

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского»
Институт экономики и управления (структурное подразделение),
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
ГБОУ ВО РК «Крымский университет
культуры, искусств и туризма»,
ФГБОУ ВО «Керченский государственный
морской технологический университет»

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**сборник трудов
III региональной научно-практической
конференции**

12-13 апреля 2018 г.
г. Симферополь

Симферополь
ИТ «АРИАЛ»
2018

УДК 338.242.2
ББК 65.050
Э94

**Сборник зарегистрирован в базе
Российского индекса научного цитирования**

Организационный комитет конференции:

- Ячменева В.М. — д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента
Воробец Т.И. — доцент кафедры менеджмента, к.э.н.
Фокина Н.А. — доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент
Царенко Н.В. — доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент
Ячменев Е.Ф. — доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент
Тарасюк В.Д. — ассистент кафедры менеджмента
Тимаев Р.А. — ассистент кафедры менеджмента

Редакционная коллегия:

- Ячменева В.М. — ответственный редактор, заведующая кафедрой менеджмента, д.э.н., профессор,
Ячменев Е.Ф. — технический редактор, доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент
Тимаев Р.А. — компьютерная вёрстка, ассистент кафедры менеджмента

Э94 **Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы:** сборник трудов III региональной научно-практической конференции, г. Симферополь, 12-13 апреля 2018 г. / под общ. ред. В. М. Ячменевой. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2018. — 244 с.

ISBN 978-5-907032-54-5

УДК 338.242.2
ББК 65.050

Ответственность за достоверность фактов, цитат и других сведений, изложенных в публикациях, несут авторы.

© Авторы публикаций, 2018

ISBN 978-5-907032-54-5

© ИТ «АРИАЛ», 2018

**СЕКЦИЯ 1. ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА:
ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ**

УДК 338.484.2

**АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**ANALYSIS OF CURRENT STATUS AND PROSPECTS
OF DEVELOPMENT OF TOURIST INDUSTRY
OF REPUBLIC OF CRIMEA**

Антонова А.А., к.э.н., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Antonova,
Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В результате применения методов анализа, обобщения литературных источников и сравнения статистических данных, охарактеризовано современное состояние туристической отрасли Республики Крым. С учётом выделенных особенностей, сформулированы перспективные направления развития курортно-туристической сферы.

Annotation

As a result of application of methods of analysis, generalization of literary sources and comparison of statistical data, the modern state of tourist industry of Republic of Crimea is described. Taking into account the distinguished features, perspective directions of development of resort-tourist sphere are set forth.

Ключевые слова: туризм, развитие, конкурентоспособность, государственное регулирование.

Keywords: tourism, development, competitiveness, government control.

Введение. Современная индустрия туризма представляет собой один из ведущих многоотраслевых производственных комплексов, как мировой экономики, так и Российской Федерации в частности. В масштабах национальной экономики от развития данной сферы напрямую зависит динамика роста ВВП и инвестиционных поступлений, развитие смежных отраслей промышленности, торговли, а также совершенствование региональной инфраструктуры. Территория Крымского полуострова, обладает целым рядом конкурентных преимуществ, определяющих стратегические перспективы

развития данной отрасли: благоприятные природно-климатические условия, обширный природно-ресурсный потенциал, разнообразие и уникальность природно-заповедных территорий, а также объектов культурно-исторического наследия. Так, в «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г.» указано, что «лечебно-оздоровительный и туристический комплекс является одним из ключевых в экономике» [2].

Цель исследования. Анализ современного состояния, а также определение перспективных направлений развития туристической отрасли Республики Крым.

Результаты исследования. Современная геополитическая ситуация, международные санкции, сложность интеграции Республики Крым в общероссийскую экономику обуславливают наличие проблем развития отрасли туризма в регионе. При этом трактовка стратегической цели развития Крымского полуострова как «формирование современного международного туристского центра Российской Федерации, который будет соответствовать основным критериям: круглогодичности, востребованности и конкурентоспособности» [2] акцентирует внимание на современных проблемных аспектах реализации имеющегося курортно-рекреационного потенциала территории.

Так, доля круглогодично функционирующих санитарно-курортных и гостиничных учреждений (33,1% от общего количества) не обеспечивает в полной мере реализацию имеющихся конкурентных преимуществ, что в свою очередь, обостряет негативное воздействие фактора сезонности на доходы предприятий, относящихся к индустрии туризма. Согласно расчётам Министерства курортов и туризма Республики Крым [1], в результате наращивания в общей структуре средств размещения доли круглогодично функционирующих предприятий санаторно-курортного и туристического комплекса, количество организованных туристов потенциально может быть увеличено на 2 млн. человек ежегодно.

Помимо вышеперечисленного, существенно ограничивают развитие отрасли следующие факторы: высокий уровень износа основных фондов коллективных средств размещения, дефицит высококвалифицированных кадров, связанное с этим низкое качество обслуживания. Неразвитость инфраструктуры на территории туристских регионов, а также высокий уровень «тенизации» рынка по предоставлению услуг размещения препятствуют высокоэффективному использованию имеющегося потенциала.

