вес имеют именно ответы на эти вопросы.

- Стратегический анализ

Стратегические планы и решения должны, насколько это вероятно, основываться на достоверных фактах, тенденциях и прогнозах. В лучшем случае стратегический план может быть создан путем преобразования основных результатов стратегического анализа в стратегические действия. Практика показывает, что нередки и исключения.

На практике обычная ситуация, в которой разрабатываются блоки, выглядит так:

1) Анализ внешней среды располагает большим количеством разнообразной информации, но трудно сделать конкретные выводы о том, что рекомендуется делать.

2) Анализ внутренней среды носит лишь декларативный характер; трудно понять, что составляет основу конкурентоспособности и что необходимо изменить в первую очередь

3) Прогнозы составлены либо излишне формально, либо излишне обобщенно

В анализе внешней среды часто доминируют методы сбора информации или формальные систематические подходы. Они выглядят очень эффективно, но не дают достаточно информации для принятия обоснованных решений.

Оба эти подхода являются разновидностями фронтального подхода, что означает, что анализ для собственной компании проводится примерно так же, как и для компаний конкурентов. С другой стороны, фронтальный подход фокусируется на углублении в вопросы, наиболее стратегически важных для своей компании.

Важными вопросами анализа внутренней среды являются - объективная трудность в том, чтобы выделить преимущества и недостатки бизнес-организации.

Одной из труднейших задач стратегического анализа является подготовка точного прогнозирования. Для успешной реализации этой задачи способствует совокупность различных методов прогнозирования.

- Стратегические альтернативы

Стратегический выбор описывает различные варианты развития компании. Существование наиболее подходящих и действительно конкурентоспособных стратегических вариантов предоставляет возможность перспектив развития и выбор конечного пути развития предприятия более обоснованным.

Как правило, каждый выбор основывается на общем видении развития предприятия. Ни у одной организации их не бывает много, поэтому альтернатив обычно 2 или 3. Ценность разработки вариантов заключается в том, что распространяется логическая цепочка реализации конкретной концепции развития на более конкретные вопросы.

Сопоставимость альтернатив является важным моментом при разработке альтернатив, из которых затем можно обоснованно выбрать одну. Для этого, во-первых, в конце периода стратегического планирования необходимо оцифровать альтернативы, по крайней мере, комплексно, в соответствии с одним и тем же набором наиболее важных показателей. Более того, тот факт, что альтернатива опережает по этим показателям, не означает, что она должна быть выбрана автоматически. Бывает такое, что анализ рисков приводит к выводу, что предпочтительнее выбрать менее прибыльную, но более надежную или более близкую к компании альтернативу.

- Стратегический план

На основе выбранной альтернативы составляется уже стратегический план, основные компоненты которого – это стратегическая концепция развития и программа мероприятий по воплощению стратегии. В стратегической концепции кратко описываются логика и задачи развития и основные мероприятия по их воплощению.

Обычно на этапе выбора альтернативы идеи и проекты развития имеют довольно-таки общий характер. Именно из-за этого уже на следующем этапе разработки плана рекомендуется подробно их разобрать. Успешным способом решения этого вопроса может стать создание рабочих групп для проработки каждого из проектов развития. Что может дать возможность вовлечения в разработку стратегии основную часть менеджеров среднего звена, может и перспективных сотрудников, помимо сокращения срока работ. Положительное отношение участников рабочих групп к решению новых вопросов, появляющихся в процессе воплощения в жизнь стратегии, может способствовать добавлению эффекта.

Рекомендуется на этапе подготовки стратегического плана не жалеть резервного времени на создание функциональных стратегий основных подразделений компании. Во время разработки функциональных стратегий в тесной связи с задачей обеспечения осуществления стратегии, в них появляется понятливость, логическая цепочка и хорошая согласованность с функциональными стратегиями других подразделений.

Чаще всего выполнение стратегии контролируют по основным финансовым цифрам, заложенным в стратегический план. И так, может выясниться, что команда сделала все возможное для осуществления стратегии, но, условно говоря, ее провалила, или встречается и обратный вариант.

Наиболее логичным кажется контролирование и выполнения важных количественных и временных показателей стратегии, и за выполнение финансовых показателей. Важный момент - это контроль основных нефинансовых показателей реализации стратегии. Если они выполнены, а финансовые показатели - нет, тогда нужно выяснить, из-за чего это могло случиться.

Подытожим, что в статье показана необходимость разработки стратегии развития предприятия, сформулировано определение стратегии предприятия, описаны этапы разработки развития стратегии предприятия.

Список использованных источников.

1. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебное пособие [для студ. высш. уч. зав.] – М.: Гардарики, 2002. – 296 с.

2. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: понятия, концепции, инструменты принятия решений. Справочное пособие. – Новосибирск: НГУ, 2010. – 324 с.

3. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. Организация стратегического развития: учебник и практикум для вузов – М.: Издательство Юрайт, 2020. – 361 с.

DEVELOPMENT OF AN ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

R. A. Sharifullina, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

The article considers and analyzes a number of definitions of "enterprise strategy", shows the need to develop an enterprise strategy, describes in detail the stages of developing an enterprise development strategy

Keywords: *enterprise strategy, development strategy development, stages of development enterprise strategy, strategic plan*

УДК 631

РАЗВИТИЕ АПК В РОССИИ НА ФОНЕ ВВЕДЁННЫХ САНКЦИЙ

М.С. Шейхова, В.С. Зуйкин, Т. С. Шаталова

*Донской государственный аграрный университет,
п. Персиановский, Ростовская область, Россия.*

В данной статье рассмотрена проблема развития АПК. Крайне важно государству в кратчайшие сроки разработать законопроекты, которые будут направлены на поддержку агропромышленного комплекса. Без развитого сельского хозяйства и АПК повысить уровень экономики будет невозможно. Вовремя принятые меры помогут не только удержаться на том же уровне развития, но и повысить его.

Ключевые слова: *АПК, развитие, поддержка, санкции*

В России сельское хозяйство является основной отраслью АПК, в состав которого входит не только само сельское хозяйство, но и пищевая, перерабатывающая промышленность. Они поддерживают и координируют сельское хозяйство. К ним относится машиностроение, производство удобрений, средств защиты растений и т.д. В настоящее время АПК России серьёзно зависит от погодных условий, медленно идёт в сторону введения новых технологий, становится менее прибыльной. Но с введением новых механизмов, решением проблем и задач в данной отрасли, приведёт к тому, что АПК вернёт своё лидирующее положение в экономике страны.[1]

Но, к сожалению, агропромышленному комплексу пришлось встретиться с новыми проблемами. Новые санкции, введённые в феврале 2022 году не обошли стороной и их. Резкое повышение цен на химию, проблемы с поставками семян, повышение ключевых ставок, дефицит многих деталей на технику и т.д. Именно с этим пришлось встретиться аграриям в начале года. В такое время поддержка со стороны государства необходима как никогда. Необходимо не только удержать уровень развития АПК на прежнем уровне, но и заложить фундамент для активного будущего развития сельского хозяйства. Именно поэтому в этой статье будет рассмотрена проблема влияния санкций на АПК и поддержки со стороны государства.

Первой проблемой, которая ждала фермеров, стало повышение ключевой ставки до 20%. Если обратиться к газете «Ведомость», то можно обнаружить, что в феврале для фермера коммерческий кредит был под 12%, а уже в марте произошло повышение до 27%. Кто сможет позволить себе такие кредиты?

Решением данной проблемы может стать льготный кредит, но к сожалению, трудности с ним появились ещё до того момента, когда ввели санкции против России. Бюджетные возможности Министерства сельского хозяйства на тот момент не были способны удовлетворить в полной мере спрос на льготные кредиты. Таким образом, в середине февраля пошли разговоры о том, что госпрограмма нуждается в дополнительных вливаниях. Но для тех, у кого уже был льготный кредит, имеются некоторые послабления. В случае краткосрочных льготных кредитов, когда контракты истекают в этом году, то тогда срок кредита можно будет продлить на целый год. По инвестиционным кредитам планируется отложить выплаты по основному долгу в период с 01.03.2022 по 31.05.2022 года. Эти нововведения относятся к кредитам, срок действия которых истечёт в 2022 году.[2]

Также была оказана поддержка банкам: помощь по новым краткосрочным кредитам увеличится вплоть до 100% ключевой ставки, чтобы банкам не пришлось обременять фермеров убытками.

Вторая проблема, с которой пришлось столкнуться фермерам – это прекращение транспортных отношений России с Европейским Союзом, который поставлял значительные объёмы различных семян. 04.03.2022 года некоторые фермеры получили письма от компании Corteva, которая попросила их не вносить предоплату за семена, а также она пообещала вернуть средства, которые были уже переведены фермерами. Причиной стал высокий шанс

того, что семена из Европы не будут доставлены. Кортеева рекомендовала своим партнерам покупать семена у других поставщиков. Министерство сельского хозяйства заявило, что работает над расширением географии поставок. Что на счёт семян, то российское правительство предложило здесь специальные субсидии в качестве спасательной меры. Их можно получить у сельскохозяйственных организаций, которые осуществляют научно технические проекты, которые связаны с производством кормов, а также различных кормовых добавок, посев и выращивание масличных культур и т.д. На полученные средства можно будет купить сельскохозяйственную технику, различные удобрения и корма, а также средства защиты растений и т.д. "Проблема санкций" затронула и комбикормовую промышленность. Почти все поставщики кормовых компонентов получили 100% предоплату.[3]

По мнению эксперта, вполне возможно, что будут повышаться цены на корма. Газета "Коммерсантъ" узнала, что с 24.02.2022 по 03.03.2022 произошло повышение цены на соевый шрот с 51 тысячи рублей до 67 или 69 тысяч рублей за тонну, большую часть которого импортирует именно Россия. Почти все, кто сегодня занимается сельским хозяйством, выражают свою озабоченность по поводу стоимости и доступности импортных комплектующих. Заводчики запрашивают запасные части для импортных самоходных транспортных средств, молокозаводы наличие ферментов и бактериальной закваски, молокозаводы -наличие племенных животных. К сожалению, конкретных ответов на этот вопрос пока нет.