Несмотря на снижение уровня конкурентоспособности отрасли в виду влияния вышеперечисленных факторов, по данным государственного информационного агентства России ТАСС, для отечественных туристов Республика Крым (наряду с городом-курортом Сочи) является наиболее популярным направлением для летнего отдыха. При этом согласно официальным статистическим данным, в 2017 г. общий туристический поток, преимущественно представленный различными направлениями внутреннего туризма,

составил 5395,1 тыс. туристов, что на 3,7% ниже соответствующего показателя 2016 года. В общей структуре наибольшее число отдыхающих на черноморском побережье (30-35%), прибывают из г. Москвы и Московской области, а также г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым средняя заполняемость функционирующих на территории полуострова средств размещения за 2017 г. составила 37,2%, при этом значительное негативное влияние оказал фактор неравномерности развития туристского потенциала по территории Республики Крым (рис. 1). Так, по распределению турпотока на полуострове из года в год наблюдается следующая ситуация: наиболее востребованными являются курорты Южного и Западного побережья Крыма, а сравнительно низкий уровень загрузки средств размещения и объектов инфраструктуры наблюдается по Восточному побережью и прочим регионам (Симферопольский и Бахчисарайский районы).

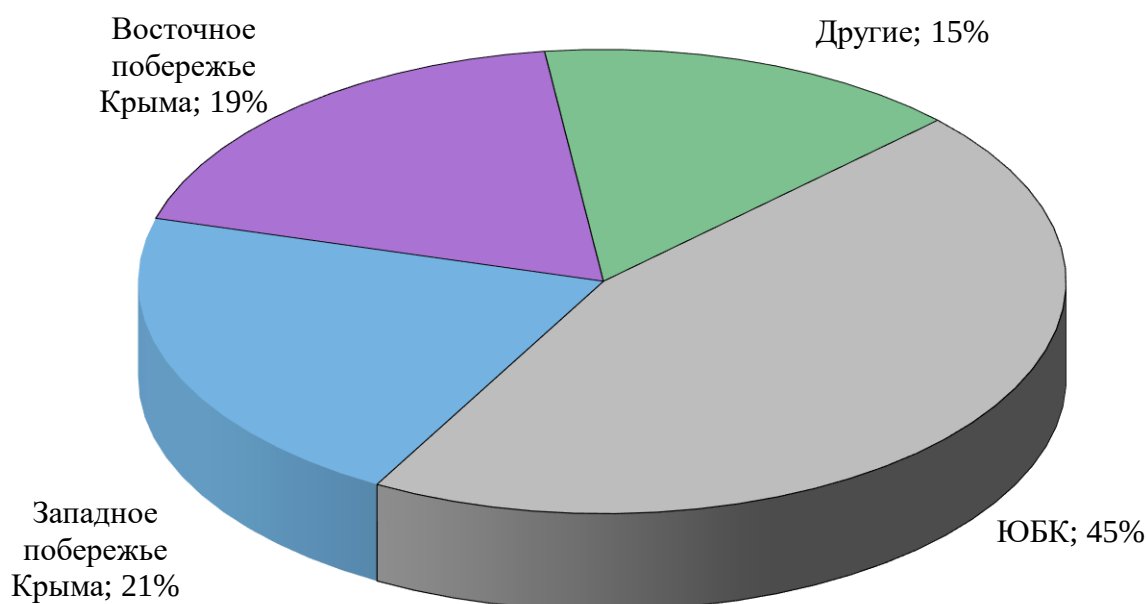


Рис. 1. Распределение туристов по регионам Крыма в 2017 г. [3]

Таким образом, для обеспечения стабильного развития курортов и туризма Республики Крым, устранения негативного воздействия ограничивающих факторов, а также формирования высокого уровня конкурентоспособности санаторно-курортной отрасли необходима реализация комплекса мер государственного регулирования. В частности, от целесообразного выбора приоритетных направлений развития отрасли туризма, а также последующей успешной реализации запланированных преобразований напрямую зависит повышение доходности, как отдельных предприятий, так и регионального и федерального бюджета в целом.

Подобная взаимосвязь наблюдается при анализе выполнения плановых значений основных показателей «Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 гг.» (табл. 1). Так, не смотря на сокращение общего количества коллективных средств размещения за 2015-2016 гг., численность размещённых на их базе отдыхающих увеличилась на 39,9%. При этом за указанный период существенно возрос показатель доходности коллективных средств размещения (на 22,1%), а как следствие, и суммы налоговых поступлений в бюджет (на 20% соответственно).

Таблица 1

**Выполнение плановых значений основных показателей
«Государственной программы развития курортов и туризма в
Республике Крым на 2015-2017 гг.»**

Показатель	Данные за 2015 г.		Данные за 2016 г.		% выполнения плана по годам		Темп роста фактических данных, %
	план	факт	план	факт	2015 г.	2016 г.	
1. Численность отдыхающих в РК, млн. чел.	4,3	4,6	5,5	5,6	107,0	101,8	121,7
в том числе размещённых в коллективных средствах размещения, тыс. чел.	860,0	957,0	1050	1339	111,3	127,5	139,9
2. Количество коллективных средств размещения, ед.	770,0	770,0	767,0	767,0	100,0	100,0	99,6
3. Доходы от услуг, предоставляемых коллективными средствами размещения, млрд. руб.	14,0	15,4	17,4	18,8	110,0	107,9	122,1
4. Налоговые поступления от субъектов туристической отрасли, млрд. руб.	1,8	2,0	2,1	2,4	113,4	112,5	120,0

Источник: [1; 3].

При этом согласно «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г.» планируется повысить объёмы туристического потока до 10 млн. человек в год. Соответственно планируемое значение среднегодового коэффициента заполняемости санаторно-курортных и гостиничных учреждений к 2030 г. составляет 60%. Данные величины составляют 185,4% и 181,3% к фактически достигнутому уровню 2017 г.

К основным направлениям, обеспечивающим достижение столь высоких запланированных значений показателей, необходимо отнести:

- модернизацию объектов санаторно-курортного комплекса, а также туристской инфраструктуры республики;
- совершенствование транспортных коммуникаций полуострова;
- обеспечение сглаживания фактора сезонности в деятельности санаторно-курортных учреждений путём использования новых видов турпродукта;
- урегулирование общих вопросов по осуществлению деятельности (в том числе и по налогообложению) частного сектора в отрасли туризма;
- обеспечение более равномерного распределения турпотока за счёт реализации бизнес-планов по развитию отдельных территорий.
- создание условий для успешного функционирования туристско-рекреационных кластеров.

Выводы. С целью реализации мощного курортного потенциала Республики Крым на уровне государственной власти необходимо проведение комплекса мероприятий стратегической направленности по формированию оптимальных условий функционирования отрасли туризма. При этом наряду с разработкой и реализацией концепций и планов устойчивого развития, высокоэффективный результат обеспечит реализация принципов государственно-частного партнёрства в курортно-туристической сфере. Данная формализованная кооперация государственных и частных структур позволит не только получить синергический эффект от объединения усилий и ресурсов, но и будет способствовать позиционированию Республики Крым в качестве современного, безопасного и конкурентоспособного туристического направления.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 гг.» // Краеведение. Методика и практика краеведческих исследований — Режим доступа : <http://kraevedenie.net/2016/03/02>. — Дата доступа : 30 марта 2018.
2. «Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г.» // Инвестиционный портал Республики Крым. — Режим доступа : <https://invest-in-crimea.ru>. — Дата доступа : 28 марта 2018.
3. Статистические данные о развитии туристической отрасли Республики Крым // Портал Правительства РК. — Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/14>. — Дата доступа : 30 марта 2018.

© А.А. Антонова

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ

PROBLEMS OF REGIONAL INNOVATIVE MANAGEMENT

Апатова Н.В., д.э.н., профессор,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N.V. Apatova,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Рассматриваются вопросы управления региональным инновационным развитием, выделяются отрасли роста для Республики Крым согласно принятой Стратегии, предлагается создание интеллектуальных активов инноваций для дальнейшего их использования малыми и средними предприятиями Республики.

Annotation

The issues of managing regional innovation development are considered, the growth sectors for the Republic of Crimea are highlighted in accordance with the adopted Strategy, it is proposed to create intellectual assets of innovations for their further use by small and medium enterprises of the Republic.

Ключевые слова: регион, инновационное развитие, управление инновационным развитием, интеллектуальные активы инноваций.

Keywords: region, innovative development, innovative development management, intellectual actives of innovation.

Введение. Управление региональным инновационным развитием является комплексной задачей, которую не под силу решить только властным структурам. Как показывает проведенное исследование, только при массовом участии самых разнообразных структур и субъектов региональной экономической деятельности можно осуществить качественный инновационный прорыв. Определяя механизм как совокупность форм, методов, инструментов, а также правового, нормативного и информационного обеспечения, можно считать элементами механизма инновационного развития региона его инфраструктуру, институциональную среду, малый и средний бизнес, кластеры, человеческий капитал и систему управления [1].

Цель исследования. является определение сфер экономической деятельности, для которых можно применять механизмы управления инновационным развитием и разработку интеллектуальных активов.