Таким образом, не смотря на то, что проблемы, с которыми встретились аграрии, становятся всё серьёзней, государство пытается их решить и сделать всё возможное, чтобы поддержать их в такое трудное время. Комплекс принятых мер по поддержке АПК со стороны государства будет увеличиваться и ситуация в стране будет стабилизироваться. Но стоит отметить, что поддержка со стороны государства должна быть постоянной. Необходимо разрабатывать различные программы развития, которые благоприятно будут влиять на АПК. Но сельское хозяйство будет интересна инвесторам только тогда, когда будут приносить хорошую прибыль. Для этого необходимо развитие человеческого капитала, наличие различных налоговых льгот, создание и развитие различных государственных программ, а также создание благоприятного инвестиционного климата. Этот комплекс мер создаст все необходимые условия для активного развития сельского хозяйства. [4]

Список использованных источников.

1. Курмаева, И.С. Основные элементы организационно-экономического механизма государственного регулирования сельского хозяйства / И.С. Курмаева // Сборник Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию ФГБОУ ВПО Самарской ГСХА. – 2014. – С. 195 – 200.

2. Бунчиков, О. Н. Анализ производственно-экономической деятельности и приоритеты развития агропромышленного комплекса Ростовской области на перспективу / О. Н. Бунчиков, С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 8. – С. 58. – DOI 10.24411/2413-046X-2019-18042.

3. Сафонова, С. Г. Развитие агробизнеса Ростовской области в условиях новых возможностей и ограничений / С. Г. Сафонова, М. С. Шейхова // Московский экономический журнал. – 2019. – № 12. – С. 91. – DOI 10.24411/2413-046X-2019-10265.

4. Ганюхина, О. Ю. Проблемы агропромышленного комплекса и перспективы его развития в современной России / О. Ю. Ганюхина, Ю. С. Макарова. — Текст : непосредственный // Актуальные проблемы права : материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, декабрь 2016 г.). — Москва : Буки-Веди, 2016. — С. 113-115. — URL: <https://moluch.ru/conf/law/archive/224/11469/>

DEVELOPMENT OF AIC IN RUSSIA ON THE BACKGROUND OF THE INTRODUCED SANCTIONS

M.S. Sheikhova, V.S. Zuikin, T. S. Shatalova

*Donskoy State Agrarian University,
Persianovsky, Rostov region, Russia.*

This article considers the problem of the development of the agro-industrial complex. It is extremely important for the state to develop draft laws as soon as possible, which will be aimed at supporting the agro-industrial complex. It will be impossible to raise the level of the economy without developed agriculture and the agro-industrial complex. Measures taken in time will help not only to maintain the same level of development, but also to increase it.

Keywords: AIC, development, support, sanctions

УДК 621.7.04:502

ПОВЫШЕНИЕ ЭКОЛОГИЧНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЛИСТОШТАМПОВОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

А.А. Шишкина

*Тульский государственный университет,
г. Тула, Россия*

Описываются основные источники отходов при обработке металлов давлением, а именно листоштамповочного производства. В работе проводится анализ некоторых существующих технологий повышения коэффициента использования материала, что позволит повысить экологичность производства.

Ключевые слова: экология, обработка металлов давлением, листовая штамповка, отходы, материал, металл

Листоштамповочное производство является весьма экологичным типом получения изделий, так как в процессе работы прессов не выделяется опасных химических веществ, однако происходит образование других отходов [1-3]. Основные отходы при штамповке являются:

- Отходы материала в результате низкого коэффициента используемого материала;
- Отходы смазочно-охлаждающих жидкостей;
- Отработанные детали прессов, инструментов;
- Упаковочные материалы.

Снижение количества упаковочных материалов не всегда возможно и зависит от условий транспортировки и необходимой защиты деталей от внешних условий. Исключить поломку и износ инструмента и деталей прессов также нельзя, так как это практически непредсказуемый и неизбежный процесс.

Объем смазочно-охлаждающих жидкостей не так велик, относительно других технологических процессов, таких как, например, обработка металлов резанием. Однако существует несколько видов операций, при которых объем этих жидкостей велик, к ним можно отнести операцию ротационной вытяжки, [4] при которой происходит подача большого объема смазочно-охлаждающей жидкости вместо контакта вращающегося ролика с заготовкой. В остальных же процессах в классических схемах не используется такого объема жидкостей.

В данной работе основной акцент будет сделан на снижении отхода материала, т.е. на повышение КИМ. Так как по мнению автора это одна из наиболее объемных статей отходов на штамповочном производстве и существует большое разнообразие в процессах обработки металлов давлением и при каждом из них образуется разный объем отходов.

Отходы металла при листовой штамповке можно подвергать переработке, т.е. выплавке.

Однако переработка является сложным процессом, требующим множество промежуточных операций, например, транспортировка, что создает дополнительные выбросы и отходы. Поэтому повышение КИМ и, следовательно, понижение объемов образования отходов позволит добиться лучших экологических результатов.

Существует ряд методов повышения КИМ в процессах обработки давлением. В работе будет рассмотрена вытяжка [5-6]. В большинстве случаев, заготовкой под операцию является круглая плоская заготовка, которая вырубается из полосы или ленты, тем самым образуется отход. Далее происходит вытяжка, при которой образуется неровный край, что связано в основном с анизотропией механических свойств листового материала [7]. Этот неровный (корончатый край) необходимо обрезать, чтобы получить необходимую деталь требуемой формы и размеров, что создает дополнительный отход. В таком случае снижение отхода возможно за счет применения т.н. фасонных заготовок (рис. 1) или заготовок коробчатой формы.

Данное введение позволяет добиться повышения КИМ как на этапе вырубки из листового материала, так и на этапе вытяжки. При вырубке объем отходов снижается за счет повышения относительной площади вырубленной заготовки, а при вытяжке создается меньшую корончатость или полностью ее устраняет, так как учитываются анизотропные свойства материала.

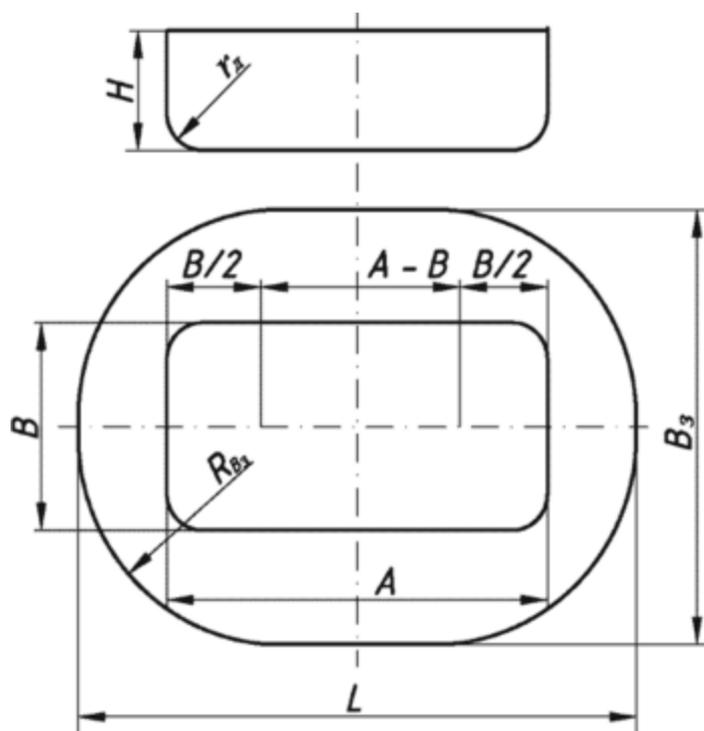


Рисунок 1 - Фасонная заготовка

Таким образом, листовая штамповка является методом заготовительного производства, при котором выделяется относительно не так много отходов, однако совершенствование технологий с целью повышения экологичности производства является важной задачей.

Список использованных источников.

1. Технология обработки давлением цветных металлов и сплавов : учебник для вузов / А. В. Зиновьев, А. И. Колпашников, П. И. Полухин [и др.]. - М.: Металлургия, 1992. - 512 с.
2. Ковка и штамповка: Справочник: В 4 т. Т.4. Листовая штамповка/ Под общ. Ред. С.С. Яковлева; ред. совет: Е.И. Семёнов (пред.) и др. - 2-е изд., перераб. И доп. - М.: Машиностроение, 2010. 732 с.
3. Коряков А.Е., Шишкина А.А., Шишкина П.А. Влияние предприятий металлургической промышленности на окружающую среду и здоровье человека // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. Тула: Изд-во ТулГУ. 2019. Вып. 7. С. 275-278.
4. Трегубов, В. И. Технология ротационной вытяжки тонкостенных цилиндрических деталей с наружными и внутренними утолщениями / В. И. Трегубов, М. В. Ларина, Н. Г. Хмылев // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. - 2019. - № 3. - С. 326-330. - EDN ZSNPBJ.
5. Яковлев, С. С. Определение силовых параметров при многооперационной вытяжке с локальным пластическим деформированием / С. С. Яковлев, О. М. Герасимова // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. - 2018. - № 4. - С. 21-26. - EDN UWJDIN.
6. Бессмертная, Ю. В. Оценка влияния характеристик рабочего инструмента на силу вытяжки глубоких коробчатых изделий / Ю. В. Бессмертная, С. С. Яковлев, А. Н. Исаева // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. - 2017. - № 3. - С. 49-55. - EDN YNLIFN.