Результаты исследования. Для Республики Крым реализация перечисленных механизмов осуществляется в Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. Отраслями роста, согласно Стратегии развития, определены следующие [2]: туризм и санаторно-курортное лечение (ожидание туристического потока к 2030 году до 10 млн человек); агропромышленный комплекс (удельный вес неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения должен сократиться с 31% в 2015 г. до 20% в 2030 г., а доля продукции сельского хозяйства сельхозорганизаций, крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей в общем объеме сельхозпроизводства должна вырасти с 57% в 2015 г. до 90% в 2030 г.); топливно-энергетический комплекс (доля населения, обеспеченного природным газом должна вырасти с 72,4% в 2015 г. до 100% в 2030 г.; обеспечение энергетической безопасности республики); промышленность (объем отгруженных товаров собственного производства, выполненных работ и услуг в обрабатывающей промышленности (за исключением пищевой промышленности) должен вырасти (в сопоставимых ценах) с 21,3 млрд рублей в 2014 году до 117,3 млрд рублей в 2030 г.; степень износа основных фондов обрабатывающих производств должна сократиться с 54,5% в 2014 г. до 35% в 2030 г.; объем инвестиций в основной капитал в обрабатывающей промышленности (накопленным итогом), должен увеличиться до 209,7 млрд рублей (в сопоставимых ценах относительно 2015 года); информационно-телекоммуникационные технологии (доля домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети Интернет, доля организаций, использующих широкополосный доступ к сети Интернет, в общем числе организаций, доля граждан, использующих механизм получения государственных и муниципальных услуг в электронной форме, должны составить 100% каждая из указанных к 2030 г.; доля электронного документооборота между органами государственной власти в общем объеме межведомственного документооборота, должна составить 99%, а доля ИТ-сферы в ВРП ожидается в 8%); кластеры (судостроительный, химический, агропромышленно-пищевой, медико-биологический, фармацевтический, производство лечебного питания, высокотехнологичная реабилитация, медицинские и биотехнологии, ИТ-кластер, кластер креативной индустрии – культурный, туристические кластеры), равномерно распределенные по территории республики и создающие территории роста.

Инновационное развитие является приоритетным направлением во всех развитых и развивающихся странах, но реализация его происходит по различным сценариям, с различными темпами и масштабами, всюду инновации проходят одинаковый путь от возникновения до выпуска. Этапами создания и реализацией инноваций можно назвать следующие: 1) возникновение новой идеи, представляющей коммерческую и научную ценность; 2) разработка технологии на основе данной идеи; 3) создание опытного образца, испытание и усовершенствование; 4) внедрение технологии для про-

изводства опытной (пилотной) партии товаров; 5) распространение технологии, копирование инновационного продукта – диффузия инновации. На каждом из данных этапах происходит также поиск инвестора, партнеров по производству и сбыту и другие действия, которые необходимы для выпуска любого продукта. Каждый из перечисленных этапов требует информационной защиты, которая позволяла бы сначала автору идеи, а затем и производителю нового товара предотвратить хищение технологий и других предметов интеллектуальной собственности. На первом этапе, даже после достаточно четкой формулировки новой научной или технической мысли, бывает достаточно сложно оценить ее с позиций практического применения, поэтому публикация в открытой печати способна закрепить авторство. Но такая фиксация интеллектуальной собственности не гарантирует, что, во-первых, высказанная мысль не будет затем несколько отредактирована и присвоена другим человеком, и, во-вторых, что на ее основе могут быстрее разработать инновационную технологию, чем это сделает производитель, которому автор передаст свою идею.

Несмотря на то, что Стратегия социально-экономического развития Республики Крым проработана детально и содержит большое количество вариантов реализации механизмов инновационного развития, остаются вопросы, которые она не осветила, но которые являются ключевыми для обеспечения становления пятого технологического уклада, а именно – создание интеллектуальных активов. Как отмечают в своей коллективной разработке авторы из Северо-Восточного федерального университета имени М. К. Амосова, одной из задач университета является создание Банка инвестиционно-привлекательных технологий, являющегося основой для коммерциализации инноваций (БИПТ) [3]. Такой БИПТ обеспечивает сотрудничество науки и бизнеса в процессе передачи технологий, является элементом инновационной инфраструктуры региона. В России на законодательном уровне разрешено (и приветствуется, а для некоторых акторов является обязательным) создание малых инновационных предприятий при образовательных и других бюджетных учреждений. Внедрение инноваций в России наталкивается, по крайней мере, на два препятствия: государственным бюджетным учреждениям, имеющим свою нишу рынка, невыгодно иметь дополнительные затраты на внедрение, а бизнес находится в зоне риска при освоении новой технологии, поскольку не уверен в ее жизнеспособности принести прибыль и возместить затраты. Поэтому малые предприятия при бюджетных организациях могут служить полигоном для реализации пилотных инновационных проектов.

Исходящие предложения – это разработки университета, а входящие – выявленные в результате поиска и готовые к внедрению или модернизации с последующим внедрением инновации. Анализ и оценку перспективности предложений проводит экспертная комиссия, которая представляет рекомендации по использованию открытий. Первичная оценка включает в себя анализ таких показателей, как себестоимость коммерческой разра-

ботки, наличие рынка, конкурентные преимущества, промышленная проработанность разработки и др. Конечным документом результатов анализа показателей должно явиться составление «карты» разработки, показывающей благонадежность в отношении использования разработки. На следующем этапе экспертизы определяются конкретные пути внедрения технологий, например, создание совместных предприятий, собственного производства, выкуп исключительных прав на технологию, взаимодействие с промышленным сектором, поиск инвесторов.

Выводы. Управление региональным инновационным развитием требует определения отраслей роста, механизмов управления, а также использования информационных технологий, позволяющих создавать интеллектуальные активы инноваций и осуществлять их диффузию, реализовывать пилотные инновационные проекты малыми и средними предприятиями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Апатова Н. В. Формирование механизмов регионального инновационного развития / Н. В. Апатова // Системный подход к развитию экономики на разных уровнях управленческой иерархии (анализ опыта стран СНГ) / Под научной редакцией д.э.н., профессора В. В. Богатыревой, к.э.н., доцента С. Н. Костюковой и д.э.н., профессора К. В. Павлова : Коллективная монография из серии «Экономическое славяноведение». — Новополюцк : Изд-во Полоцкого гос. университета, 2017. — С. 237–247.

2. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. — Режим доступа : <https://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/strategy/strategy-shortvers.pdf>. — Дата доступа : 01.04.2018.

3. Винокуров А. А. Системный подход в инновационном развитии регионов / А. А. Винокуров, Р. Р. Ноговицын, Ф. Ф. Лавров, С. П. Винокурова // Серия «Вестника СВФУ». — 2016. — № 3 (03). — С. 22–28.

© Н.В. Апатова

УДК 330.341

СЕТИ РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ КАК ИНФРАСТРУКТУРНЫЙ ЭЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

FAST FOOD RESTORAN CHAINS AS THE INFRASTRUCTURE ELEMENT OF THE TOURISM CLUSTER

Головко Э.Р., обучающийся группы МО-141-о,
Ячmeneва В.М., д.э.н., профессор,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.R. Golovko, student, gr. MO-141-o,
V.M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Определены место и роль предприятий общественного питания в формировании туристического продукта. Раскрыта сущность ресторанов быстрого питания и классических ресторанов. Определено количество человек, приходящихся на одно заведение общественного питания в Республике Крым. Определен удельный вес предприятий общественного питания по их типам.

Annotation

The place and role of public catering establishments in the formation of a tourist product have been determined. The essence of fast food restaurants and classic restaurants is revealed. The number of people per catering establishment in the Republic of Crimea is determined. The share of public catering enterprises is determined by their types.

Ключевые слова: кластер туристических услуг, сетевая форма ведения бизнеса, сеть ресторанов быстрого питания, рынок общественного питания.

Keywords: a cluster of tourist services, a network form of doing business, a chain of fast food restaurants, a market for public catering.

Введение. Кластер как форма рыночного взаимодействия имеет важное значение в экономике и управлении субъектами народного хозяйствования. Под кластером понимается сеть независимых производственных и сервисных фирм, включая их поставщиков, создателей технологий и ноу-хау (университеты, научно-исследовательские институты, инжиниринговые компании) связующих рыночных институтов и потребителей взаимодействующих друг с другом в рамках единой цепочки создания стоимости [1].

Наряду с этим существует также понятие отраслевого кластера — это группа отраслей, которые зависят друг от друга и взаимодействуют как по горизонтали, так и по вертикали, например, на основе общности ресурсов, технологии, информации разработки и реализации целевых инвестиционных программ. Отличительным свойством кластеров от распространенных холдингов и финансово-промышленных групп можно назвать автономность и финансовую независимость в выборе целей развития предприятия, поскольку вхождение в кластер является чисто условным, при этом в основе связей между предприятиями лежит экономическая целесообразность, а не обязательства.

Цель исследования. Определить влияние сетей ресторанов быстрого питания на формирование туристического продукта в кластере.

Результаты исследования. Созданная изначально для удовлетворения потребностей населения система предприятий общественного питания также отражает степень экономического развития той или иной страны. В

свою очередь, степень развития экономики отражается в доходах населения и в его желании потратить некоторую их часть на предлагаемые услуги, в том числе и услуги предприятий общественного питания. Таким образом, следуя привязанностям и потребностям населения, государство, а также компании, фирмы, организации, специализирующиеся в общественном питании, создают рестораны национальной кухни, концептуальные рестораны, молодежные кафе и бары, закусочные и столовые для служащих, рассчитанные на определенный сегмент рынка и учитывающие социально-экономические особенности своих потребителей.

Учитывая современный уровень развития экономики, традиционная система взаимодействия предприятий претерпевает определенные изменения. С целью повышения конкурентоспособности предприятия внедряют сетевую систему бизнес-планирования. С точки зрения сетевого подхода, рынок отображает наличие конкретных автономных субъектов, которые по средствам экономической деятельности создают долговременные связи с потребителем. Результатом таких взаимодействий может быть снижение транзакционных издержек и создание базы для совместного использования ресурсов. Одной из особенностей сетевых моделей ведения бизнеса является использование существующих связей для установления долговременных отношений с новыми партнерами. Это служит развитию и расширению сети предприятий.

Из основных конкурентных преимуществ сетевого бизнеса можно выделить следующие [3]:

- модель бизнеса, подразумевающая прогноз (имеется возможность предсказания объемов выручки и размера среднего чека);
- централизованный контроль качества обслуживания и выполнения стандартов;
- известность бренда сети;
- распределение ресурсов между предприятиями сетевого бизнеса.

Зарубежная практика показывает, что наибольшую долю рынка занимают сетевые предприятия, следствием чего является их конкурентоспособность и устойчивое развитие. Если рассматривать рестораны быстрого обслуживания, то преобладающая доля рынка также приходится на сетевые предприятия. Статистика свидетельствует о наличии значимых конкурентных преимуществ у сетевых предприятий, по сравнению с классическими. Мировая практика показывает, что в разных регионах нагрузка на сетевые предприятия рассчитывается исходя из количества человек (потенциальных потребителей) приходящихся на одно заведение. На рис. 1 представлена количественная нагрузка на сеть ресторанов по крупным городам.