7. Патент № 2682127 С1 Российская Федерация, МПК G01N 3/28. Способ испытания листового металла : № 2018120681 : заявл. 04.06.2018 : опубл. 14.03.2019 / В. А. Коротков, С. Н. Ларин, В. И. Платонов [и др.] ; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Тульский государственный университет" (ТулГУ). – EDN OLNFXW.

INCREASING THE ENVIRONMENTAL FRIENDLY OF THE PRODUCTION OF SHEET FORGING PRODUCTION

A.A. Shishkina

*Tula State University,
Tula, Russia*

Describes the main sources of waste in the processing of metals by pressure, namely, stamping production. The paper analyzes some of the existing technologies for increasing the material utilization rate, which will improve the environmental friendliness of production.

Keywords: *ecology, metal forming, sheet stamping, waste, material, metal*

УДК 658.8

СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЁМА ПРОДАЖ

С.Д. Шкурпит, О.Н. Пушкарёв

*Казанский Государственный Энергетический Университет,
г. Казань, Россия*

В данной статье предложены и рассмотрены способы увеличения объёма продаж посредством увеличения целевой аудитории и среднего дохода с одного покупателя.

Ключевые слова: *объём продаж, средний чек, анализ рынка, анализ потребителя, кросс-продажа, алгоритм привлечения, алгоритм удержания*

По мере продвижения бизнеса перед бизнесменом встаёт вопрос о том, как увеличить объём продаж. Их нельзя повысить, проделывая одно и то же действие циклично. По определению объём продаж равен произведению количества клиентов на их средний чек. Стало быть, чтобы достигнуть поставленной цели, требуется либо увеличить число покупателей, либо средний чек. В данной статье разберём методы повышения вышеперечисленных факторов, влияющих на объём продаж.

Начнём с изучения того, какими способами можно увеличить количество клиентов, которые будут пользоваться услугами, вами предоставляемыми. Далее представлен список шагов, которые нужно предпринять для этого:

1) Изучите свою продукцию и проведите её анализ. Ваш продукт, бесспорно, должен удовлетворять клиентов, иначе нет даже смысла существования Вашей компании. Полностью поняв свой продукт, Вы будете наиболее полно и широко видеть именно ту целевую аудиторию, которая будет приносить наибольшую часть денег, пользуясь услугами, интересными именно ей.

2) Изучите потребителя. В прошлом пункте было сказано: «видеть именно ту целевую аудиторию, которая будет приносить наибольшую часть денег, пользуясь услугами, интересными именно ей». Для того чтобы это осуществить, Вам также требуется понять, какой клиент подходит больше всего Вашему бизнесу. Попробуйте написать некий «портрет потребителя»: поймите, кому Ваша услуга подходит полностью, кого она удовлетворяет только по ряду характеристик, а кто вообще ею не заинтересуется. Полностью и конкретно осознав, кому Ваши услуги жизненно необходимы, Вы получите и осознание о том, чьи «прихоти» нужно удовлетворять в первую очередь.

3) Создайте алгоритм удержания клиентов. Допустим, у Вас уже есть определённая целевая аудитория, которая уже пользуется услугами и её практически всё устраивает. Но не все люди будут покупать товар постоянно. Вам нужно понять какой процент потребителей составляют постоянные клиенты компании, какой – пришедших от конкурента, а какой – ушедших от Вас к конкуренту, но вернулся обратно. Постарайтесь создать те дополнительные услуги, которые, возможно, не будут приносить прибыль, но будут удерживать клиентов и «заставлять» их оставаться с Вашей компанией. Не бойтесь вкладывать деньги: инвестиции в качественное обслуживание очень быстро окупятся [1].

4) Используйте эффективную рекламу. Не всякая реклама может привести Вашу компанию к успеху, есть определённые условия, которые необходимо учитывать при создании рекламы. Разберём некоторые из них:

4.1) Делайте рекламу призывающей клиента к действию.

Вы можете написать, что Ваш товар самый лучший, а можете сообщить потенциальному клиенту о возможности получения услуги компании. Лучше не писать: «Наши товары самые лучшие!», а сообщить и призвать к действию: «Звоните!», «Пишите!». Заметьте, что этот прием очень наглядно демонстрирует нам «Coca-Cola»: с момента своего основания все рекламные коммуникации «Coca-Cola» содержат призыв к действию. Он может быть как прямым, так и косвенным, но он есть! «Пейте Coca-Cola!» – это прямой призыв к действию [2];

4.2) Визуализация услуг.

Для того чтобы клиент осознавал, что он хочет приобрести Вашу услугу или Ваш товар – создайте на рекламном баннере, будь он на улице или на просторах сети Интернет, привлекающую картинку товара, чтобы покупатель осознавал, что именно он получит;

4.3) Телефон и веб-сайт.

Естественно, никакой человек ничего у Вас не купит, не зная Ваших контактов, но их тоже можно преподнести так, чтобы у клиента появилось

желание воспользоваться Вашим предложением. Веб-сайт играет очень большую роль для потенциального потребителя: если Ваш электронный ресурс неудобен, человек не будет в нём разбираться и просто уйдёт конкуренту. Также будет очень хорошо, если Ваши телефонные линии будут работать круглосуточно. Создайте многоканальную связь для бесперебойности связи, наберите достаточное количество сотрудников Call-центра, но самое выгодное для потенциального клиента будет бесплатность этого самого звонка в центр.

Вышеперечисленных шагов должно хватить для того, чтобы привлечь и удержать клиентов с Вашим бизнесом. Но встаёт другой вопрос: как увеличить средний чек клиента? Как «заставить» человека отдать Вам больше денег, чем он собирался потратить? Следующие моменты помогут Вам повысить размер среднего чека:

5) Скидки. Скидки вызывают доверие покупателей, они верят, что предлагаемая скидка является именно снижением цены, не зная причины скидки. Покупатели редко задумываются и не ищут подвоха в скидке [3]. Недавно был проведён опрос: покупали ли Вы товары по скидке с учётом того, что пришли совсем за другим? И 84% опрошенных ответили положительно. Это показывает, что поставленные скидки в магазинах побуждают клиента купить то, что ему не требуется, тем самым, увеличить средний чек.

6) Используйте вознаграждение за определённый порог чека. Допустим, что клиент купил товар за 500 рублей, а Вам хотелось бы получить 700. Можно придумать мотивационное предложение: «При покупке от 700 рублей действует тотальная скидка на чек в размере 5%». Тогда, увидев «выгоду», покупатель будет собирать продукты до 700 рублей, а заплатит 665. Несмотря на это, Вы получите дополнительно 165 рублей, потому что клиент собирался потратить всего 500.

7) Кросс-продажи. Если Вы реализуете что-то, что может быть дополнено другими товарами, например, смартфоны, то этот вид продаж – для Вас. Cross Sell – продажа сопутствующих товаров или кросс-продажи. К телефону можно продолжить гарнитуру, стекло или пленку, чехол, карту памяти. К велосипеду: насос, шлем, бутылку для воды, детское кресло [5]. Целью такого вида продажи является то, что, зная предпочтения клиента, общавшись с ним, Вы можете продать больше, фактически воспользовавшись существующими отношениями. Главное преимущество кросс-продажи – получение большей выгоды из одного источника, увеличить чек.

Таким образом, в данной статье изложены способы увеличения объёма продаж двух видов: с помощью увеличения притока клиентов в Вашу организацию и с помощью увеличения прибыли с каждого чека. Таких способов – огромное количество, в публикации изложены лишь некоторые, но достаточно эффективные для достижения поставленных целей.

Список использованных источников.

1. Как увеличить объём продаж? [Электронный ресурс] URL: <https://salers.ru/kak-uvlichit-obem-prodazh/#22>(Дата обращения 03.03.2022)

2. 4 шага к увеличению продаж с помощью рекламы. [Электронный ресурс] URL: <https://www.viraj-spb.ru/o-kompanii/stati/shkola-reklamshchika/4-shaga-k-uvelicheniyu-prodazh-s-pomoshyu-reklamy.html> (Дата обращения 03.03.2022)

3. Увеличение объёма продаж с помощью скидков. [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/uvelichenie-obemov-prodazh-s-pomoschyu-skidok/viewer> (Дата обращения 04.03.2022)

4. Как увеличить средний чек в магазине? [Электронный ресурс] URL: <https://rarus.ru/bonus/kak-uvelichit-sredniy-chek-v-magazine/> (Дата обращения 05.03.2022)

5. 7 практических способов увеличить продажи в бизнесе. [Электронный ресурс] URL: <https://mtp-global.com/7-prakticheskikh-sposobov-uvelichit-prodazhi-v-biznese/> (Дата обращения 07.03.2022)

6. Пушкарёв О. Н. Качество продукции, психология потребителя и современный маркетинг // Вестник экономики, права и социологии. – 2019. – №4. – С. 55-57.

7. Пушкарёв О. Н., Грачева А.В. Позиционирование товара как фактор обеспечения конкурентоспособности // Вестник экономики, права и социологии. – 2010. – №4. – С. 49-52.

WAYS TO INCREASE SALES

S.D. Shkurpit, O.N. Pushkarev

*Kazan State Power Engineering University,
Kazan, Russia*

This article proposes and discusses ways to increase sales by increasing the target audience and average income per buyer.

Keywords: *sales volume, average check, market analysis, consumer analysis, cross-selling, acquisition algorithm, retention algorithm*

УДК 621.983

НОВЫЙ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБЫ РИФЛЕНИЯ¹

С.С. Яковлев

*Тульский государственный университет,
г. Тула, Россия*

В работе описывается новый способ рифления одновременно на двух поверхностях заготовки. Приводятся схема рифления, а также полуфабрикат после проведения операции. Рассказывается об особенностях технологии и ее преимуществах.