В рамках региональной программы развития Республики Крым действует законопроект о создании на территории полуострова свободной экономической зоны, что должно поспособствовать комплексному территориальному развитию.

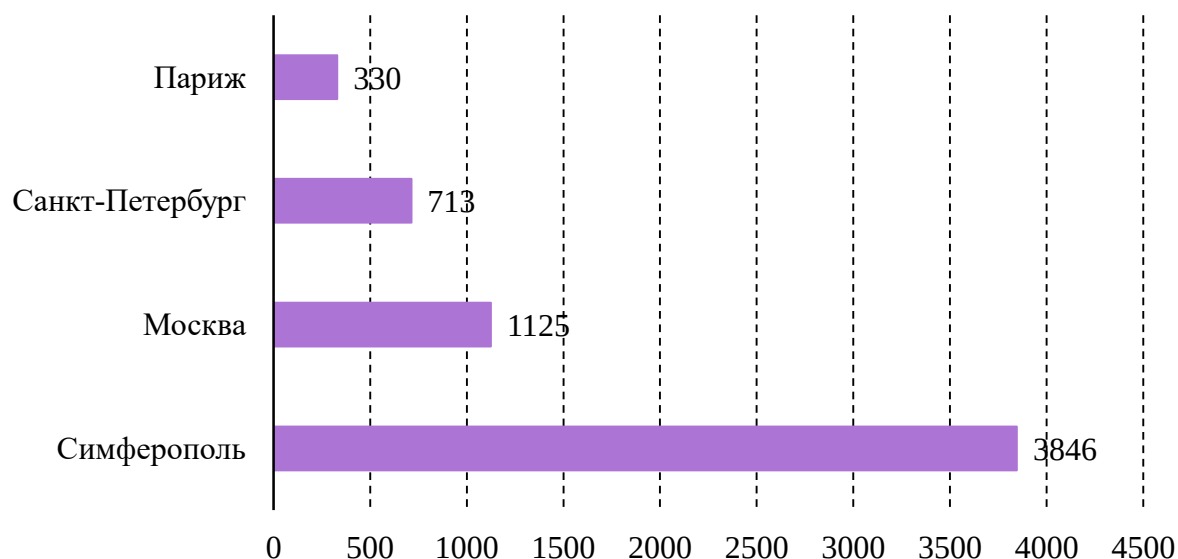


Рис. 1. Количество человек, приходящихся на одно заведение общественного питания [3]

Туристические ресурсы Республики Крым обладают мощным потенциалом для полноценного и качественного развития туристического кластера. На территории региона действует множество экономических объектов, предоставляющих туристические услуги как во время курортного сезона, так и на протяжении всего года [2]. Одним из основных направлений предоставления услуг туристического кластера является организация питания. С одной стороны, организации общественного питания в туристическом кластере могут выступать как самостоятельные элемент его инфраструктуры, то есть как субъекты рыночной экономики и предоставлять дополнительные услуги питания [4]. С другой стороны, входят в перечень основных услуг туристического продукта. На рис. 2 представлен туристический продукт, который включает в себя организацию питания как основную услугу туристического продукта.

Необходимо определить различия между понятиями классического ресторана и ресторана быстрого питания.

Классические рестораны — это предприятия общественного питания, которые уделяют большое значение сложности рецептуры приготавливаемых блюд. Классические рестораны бывают, например, типа «Гастрономический» или «Casual». Отличие этих типов ресторанов заключается в том, что это формат «быстрый и демократичный» является наиболее перспективным сейчас как в Европе, так и в России. Этот что-то среднее между фаст-фудом и демократичным рестораном, и является наиболее быстро растущим сегментом в индустрии общественного питания.

Рестораны быстрого питания заслужили популярность благодаря скорости обслуживания и приемлемой ценовой политике. Рестораны быстрого питания могут подразделяться на «Quick service» (популярен для пиццерий),

«FastFood» (рестораны типа МакДональдс, отличаются наличием определенных стандартов приготовления) и «StreetFood» (питания «около стойки»). Рестораны быстрого питания в основном ориентированы на молодое население и семьи с детьми.



Рис. 2. Организация питания как элемент основной услуги туристического продукта (источник: составлено авторами)

Проанализировав рынок предприятий общественного питания Республики Крым, можно сделать вывод, что на территории региона функционируют преимущественно рестораны быстрого питания типа «StreetFood» так как такого рода предприятия легче организовать с экономической и управленческой точки зрения. Из 91 предприятия общественного питания на территории Республики Крым (сетей ресторанов быстрого питания, «StreetFood» и классических ресторанов средний чек которых не ниже 350 рублей, и суммарная дневная выручка не меньше 100000 тыс. руб.) 77% — рестораны быстрого питания типа «FastFood» и «StreetFood», и 23% — рестораны классического типа. Статистика, представленная по удельному весу типов ресторанов, учитывает то, что с рынка ушла крупная сеть ресторанов быстрого питания МакДональдс, а свободный сегмент рынка освоили местные, и предприниматели с материковой части России. Среди ресторанов быстрого питания функционируют также и сети, которые насчитывают в своем составе от 3 до 10 ресторанов, функционирующих по всей Республике Крым, а именно, «АвтоFood», «АвтоКафе», «MerryBerry», «Garry`s», «Subway» и другие. Важно также отметить, что наряду с организацией питания сети ресторанов, в условиях развития, повышают уровень занятости местного населения, что непосредственно влияет на экономическое развитие региона.

Выводы. Таким образом, мы определили, что место и роль предприятий общественного питания в формировании основной услуги туристического продукта очевидны. Рассчитано количество человек, приходящихся на одно заведение общественного питания (3846 чел.) и определен их удельный вес по типам в Республике Крым. Установлено, что рестораны являются не только частью городской среды, они шагнули далеко за ее пределы и стали частью туристического кластера.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гафуров И. Р. Инновационные кластеры и социально-экономическое развитие регионов. Анализ методических подходов / И. Р. Гафуров, В. Л. Васильев, Р. Р. Кашбиева. — М. : Анкил, 2017. — 292 с.

2. Распоряжение Правительства РФ от 27.12.2012 № 2567-р «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры и туризма» на 2013–2020 годы», ст. 105. // СЗ РФ. — 2013. — № 2. — Режим доступа : <http://www.szrf.ru/szrf/doc.phtml?nb=100&issid=1002013002000&docid=25>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

3. Кашин А. В. Сетевые предприятия общественного питания и их конкурентоспособность / А. В. Кашин, А. А. Никульшина. — М. : Новосибирск : Государственный университет экономики и управления, 2011. — 6 с.

4. Ячmeneва В. М. Сетевая структура как инновационная форма развития ресторанного бизнеса / В. М. Ячmeneва, Э. Р. Головки // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVI Международной научно-практической конференции (Симферополь-Гурзуф, 19-21 октября 2017 г.) / под. ред. проф. Н. В. Апатова. — Симферополь : ИП Зуева Т.В., 2017. — С. 76–78.

© Э.Р. Головки, В.М. Ячmeneва

УДК 339.137.22

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ

DEVELOPMENT OF COMPETITIVE STRATEGY OF ENTERPRISES

Кадиров А.А., обучающийся группы МО-141-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Kadirov, student, gr. MO-141-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Рассмотрены методологические основы разработки конкурентной стратегии предприятий. Методики, описанные в данной статье, имеют практическое значение и могут быть использованы организациями для разработки конкурентной стратегии.

Annotation

The methodological bases for developing a competitive strategy for enterprises are considered. The techniques described in this article are of practical importance and can be used by organizations to develop a competitive strategy.

Ключевые слова: конкуренция, стратегия, оценка конкурентоспособности, конкурентная стратегия.

Keywords: competition, strategy, assessment of competitiveness, competitive strategy.

Введение. В современных экономических условиях для выживания организации обязаны в конкурентной борьбе в долгосрочной перспективе использовать стратегическое управление. В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро изменяющейся ситуации все предприятия обязаны не только сосредоточивать внимание на внутреннем состоянии дел в самом предприятии, но и разрабатывать долгосрочную стратегию, которая способствовала бы им успевать за изменениями во внешней среде. Решение вышеуказанных проблем, зависит от того, насколько точно и экономически оправданно гостиничные предприятия подберут или разработают свои конкурентные стратегии. Именно эти стратегии смогут увеличить эффективность маркетинговой и хозяйственно-экономической деятельности гостиничных предприятий, а также обеспечить высокую конкурентоспособность на внешнем и внутреннем рынке.

Цель исследования. Рассмотрение методологии разработки конкурентной стратегии предприятий и создание алгоритма её реализации.

Результаты исследования. Вопросы разработки и реализации конкурентной стратегии гостиничных предприятий на данный момент не в полной степени исследованы. Это обуславливает потребность в описании алгоритма разработки конкурентной стратегии.

Под стратегией понимается основа в управлении предприятием, которая способствует обеспечению роста и развития предприятия, а также повышению конкурентоспособности производимой предприятием товаров, продукции и оказываемых услуг. Рыночные правила определяют поведение всех фирм: устоявшихся и новых, малых и огромных корпоративных гигантов [4].

Единых стратегий для предприятия не существует, так как ее формирование является очень трудным процессом, который зависит от множества факторов, таких как характеристика услуг или товара, который она производит, потенциал предприятия, а также поведение её конкурентов. К какому

бы типу предприятий оно не относилось, ему необходимо выбрать определенную модель поведения на рынке для максимизации прибыли и остаться «на плаву».

Существуют различные подходы к классификации конкурентных стратегий, согласно которым они делятся на:

1) Глобальные: оперативного реагирования, минимизации издержек, фокусирования, дифференциации, инноваций.

2) Корпоративные: стратегия несвязанной диверсификации, стратегия связанной диверсификации, стратегия откачки капитала и ликвидации, стратегия международной диверсификации, стратегия изменения курса.

3) Функциональные: вертикальной интеграции, наступательные и оборонительные, стратегии организаций, которые занимают разнообразные отраслевые позиции, стратегии конкуренции на разнообразных этапах жизненного цикла предприятия [3].