Ключевые слова: *рифление, поверхность, заготовка, обработка давлением, инструмент*

¹ Работа выполнена в рамках гранта ректора Тульского государственного университета для поддержки молодых ученых № 8926ГРР.

Обработка давлением включает в себя множество различных видов технологических операций, которые отличаются между собой характером, способом, направлением приложения давления, формоизменяющим инструментом [1-5].

Рифление (или рифтование) является одним из видов технологических операций целью которых является получения сложного профиля на внутренней или наружной поверхности изделия. Однако бывает необходимость в рифлении обеих сторон одновременно и в этом случае существует новый способ рифления [6,7].

Этот способ отличается высокой энергоэффективностью и производительностью, так как на данный момент не существует аналогов, позволяющих формировать рифли и на внутренней и на внешней стороне заготовки. И для получения подобных изделий требовалось сначала нанести рифли на внешней стороне, а затем на внутренней (или наоборот). Что увеличивало трудоемкость и время изготовления. Поэтому был разработан новый способ и устройство [1,2], в которых учтены эти недостатки.

На рисунке 1 приведена схема процесса.

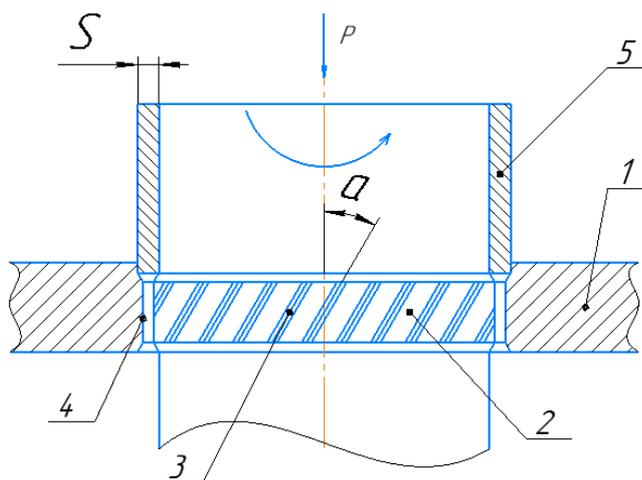


Рисунок 1 - Схема способа рифления

Способ заключается в том, что заготовку 5 пропускают через зазор между матрицей 1 и пуансоном 2. При этом на них соответственно имеются выступы 4 и 3.

При этом заготовка в процессе деформирования проворачивается под действием формоизменяющих сил, а для снижения сил трения возможно установка на давящем инструменте подшипников, что позволяет верхнему инструменту вращаться одновременно с заготовкой.

Если необходимо получить не только рифли, а их сетку, то необходимо полуфабрикат пропустить через матрицу и пуансон с другим углом подъема выступов. На рисунке 2 приведен полуфабрикат после рифления.

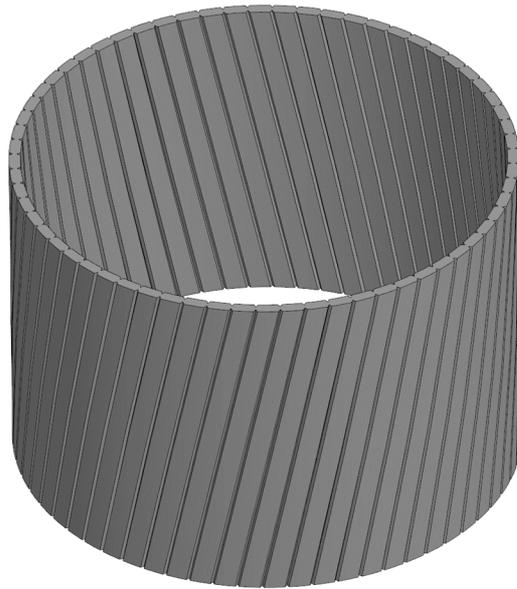


Рисунок 2 - Полуфабрикат

Таким образом была разработана новая технология рифления, которая позволяет создавать рифли на нескольких поверхностях и тем самым снизить трудоемкость и повысить энергоэффективность.

Список использованных источников.

1. Юрков, И. В. Исследование полуфабриката и инструмента при выдавливании втулки / И. В. Юрков // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2021. – № 10. – С. 440-442. – EDN KAЕQHF.

2. Подтягин, В. Э. Исследование параметров объемного выдавливания при разных температурных режимах / В. Э. Подтягин // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2021. – № 10. – С. 448-450. – EDN CBDWMJ.

3. Астахов, А. С. Оценка возможностей деформирования крупногабаритной цилиндрической поковки из высокопрочного сплава / А. С. Астахов, Н. А. Шамин // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2019. – № 3. – С. 342-346. – EDN RHTKDH.

4. Самсонов, Н. А. Исследование возможности изменения контура заготовки для вытяжки осесимметричных стаканов / Н. А. Самсонов, К. О. Поцелуев // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2019. – № 3. – С. 352-355. – EDN ВНХУМС.

5. Ларин, С. Н. Напряженно-деформированное состояние изделий при деформировании трехслойных конструкций с реализацией вязкого течения материала / С. Н. Ларин, Ю. В. Бессмертная // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2018. – № 6. – С. 57-62. – EDN VMСУNM.

6. Патент № 2753075 С1 Российская Федерация, МПК В21К 21/00, В21J 5/12, В21D 17/02. Устройство для получения рифлей ромбовидной формы на наружной и внутренней поверхностях цилиндрической оболочки : № 2020140669 : заявл. 08.12.2020 : опубл. 11.08.2021 / С. С. Яковлев, В. А. Коротков, С. Н. Ларин [и др.] ; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Тульский государственный университет". – EDN LPVBSJ.

7. Патент № 2755137 С1 Российская Федерация, МПК В21С 37/20, В21J 5/12. Способ получения рифлей ромбовидной формы на наружной и внутренней поверхностях цилиндрической оболочки : № 2020140223 : заявл. 07.12.2020 : опубл. 13.09.2021 / С. С. Яковлев, В. А. Коротков, С. Н. Ларин [и др.] ; заявитель Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Тульский государственный университет". – EDN TCBVPT.

NEW ENERGY EFFICIENT WAYS OF RIFLE S.S. Yakovlev

*Tula State University,
Tula, Russia*

The paper describes a new method of corrugation simultaneously on two surfaces of the workpiece. The corrugation scheme is given, as well as the semi-finished product after the operation. It tells about the features of the technology and its advantages.

Key words: *corrugation, surface, billet, pressure treatment, tool*

УДК 004.056.3

ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ САЙТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Б.С. Яковлев, С.С. Яковлев

*Тульский государственный университет,
г. Тула, Россия*

В современных реалиях вопрос об информационной безопасности стоит очень остро, в настоящей работе будут представлены некоторые методы повышения информационной безопасности для сайтов промышленных предприятий с анализом каждого из них.

Ключевые слова: *информационная безопасность, резервное копирование, атаки, целостность файлов, обновление, антивирус, сайт, промышленное предприятие*

Сайты промышленных предприятий очень часто подвергаются кибератакам, целью которых является временно парализовать деятельность организации (или усложнить ее), принести материальный ущерб организации, кража конфиденциальных данных (для последующей перепродажи, шантажа, конкурентной борьбы) [1]. Обычно сайт организации представляет собой не простой «сайт-визитку», а сложную систему, включающую внутренний документооборот, служебные чаты, корпоративную электронную почту и т.д. Поэтому обеспечение безопасности подобных информационных систем является серьезной, сложной и важной задачей.

В настоящей работе анализируются несколько дополнительных способов улучшения информационной безопасности, а также предлагается новый подход к решению данной задачи.

1. Правильный выбор и обновление ПО. Программное обеспечение (ПО) необходимо выбирать в зависимости от определенных параметров. На наш взгляд среди наиболее важных являются: распространенность в конкретной сфере, а также наличие долгосрочной работы на рынке и техническое сопровождение продукта. Развитие программ, особенно решений в области защиты данных – это постоянный процесс, если он остановился, значит разработчики уже отстали от других и упустили новые технические моменты, возникшие в отрасли кибербезопасности за время их простоя. [2]. Выбирая массовую программу или программу с хорошей и полноценной технической поддержкой, мы с большей вероятностью получим полноценную защиту своих данных или быстрое решение по устранению брешей безопасности.

2. Проверка и защита от DDOS атак. Одним из способов прервать работу сайта и, возможно, получить несанкционированный доступ к данным является осуществление атаки DOS или DDOS [3]. Такие атаки можно преречь, например, с помощью специализированных программных и аппаратных фильтров трафика, сетевого доступа, которые блокируют подозрительные заходы на сайт. Данную проблему можно решить также с помощью расширения каналов связи и широкой разветвленности дата центров, но данное решение не будет оптимальным для средних и малых фирм, предприятий.

Также стоит обратить внимание на разницу в работе и возможностях программных и аппаратных решений. Считается, что аппаратные решения лучше и качественнее отсекают нежелательные запросы и активнее, проще контролируют распределение трафика как из внешних источников, так и внутри локальной сети. Их потенциал ограничен лишь мощностью центрального процессора, который на порядок ниже чем у любого современного ЭВМ или моноблока. Однако, это все равно позволяет решать, стоящие перед ним задачи. Кроме того, если аппаратная защита будет разрушена, выйдет из строя, то локальная сеть с высокой долей вероятности не пострадает, так как отключение внешнего аппаратного решения может даже разрушить саму локальную сеть, но при этом предотвратит вообще какой-либо доступ из вне. Программное решение может «зависнуть», пропустить нежелательный трафик и не защитит в полном объеме и сервер, и компьютеры локальной сети. К тому же подобное ПО почти всегда работает медленнее аппаратных решений, отнимает много больше ресурсов ЭВМ и обычно сложны в программном обслуживании и расширении возможностей за счет симбиоза технологий, хотя бы тем, что обычно создают виртуальную сетевую карту, соединенную цифровым способом с основной сетевой картой цифровым соединением типа «мост».

3. WEB-антивирусы. Существуют файловые антивирусы для персональных компьютеров [4,5], но также в последнее время появилось похожее программное обеспечение для Интернет-сайтов. Их работа заключается в

том, что автоматически или вручную запускается скрипт, который обходит все файлы на сервере и проверяет их на наличие вирусов. Однако такой подход при реализации на промышленных и иных предприятиях, особенно секторных является потенциально неблагоприятным. Так как не всегда известно, что делает это программное обеспечение, и может само по себе являться программой-шпионом, а также наличие дополнительного ПО (скриптов) образует дополнительные потенциальные дыры в системе безопасности. К тому же, данный существенно повышает нагрузку на сервер. Поэтому был разработан метод сравнения файлов, о котором будет идти речь далее.

4. Проверка целостности файлов. Относительно новым подходом к обеспечению большей информационной безопасности является проверка целостности файлов, которая подразумевает сравнение контрольных сумм файлов [6]. Сущность метода заключается в том, что на сайте или в информационной системе есть административная часть или любые другие файлы, которые редко подвергаются изменениям, или не подвергаются вовсе. Такие файлы можно проверять на то, изменились ли они или нет, если изменились – то произошел либо сбой, либо внедрен вредоносный программный код. Подход основывается на сравнении контрольных сумм файлов на сервере, с контрольными суммами исходных файлов. Для реализации способа требуется периодически запускать скрипт, который и проводит сравнение, и в случае несовпадения сигнализирует об ошибке. Это приводит к повышению нагрузки на сервер, но значительно меньшему нежели полноценные WEB-антивирусы. К недостатку метода можно отнести невозможность проверки баз данных, а также файлов, которые часто меняются или тех, что добавляются в качестве новых. Но как первичный метод защиты проверка контрольных сумм позволит повысить безопасность.

Таким образом, существует большое количество методов, однако в каждой конкретной ситуации требуется комплексный анализ информационной системы и объекта защиты для выявления слабых сторон и определения лучших способов и комплексных мер для обеспечения безопасности, к тому же не стоит забывать о резервном копировании файлов и баз данных [7], которое частично уменьшит последствия нарушения безопасности сайта.

Список использованных источников.

1. Яковлев, Б. С. Методы повышения информационной безопасности и защиты данных / Б. С. Яковлев, С. С. Яковлев // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации : сборник статей LIV Международной научно-практической конференции, Пенза, 15 марта 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение, 2022. – С. 48-50.

2. Плахина, Е. А. Разработка схемы тестирования программного обеспечения / Е. А. Плахина // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2021. – № 9. – С. 274-276.

3. Добрышин, М. М. Предложения по защите узлов компьютерных сетей от DDOS-атак за счет управления количеством предоставляемых услуг связи абонентам / М. М. Добрышин, А. А. Горшков, Д. С. Горбуля // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2019. – № 10. – С. 349-355.

4. Афанасьева, Д. В. Сравнительный анализ антивирусного программного обеспечения / Д. В. Афанасьева // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2021. – № 5. – С. 216-218.

5. Босова, Е. Д. Защита от вредоносного программного обеспечения с помощью комплекса легитимных программных продуктов / Е. Д. Босова, В. А. Селищев // Известия Тульского государственного университета. Технические науки. – 2020. – № 3. – С. 3-10.

6. Proskuriakov, N. E. The improving of the effectiveness of the technology of verification of websites in the Internet / N. E. Proskuriakov, B. S. Yakovlev // 2016 Dynamics of Systems, Mechanisms and Machines, Dynamics 2016, Omsk, 15–17 ноября 2016 года. – Omsk, 2016. – P. 7819066. – DOI 10.1109/Dynamics.2016.7819066.

7. Яковлев, Б. С. Методики хранения и восстановления данных на основе систем резервного копирования / Б. С. Яковлев, С. С. Яковлев // Лучшая исследовательская работа 2022 : сборник статей IV Международного научно-исследовательского конкурса, Пенза, 05 апреля 2022 года. – Пенза: Наука и Просвещение, 2022. – С. 23-26.

OPPORTUNITIES FOR INCREASING THE INFORMATION SECURITY OF THE SITES OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

B.S. Yakovlev, S.S. Yakovlev

*Tula State University,
Tula, Russia*

In modern realities, the issue of information security is very acute, this work will present some methods for improving information security for sites of industrial enterprises with an analysis of each of them.

Keywords: *information security, backup, attacks, file integrity, update, antivirus, site, industrial enterprise*

УДК 656.11

ПРОБЛЕМЫ И ТРУДНОСТИ ВЫХОДА ЗА ГРАНИЦУ КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Чжао Янань

*Российский университет дружбы народов,
г. Москва, Россия*

Экономическое развитие в мире замедлилось. Из-за насыщения внутреннего рынка, снижения спроса и протекционизма в международной торговле условия международной торговли продолжают ухудшаться, а экономическая глобализация сталкивается с проблемами. Тем не менее перед растущим давлением внутренней конкуренции многие предприятия ориентируются на зарубежные рынки. Инвестиционная деятельность транснациональных предприятий, слияний и поглощений растет день ото дня, и они стали важной частью

мировой экономики. В последние годы все больше и больше китайских предприятий выбирают стратегию «выход за границу», однако не все предприятия, инвестирующие за границу, добились успеха, и предприятия также сталкивались с различными проблемами в процессе зарубежных инвестиций. В данной статье анализируются неудачи китайских предприятий в зарубежных инвестиционных стратегиях, анализируются причины и на этой основе выдвигаются разумные решения.

Ключевые слова: стратегия «выход за границу», зарубежные инвестиции, собственный бренд предприятия, оценка рисков, локализация, управление человеческими ресурсами, корпоративная социальная ответственность

С 1990-х годов развитие глобальной политики, экономики, науки и технологий изменило среду, в которой компании конкурируют в глобальном масштабе, и начал формироваться настоящий глобальный рынок. Перед лицом быстро формирующегося мирового рынка и тенденции экономической глобализации, чтобы решить проблему избыточных внутренних производственных мощностей предприятий, между тем их продукция имеет рынок сбыта в зарубежных странах. Некоторые крупные предприятия начали смещать потребительский рынок с внутреннего на международный, инвестируя и работая за границей. С точки зрения собственных потребностей развития компании зарубежные инвестиции способствуют полному использованию свободных денежных средств (активов) компании и повышению эффективности использования денежных средств. За счет инвестиций за границу материальные ресурсы могут быть эксплуатированы в других местах или за границей, чтобы обеспечить низкую стоимость и стабильное снабжение предприятия энергией и источниками материалов, а также лучше решить проблему недостаточности в поставке тех или иных ресурсов в производстве и деятельности предприятий. Это может открыть новые рынки сбыта для предприятий и расширить масштабы продаж. Используя метод холдинговых инвестиций, предприятие может реализовать цель расширения предприятия с меньшим капиталом. Инвестиции за границей являются важным способом получения экономической информации. При проведении обследования и изучения по инвестициям за границей, переговоров о совместном предприятии, строительства и управления инвестиционным проектом можно использовать различные каналы и благоприятные условия для своевременного сбора различными информациями, полезными для предприятия. С точки зрения национального макроэкономического развития межнациональные инвестиции и межнациональное хозяйственное предприятий имеют макроскопическое влияние и стратегическое значение для долгосрочного развития страны, что помогает улучшить статус страны в мировой экономике, стремиться к более ресурсов в международном распределении, и улучшение отношений между странами и регионами.

Типы зарубежных инвестиций китайских предприятий. Со стороны чистых прямых иностранных инвестиций, валовых чистых иностранных инвестиций и потоков, китайские компании все чаще используют метод

прямых иностранных инвестиций. По методу инвестирования его можно разделить на “прямые иностранные инвестиции”, “иностранное слияния и поглощения” и “иностранное контрактные проекты”. В 2021 году общестраслевые прямые инвестиции Китая составляют 145,19 млрд долларов США, увеличившись в годовом исчислении на 9.2%. Нефинансовые прямые иностранные инвестиции (ODI) составляют 113,64 млрд долларов США, увеличившись в годовом исчислении на 3.2%. Общая стоимость зарубежных слияний и поглощений (M&A), объявленных китайскими компаниями в 2021 году составляет 57 миллиардов долларов США, увеличившись на 19% в годовом исчислении, но все же снизившись на 28% по сравнению с 2019 годом. Объявленные сделки составляет 516 кол-во, что на 4% меньше по сравнению с прошлым годом, что является самым низким показателем за семь лет.

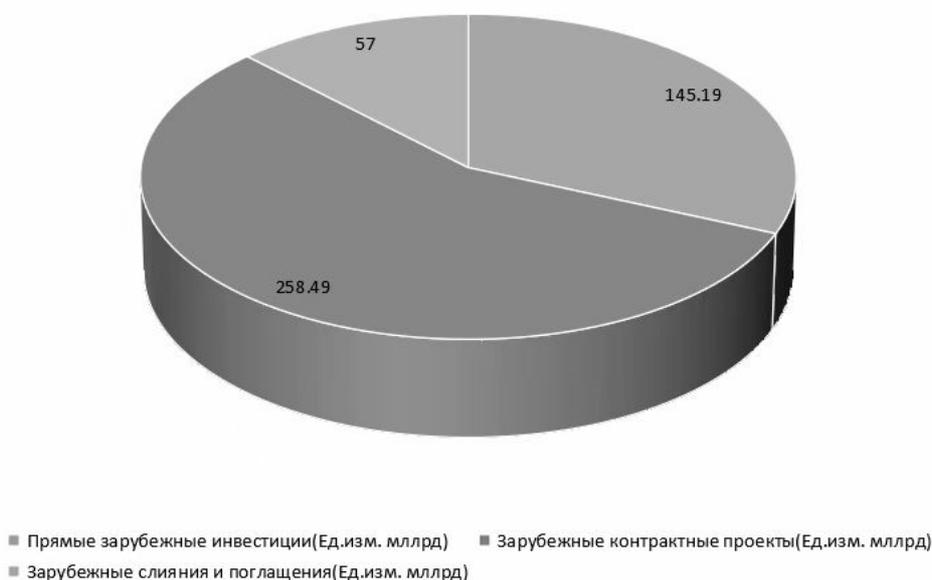


Рисунок 1-Общая стоимость зарубежных инвестиций общестраслевых китайских предприятий в 2021 г.¹

Азия является континентом с наибольшим количеством сделок по слиянию и поглощению, объявленных в этом году, с годовым увеличением на 85%, что составляет 46% от общей суммы, а количество крупных проектов значительно увеличилось по сравнению с 2020 годом. континент с наибольшим количеством сделок по слиянию и поглощению, объявленных в этом году,. По стоимости сделки в этом году в пятерку самых популярных стран для инвестиций входят Сингапур, США, Южная Корея, Нидерланды и Индонезия. Сумма новых подписанных зарубежных подрядных контрактных проектов(ЕРС) составила 258,49 млрд долларов США, увеличившись на

¹ Составлено автором по: [1]

1,2% в годовом исчислении, а количество крупных проектов в области зарубежных подрядных контрактов на перевозки увеличилось.¹

Основные проблемы и трудности выхода за границу китайских предприятий:

Различия в культуре. Из-за недостаточности предварительных исследований некоторые инвестиционные компании часто игнорируют местные культурные особенности при проведении анализа инвестиционного позиционирования. В результате культурных различий более позднем этапе инвестиций и эксплуатации управление высшего руководства отличается, что приводит к корпоративным культурным конфликтам. Непонимание немецких законов и систем, благоприятная система социального обеспечения в Европе и вытекающая из этого форма работы привели к низкой конкурентоспособности подразделения мобильных телефонов Siemens, а высокая заработная плата, льготы и другие расходы, несомненно, являются тяжелым бременем для предприятия VenQ. Однако сокращение рабочих мест в VenQ Mobile в Германии было заблокировано сопротивлением профсоюзов. С точки зрения корпоративной культуры предприятие VenQ — типичное восточное предприятие, относящееся к Реактивной культуре, а Siemens — западная корпоративная культура — Моноактивная, которая делает акцент на индивидуализме и взаимоотношении предприятия и общества, поэтому больше внимания уделяет сотрудникам льготы и защиту прав. В результате того, что система управления и эксплуатации предприятием совершенно разные, сталкиваясь с многочисленными препятствиями на пути интеграции с немецкими дочерними компаниями, что вызывает много проблем и ускоряет провал слияния и поглощения.

Политические риски и гражданская война принимающей страны. В дополнение к общим деловым рискам инвестиционных неудач, вызванных проблемами в собственных деятельности и ошибками в принятии решений трансграничных инвестиционных предприятий, существует также большое количество случаев неудач, вызванных соответствующими факторами на национальном уровне принимающей страны. В феврале 2011 года в Ливии вспыхнули гражданские беспорядки, быстро переросшие в масштабный вооруженный конфликт. Смута, длившаяся восемь месяцев, вызвала огромные потрясения и убытки для китайских предприятий в Ливии. Война затронула более 50 крупных подрядных проектов китайских предприятий в Ливии на сумму до 18,8 млрд долларов США. Риск невелик, но ущерб, причиненный вспышкой, серьезен. Острые этнические и религиозные конфликты, серьезная поляризация между богатыми и бедными, чувствительность геополитики — характеристики страны с высоким уровнем войн и внутренних беспорядков.

Верховенство закона несовершенно. Несовершенный правопорядок чаще всего встречается в развивающихся странах, а к его специфическим проявлениям в основном относятся: во-первых, отсутствие или нечеткость соответствующих законов и нормативных актов, что приводит к чрезмер-

ному произволу правоохранительных органов. Приостановление китайского проекта Cancun Dragon City в Мексике департаментом охраны окружающей среды в значительной степени связано с несовершенной правовой системой в Мексике. Во-вторых, авторитет закона недостаточен, и в значительной степени на него влияют политическая борьба и изменения политики, а соответствующие положения изменчивы. Законодательство, касающееся горнодобывающей промышленности Монголии, часто меняется. После 2010г. под влиянием ресурсного протекционизма правительство Монголии постепенно ужесточило соответствующую политику и отозвало некоторые лицензии на добычу полезных ископаемых. В 2012 году парламент Монголии обнародовал Закон о координации стратегических областей иностранных инвестиций, в котором минеральные ресурсы определяются как стратегическая область и налагаются ограничения на иностранные инвестиции. Из-за влияния протекционистских настроений местного населения и партийной борьбы законодательство, касающееся горнодобывающей промышленности, часто менялось. Точно так же проект китайского предприятия по строительству питьевой бутилированной воды для экспорта в Китай на берегу Байкала вызвал редкую волну оппозиции в России. Было собрано более миллиона подписей российского частного сектора. Областной суд Сибири постановил заморозить проект. Алексей Азалов, представитель российской компании «Акова-Сибер», которая работает с Китаем, рассказал АРР, что поначалу против проекта никто не выступал. Они прошли все проверки и были лицензированы властями. Председатель комитета Законодательного собрания Иркутской области по законодательству о природопользовании, экологии и сельском хозяйстве Роман Габов сообщил работнику российского спутникового телеканала «360», что решение о строительстве завода приняли давно и проект прошел все положенные согласования в федеральных органах власти. Никто, уверяет депутат, не разрешил бы строить такой завод на территории природоохранной зоны без подробного обоснования и законных оснований.

Валютный риск. С ослаблением валютного контроля во всем мире валютный риск имеет тенденцию к ослаблению. С 2000 года ослабление валютных ограничений и контроля за обменным курсом стало тенденцией развития, поэтому по сравнению с предыдущим периодом возникновения валютных рисков стало меньше. Но это не означает, что зарубежные инвесторы могут игнорировать валютный риск. Поскольку в большинстве стран по-прежнему применяется управляемая система плавающего обменного курса, в условиях возросшего давления по-прежнему можно принимать меры по контролю за обменным курсом. Например, из-за российско-украинской войны западные страны ввели санкции против России, рубль по отношению к доллару и евро резко упал, а западные санкции вызвали большое количество бегства капитала. Валютные резервы находятся под огромным давлением, и были приняты валютные ограничения. Китайские инвесторы в России столкнулись с разной степенью сложности при обмене валюты и ре-

патриации денежных средств, среди которых больше всего пострадали инвесторы в торговом и розничном секторах. Страна, которая сильно зависит от экспорта однородной продукции для получения дохода в иностранной валюте, имеет более высокий потенциальный валютный риск. В нынешних условиях нам необходимо обратить пристальное внимание на валютные риски инвестируемых стран: во-первых, в контексте ослабления мировых цен на сырьевые товары страны, чей доход в иностранной валюте в основном зависит от экспорта однородной продукции. Во-вторых, в ожидании повышения процентных ставок Федеральной резервной системой может произойти значительный отток капитала из инвестируемой страны.

Гражданская оппозиция. Медный рудник Лайпутанг в Мьянме является крупнейшим гидрометаллургическим проектом по выплавке меди в Азии, и его фундамент был заложен в марте 2012 года. Первоначально против проекта выступили местные жители и экологические группы. Основные причины возражений жителей: строительство объекта может нанести огромный ущерб местной окружающей среде, а китайские предприятия захватывают местные ресурсы и т.д. Из-за сопротивления местных жителей проект несколько раз приостанавливался с начала строительства до начала 2015 года. Помимо упомянутого выше проекта по строительству откачки воды на берегу Байкала, за исключением несовершенства местного правопорядка, еще одним немаловажным фактором являются антикитайские настроения местных жителей. Влияния народной оппозиции или гражданских организаций на зарубежные инвестиции в основном сосредоточено в развитых странах. Имея дело с оппозицией со стороны населения, от самого предприятия в основном зависит уделять внимание созданию собственного имиджа в процессе управления деятельностью и правильно выстраивать отношения с народными, профсоюзными организациями и местными жителями. В процессе зарубежных инвестиций и операций китайские предприятия в определенной степени сохраняют привычку и способ в Китае, то есть сосредотачиваясь на общении с правительством принимающей страны и игнорируя общение с местными жителями.

Решения и предложения

Со стороны инвестиционных предприятия:

1) Оценка риска перед инвестированием. Прежде чем сделать первые инвестиции, необходимо полностью понять инфраструктуру, налогообложение, стоимость рабочей силы и сложность строительства инвестиционного проекта в принимающей стране, провести полную и точную оценку стоимости. Нанять местную профессиональную организацию венчурной операции для проведения оценки проекта. Глубоко изучать местные законы и правил, а также соответствующие национальные политики для инвестиционных проектов.

2) Следовать местным обычаям, и соблюдать международные конвенции и общепринятые практики. Следовать двум золотым правилам международной торговли. Как говорится, что в чужой монастырь со своим уставом не ходят.

3) Укреплять связь с другими предприятиями и обмениваться информацией об инвестиционных рисках. Цао Деванг, основатель и председатель Fuyao Glass Industry Group отметил на форуме: "Китайские компании, выходящие на мировой рынок, представляют имидж страны. Во-первых, они должны осознавать и понимать риски, во-вторых, они должны иметь чувство ответственности и обратить внимание к корпоративной социальной ответственности, в-третьих Должно быть чувство миссии, и все отрасли по всей стране научатся делиться информацией и идеями."²

4) Осуществлять управление локализацией, нанять международных специалистов и реформировать управление человеческими ресурсами. Во-первых, продвигать процесс «локализации» предприятий и интегрировать корпоративную культуру. После приобретения и слияния предприятия за границей как можно максимально сохранить структуры персонала предыдущего предприятия и обратить внимание на интеграцию культурных различий. Когда компания Zoomlion приобрела CIFA, она пообещала не увольнять персонал и не заменять местную управленческую команду. Сосредоточив внимание на внутренней культурной интеграции предприятия для сохранения местных сотрудников, компания успешно интегрировала межкультурные разнородные ресурсы CIFA. С другой стороны, предприятия должны также усилить локализацию своих сотрудников. Например, создание «Административного колледжа» или «Центра подготовки менеджмента» для ускорения развития профессиональных сотрудников, а также проведение обучения для партнеров, поставщиков, дистрибьюторов, клиентов и местных должностных лиц в местах инвестирования, чтобы лучше понять корпоративную культуру предприятий. Исследования показывают, что интернационализация команды высшего руководства является необходимым условием для обеспечения реализации стратегии интернационализации предприятий, чтобы избавиться от ограничений региональной узкой концепции и установить эффективное глобальное видение. В то же время совет директоров имеет больше знаний, навыков и информации, связанных с интернационализацией, и тратит больше времени на участие в стратегии интернационализации, что полезно для международной деятельности и управления компании. Во-вторых, интернационализация управления человеческими ресурсами. Внедрение международных профессиональных специалистов неизбежно повлечет за собой проблему реформирования управления человеческими ресурсами. Существуют уровни заработной платы на китайских предприятиях и стандарты заработной платы в системе, но этот стандарт должен обновляться с учетом изменений на международном рынке. При наборе профессиональных специалистов в Китае необходимо ссылаться на международную оценку специалистов, а не только на «китайские стандарты».³

5) Улучшение создания сознательности корпоративной социальной ответственности, установление корпоративный имиджа. Для обеспечения реализации стратегии “Выход за границу” китайскими предприяти-

ями нуждается в том, чтобы правительство помогало предприятиям выполнять социальные обязательства за границей. Например, выдвигая четкие предложения и требования, выпуская руководящие документы и усиливая обучение корпоративной социальной ответственности, они могут помочь ознакомиться с международными правилами и улучшить их осознание социальной ответственности за рубежом. Предприятия должны избегать преследования только краткосрочных интересов, игнорируя при этом долгосрочные интересы в своей деятельности, особенно в процессе транснациональных инвестиций. При прямых инвестициях за границей предприятия должны выбирать долгосрочную стратегию выживания и развития, которая выгодна им самим, и уделять больше внимания способности предприятий продолжать расти в будущем. В условиях рыночной экономики имидж бренда компании также является важным отражением ее конкурентоспособности. Соответствующие компании могут формировать хорошее впечатление на рынке, инвестируя в международные социальные проекты, такие как образование, научные исследования, здравоохранение и т. д., популяризируя собственные концепции ценностей, и лучше интегрировать продвижение своих продуктов и услуг на мировой рынок.⁴

б) Реализация стратегии “Создание собственного бренда” и “Продвижения технологий” за границей. По мере реализации стратегии развития торговли с помощью науки и техники, технологических инноваций и модернизации продукции, в дополнение к экспорту товаров и капитала, экспорт технологий и создание отечественных зарубежных брендов все чаще становятся важной целью для «Выхода за границу» Китая. Образец китайской «технологии, выходящей на мировой уровень» — предприятие Huawei Technologies Co., Ltd. Huawei Technologies Co., Ltd. — частное предприятие, занимающееся телекоммуникациями, которое производит и продает коммуникационное оборудование. Являясь ведущим мировым поставщиком телекоммуникационных решений, Huawei активно внедряет зарубежные исследования и разработки в области технологий и имеет большой опыт экспорта технологий в области мобильных, широкополосных, IP, оптических сетей, сетевой энергии, телекоммуникационных услуг с добавленной стоимостью и терминальных устройств. В настоящее время в Huawei работает более 170 000 сотрудников, а ее продукты и решения используются более чем в 170 странах мира, обслуживая 45 из 50 крупнейших мировых операторов и треть населения мира. «Beijing ByteDance Technology Co., Ltd.» — успешный пример выхода китайских брендов на мировой рынок. Согласно отчету APР Annie «Состояние мобильного Интернета 2020», Tik Tok занимает шестое место среди пользователей со всего мира в рейтинге приложений по количеству пользователей. По состоянию на 2020 год ByteDance присутствует в 30 странах, более чем в 180 городах и имеет более 60 000 сотрудников. Кроме того, «Shenzhen Transsion Holdings Co., Ltd.», основанная в 2013 году, в основном развивается на зарубежных рынках. В 2020 году доля компании

на рынке смартфонов в Африке превышает 40%, и она занимает первое место на африканском рынке смартфонов. Занимает первое место на рынках смартфонов Пакистана и Бангладеш.⁵

7) Расчет в юанях КНР. При подписании контрактов предприятия должны согласиться номинировать и платить как можно больше в международной валюте или юанях, что может частично избежать валютных рисков. Предприятие может в определенной степени снизить валютный риск принимающей страны, подписав соглашение о валютном свопе с принимающей страной. В 2020 году Банк Китая провел исследование рынка использования юаня отечественными и зарубежными промышленными и коммерческими предприятиями и финансовыми учреждениями, охватив почти 3300 выборок, в том числе около 2500 отечественных предприятий и около 800 зарубежных предприятий, а также 32 зарубежных промышленных и коммерческих предприятия были опрошены предприятия страны и региона. Опрос показывает, что около 78,1% опрошенных иностранных промышленных и коммерческих предприятий заявили, что, когда ликвидность международных валют, таких как доллар США и евро, относительно ограничена, они будут рассматривать юани в качестве валюты финансирования.⁶

Со стороны национальных правительств могут помочь компаниям справиться с рисками принимающей страны следующими способами:

1) Активно продвигать переговоры об инвестиционных соглашениях со странами-инвесторами, и государство может выдвигать предложения по требованиям предприятий в ходе переговоров и создавать благоприятные условия для предприятий, чтобы они могли выходить на международный рынок и инвестировать. С международной точки зрения «выход за границу» предприятий неотделим от поддержки национальной политики. В 1970-х годах, чтобы стимулировать выход предприятий на международный рынок, японское правительство значительно ослабило требования регулирующих органов и ввело комплексную систему продвижения. Подобно мерам, принятым японским правительством, для поддержки инвестиций предприятий страны за рубежом после Второй мировой войны, в дополнение к оказанию дипломатической поддержки и налоговых льгот, Соединенные Штаты также предоставили финансовую поддержку, такую как кредиты для зарубежных инвестиций предприятий через Экспортно-импортный банк США. Сегодня стратегия «Один путь, один пояс», предложенная председателем КНР Си Цзиньпином, открыла новые возможности для дальнейшего развития китайских предприятий на зарубежных рынках, а 40-миллиардный фонд «Шелковый путь» оказал финансовую поддержку этой стратегии.

2) Национальное правительство и посольства за рубежом помогают в создании платформы для облегчения связи между китайскими предприятиями и местными государственными органами, чтобы вовремя получить информации об изменениях местной политики и выразить корпоративные тре-

бования. Максимально использовать зарубежные офисы, чтобы предоставить инвесторам более полную информацию об среде ведения бизнеса принимающей страны.

3) Содействие в создании «Ассоциации по сотрудничеству с иностранными инвестициями», предоставление консультационных услуг и содействие легализации, стандартизации и коммерциализации зарубежных инвестиций и деятельности по сотрудничеству; рекомендации зарубежных инвестиционных проектов, представление инвестиционных и финансовых партнеров, расширение каналов инвестиций и финансирования, а также предоставление услуги прогнозу рынка, анализу; помощь предприятиям создавать механизм предотвращения рисков для зарубежных инвестиций; организация обучения и проверки проектов; установка сетей контактов между членами ассоциации, осуществление обмена информацией и в полной мере исполнять роль связующего звена между правительством и предприятиями.

4) Создание и совершенствование национального механизма компенсации рисков. Например, создание системы страхования зарубежных инвестиций в определенной степени уменьшит влияние некоммерческих рисков на трансграничных инвесторов. Направлять и поощрять соответствующие учреждения к усилению национальных исследований рисков и оценке исследований и разработок продуктов. С реализацией стратегии «Один пояс, один путь» все больше и больше частных малых и средних предприятий вступают в ряды «Выхода за границу», однако из-за их относительно ограниченных научно-исследовательских способностей и финансовых ресурсов им трудно создать полную систему внутренней оценки инвестиционных рисков. Правительство может поощрять соответствующие учреждения и направлять их к усилению исследований рисков посредством соответствующих мер, чтобы оказать им поддержку в выходе за границу. Реформировать и усовершенствовать судебную систему по гражданским и коммерческим делам, связанным с иностранными делами, повысить эффективность и качество разрешения споров в делах, связанных с иностранными делами, и обеспечить сильную юридическую поддержку китайских предприятий для разрешения гражданских и коммерческих споров, связанных с иностранными делами.

Заключение: Глобализация — неизбежное направление развития человечества, а развитие зарубежного бизнеса — правильный путь для предприятий. При реализации стратегии «выход за границу» предприятия должны уделять внимание предварительным исследованиям, глубокому пониманию местных культурных обычаев, государственной политики, законов и правил инвестируемого государства, прогнозировать инвестиционные риски и формулировать планы их предотвращения. Что касается развития направления бизнеса, мы должны укреплять наши сильные стороны и избегать слабые, а также улучшать наши способности в области инноваций и НИОКР. Правительству следует создать совершенный механизм, обеспечивающий эффективную платформу и канал для отечественных предприятий, чтобы они могли выйти на мировой рынок. В целях развития национальной

экономики и расширения международного рынка правительства и частные предприятия должны укреплять связи, путем создания зон свободной торговли, ассоциаций международного сотрудничества и других учреждений, а также формулирования единых внутренних стандартов международной торговли в целях облучения торговой барьеры, упрощения процедуры проверки документов, ускорения развития инвестиционной деятельности.

Список использованных источников.

1. Zhaomei Zhou. Обзор инвестиции выхода из Китая 2021/ Ernst&Young, China. -2022. -с.2
2. Lin Zhang. Международное развитие китайских предприятий: ценность и значимость для предприятий/ China Net. -2014
3. «Отчет о глобализации китайских предприятий (2016 г.)» / China and Globalization Think Tank (CCG). -2016
4. Hanyu Wang. Анализ мотивов и стратегий прямых инвестиций китайских предприятий на примере Huawei/ HANYU WANG, YANXIANG FAN//Market Modernization Magazine.-2020.-№14(923).-С.66
5. Minyi Zheng. Отчет об исследовании выхода китайских брендов за границу в 2021 году/ Leadleo.com.-2021)
6. Отчет интернационализации юаня за 2021г/ Народный банк Китая. -2021.- С.40-41

PROBLEMS AND DIFFICULTIES OF GOING ABROAD FOR CHINESE ENTERPRISES

Zhao Yanan

*Peoples' Friendship University of Russia,
Moscow, Russia*

Economic development in the world has slowed down. Due to the saturation of the domestic market, declining demand and protectionism in international trade, the terms of international trade continue to deteriorate, and economic globalization is facing challenges. However, in the face of the growing pressure of domestic competition, many enterprises are targeting foreign markets. The investment activities of multinational enterprises, mergers and acquisitions are increasing day by day, and they have become an important part of the global economy. In recent years, more and more Chinese enterprises are choosing the "going abroad" strategy, however, not all enterprises investing abroad have been successful, and enterprises have also encountered various problems in the process of overseas investment. This article analyzes the failures of Chinese enterprises in foreign investment strategies, analyzes the reasons, and puts forward reasonable solutions on this basis.

Key words: *"going abroad" strategy, foreign investment, enterprise's own brand, risk assessment, localization, human resource management, corporate social responsibility*

СОДЕРЖАНИЕ

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Д.Э. Абдурафиева, Э.Ф. Хузиева	3
К ВОПРОСУ О ЗНАЧИМОСТИ И ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ НИЗКОУГЛЕРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ А.А. Антипина, А.А. Фильчак	6
МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ Д.А. Ануфриев, О.Н. Пушкарев	11
СБАЛАНСИРОВАННОСТЬ ДЕТЕРМИНАНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ А.А. Арошидзе	14
ИМИТАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ В ПРОЕКТ EXPERT Д.М. Баркова, М.А.Полякова	17
ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ТОРГОВОЙ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ ТЕКУЧЕСТИ КАДРОВ Ю.А. Бачек, Н.А. Анисимова, А.А. Полежаева	20
АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ Н. В. Беляев, С.В. Кунев.....	23
ДЕЛОВАЯ РАЗВЕДКА КАК УСЛОВИЕ СНИЖЕНИЯ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ОРГАНИЗАЦИИ Н. В. Беляев, С.В. Кунев.....	26
К ВОПРОСУ ОБ ИНФРАСТРУКТУРЕ ПОДДЕРЖКИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ Н. В. Беляев, С.В. Кунев.....	29
ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ И ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МОРДОВИЯ Н. В. Беляев, С.В. Кунев.....	33
УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ В ПРОЦЕССЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Р. И. Бикбулатов, О. Н. Пушкарев	36
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА К.А. Воронина	40
ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ С.И. Гимадиев, О.Н. Пушкарев	46
ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С.В. Губарьков	49
КОНТРОЛЬ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ ПРИ ОБСЛУЖИВАНИИ АВТОМОБИЛЯ В.Г. Доронкин, А.А. Красильникова, А.М. Турсунов.....	53
ВЛИЯНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ СТРУКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ НА УПРАВЛЕНИЕ БЮДЖЕТНЫМ ПРОЦЕССОМ Л.Э. Дубаневич.....	56
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Т.А. Еремеев, О.Н. Пушкарев.....	60
ФАКТОРЫ ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ НАДЁЖНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА СВАЙНЫХ РАБОТ О.А. Залипаева	63

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ С УЧЕТОМ ИХ ПРОЦЕССНОЙ ЗРЕЛОСТИ	
И.Н. Зарецкий, В.В. Беспалова	66
ВЫЯВЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ РЕЗЕРВОВ КРЕСТЬЯНСКОГО (ФЕРМЕРСКОГО) ХОЗЯЙСТВА	
В.А. Заседкина.....	69
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СКЛАДСКИХ КОМПЛЕКСОВ	
Д.М. Иванов.....	72
УРОВЕНЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВОКУПНЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Т.Г. Косенко, Д.А. Коновалова.....	77
ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО ПРОИЗВОДСТВА	
Т.Г. Косенко, А.Н. Пометельникова	80
ПРОБЛЕМА АДАПТАЦИИ МОЛОДОГО СПЕЦИАЛИСТА В РАЗЛИЧНЫХ СФЕРАХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
Н.М. Кувичкин, А.А. Попидченко	83
ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА	
Н.М. Кувичкин, И. О. Петунин	88
ОХРАНА ЗДОРОВЬЯ СОТРУДНИКОВ КАК ЭЛЕМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
С.В. Кусов.....	93
УРОВЕНЬ ЦЕН И СПРОС В КАРДИНАЛИСТСКОЙ ТЕОРИИ И ТЕОРИИ МАРКСА	
В.М. Мелкумян	97
РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА	
Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко	107
ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ЦЕННОСТИ: ПРИМЕР ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ООО «КОМУС»	
Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко	110
СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ	
Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко	113
СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В ЕВРОПЕЙСКОМ МЕНЕДЖМЕНТЕ	
Ю.В. Милованова, Т.В. Петренко	116
МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Д.П. Миронова, О.Н. Пушкарев	119
СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ОХРАНОЙ ТРУДА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ	
А.В. Митрюшина, Е.Ю. Нарусова, Н.Б. Фомина.....	121
ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	
В. В. Михайловский.....	124
ХАРАКТЕРИСТИКА СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19	
М. А. Морданов.....	127
ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
Э.Д. Муниров, О.Н. Пушкарев	132
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «ЗАРЯ ДОНА»	
В. М. Назаренко	136
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ХОЛДИНГОВ	
А.А. Оботнина.....	139
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	
С.И. Пентегов, Д.В. Владимиров	142
КОНЦЕПЦИЯ РАЗВИТИЯ ЛЕСОЗАГОТОВКИ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ	
С.И. Пентегов, В.Е. Заморская	146

ОРГАНИЗАЦИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ РАБОЧИХ МЕСТ ПРИ РАБОТЕ НА ВЕРХНЕМ СКЛАДЕ В СИСТЕМЕ УИС С.И. Пентегов, А.С.Полякова	149
РОЛЬ РЕКЛАМЫ В КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЯХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ С.Г. Сафонова, К.С. Тищенко.....	153
ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ЦЕННИКОВ НА ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ А.М. Скобина	157
ПРОБЛЕМЫ ТРУДА И УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Р.Е. Стукало, О.Н. Пушкарев	161
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Н.Ф. Тазеев, О.Н. Пушкарев	164
РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА О.И. Уланова	167
МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УГОЛОВНО-ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ Н. И. Улендеева.....	170
СЕТЕВАЯ МОДЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ СОТРУДНИКОВ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ФОРМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Н. И. Улендеева.....	173
ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ КУРСАНТОВ ВЕДОМСТВЕННЫХ ВУЗОВ КАК СПОСОБНОСТИ К УПРАВЛЕНИЮ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ СТРУКТУРАМИ ПЕНИТЕНЦИАРНОЙ СИСТЕМЫ Н. И. Улендеева.....	176
ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАТЕГОРИЙ ПОМЕЩЕНИЙ ДЛЯ ХРАНЕНИЯ ГАЗОВ И ЛЕГКОВОСПЛАМЕНЯЮЩИХСЯ ЖИДКОСТЕЙ ПО ВЗРЫВОПОЖАРНОЙ ОПАСНОСТИ И.М. Учаева, М.С. Долганов.....	179
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ Р.А. Шарифуллина, О.Н. Пушкарев.....	182
РАЗВИТИЕ АПК В РОССИИ НА ФОНЕ ВВЕДЁННЫХ САНКЦИЙ М.С. Шейхова, В.С. Зуйкин, Т. С. Шаталова.....	186
ПОВЫШЕНИЕ ЭКОЛОГИЧНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЛИСТОШТАМПОВОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА А.А. Шишкина	189
СПОСОБЫ ПОВЫШЕНИЯ ОБЪЁМА ПРОДАЖ С.Д. Шкурпит, О.Н. Пушкарёв.....	192
НОВЫЙ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБЫ РИФЛЕНИЯ С.С. Яковлев.....	195
ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ САЙТОВ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Б.С. Яковлев, С.С. Яковлев.....	198
ПРОБЛЕМЫ И ТРУДНОСТИ ВЫХОДА ЗА ГРАНИЦУ КИТАЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ Чжао Янань.....	201

Научное издание

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИЯТИЙ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Статьи публикуются в авторской редакции

Ответственный за выпуск – начальник Межотраслевого
научно-информационного центра

Е.А. Галиуллина

Компьютерная верстка - **А.А. Галиуллин**

Дата подписания к публикации 12.05.2022

Учетно-издательские листы 13,23

Межотраслевой научно-информационный центр Пензенского государственного аграрного университета. 440014, г. Пенза, ул. Ботаническая, 30, <https://mnic.pgau.ru>; mnic@pgau.ru; www.pgau.ru телефоны редакции: тел.-факс. (841-2) 62-90-60, +7 967 442-60-42