Как мы видим, существующие стратегии конкурентной борьбы имеют характерные отличительные особенности, которые позволяют сделать вывод о том, что предприятие должно для себя достаточно четко определить то, какую стратегию оно планирует реализовывать, и ни в коем случае не смешивать данные стратегии.

Предпочтение той или иной конкурентной стратегии зависит напрямую от уровня конкурентоспособности предприятия, которое самостоятельно анализирует рынок. В зависимости от сферы деятельности предприятий, конкурентоспособность зависит от нескольких факторов:

1) специфика услуги или товара, которые предлагают на рынке;

2) уровень развития производственной деятельности в предприятии, логистики, управления предприятием, времени отклика на новую информацию;

3) особенности рынка конкуренции (является ли он рынком абсолютной конкуренции, монополистическим или олигополистическим);

4) сравнительные преимущества предприятия по отношению к предприятиям–конкурентам [2].

Основной идеей при разработке конкурентной стратегии является программа действий, позволяющая получить положительный экономический эффект за счет более сильной позиции компании.

Маркетинговые конкурентные стратегии позволяют предприятиям достигнуть значительных конкурентных преимуществ на рынке, и каждый специалист по маркетингу обязан владеть искусством разработки данной стратегии. Процесс создания конкурентной стратегии состоит из 8 последовательных этапов [1]:

1) Предварительный этап. Разработка конкурентной стратегии обычно начинается с анализа текущего положения компании на рынке. Данный этап является самым длительным процессом стратегии, так как требует доскональных знаний о рынке и сборе первичных данных. Необходимо проводить детальный анализ по пяти направлениям: анализ слабых и сильных

сторон предприятия, анализ динамики продаж и темпов роста рынка, анализ потребительских предпочтений и тенденций, конкурентный анализ рыночной ситуации.

2) Определение способа конкуренции. Вслед за этапом анализа деятельности предприятия и сбором всей необходимой информации о рынке, начинается второй этап формирования конкурентной стратегии – выбор способа конкуренции в отрасли.

Способ конкуренции устанавливает все дальнейшие действия компании в отношении конкурентов. В современной теории маркетинга выделяют три основных типа конкурентных стратегий: стратегия дифференциации, лидерство в издержках и работу в нише. Вышеназванные три вида стратегий называются основными конкурентными стратегиями М. Портера.

3) Определение целевого рынка. Целевой рынок определяется на основании конкурентных преимуществ предприятия и долгосрочной привлекательности данного рынка. Привлекательность сегмента рынка можно оценить по объемам и динамике продаж рынка, его темпов роста и потенциала, уровня конкуренции, существования барьеров входа, потребительских предпочтений.

Лучшим вариантом является концентрация внимания на рынках с низким уровнем конкурентной борьбы. В поиске таких ниш может помочь карта стратегических конкурентных групп. Параметры, согласно которым компании будут разделены на группы, должны относиться к уровню прибыли, качеству товара и доверию покупателя к продукту. Вслед за тем, как все конкуренты на рынке распределены по группам и определены привлекательные сегменты, можно приступать к финальному выбору целевого рынка.

4) Точно определить количество предприятий-конкурентов. Теперь, после выбора рынка, необходимо более подробно изучить все предприятия, которые ведут свою деятельность в данном рынке. Всех участников выбранного сегмента рынка нужно разделить на четыре группы: прямых конкурентов, ключевых конкурентов, косвенных конкурентов и потенциальных конкурентов. Далее необходимо оценить, кто из конкурентов для бизнеса является источником роста, а кто – угрозой.

5) Разработать конкурентные преимущества. Располагая сведениями о ключевых конкурентах, можно сформулировать устойчивые конкурентные преимущества для товаров или услуг, которые позволят привлечь целевую аудиторию к продукту и обеспечить долгосрочный успех компании в данном сегменте рынка.

6) Разработать план тактических действий. Зная источники роста и угрозы для предприятия, можно составить против каждого из конкурентов или группы конкурентов план тактических оборонительных или наступательных конкурентных мер.

7) Написать политику конкурентной борьбы в отрасли. Политика конкурентной борьбы представляет собой прямое руководство по правилам и принципам взаимодействия с ключевыми конкурентами.

8) Этап мониторинга, контроля и корректировки.

Необходимо помнить, что в любых процессах стратегического планирования важна не только стратегия, но и последующие шаги ее реализации:

- внедрение и применение конкурентной стратегии на практике;
- мониторинг, контроль и анализ результатов внедрения стратегии;
- корректировка стратегии в целях максимизации прибыли.

Выводы. На сегодняшний день важной проблемой в экономическом климате страны заняла конкурентная борьба, поскольку конкуренция выступает в качестве аккумулятора деятельности большинства экономических агентов. Своевременное создание и применение конкурентной стратегии является одним из эффективных инструментов развития хозяйственной деятельности любой организации. Благодаря этому современное направление маркетинговой деятельности предприятий должно тесно взаимодействовать с внешней средой жизнедеятельности предприятия, в которую входят не только фирмы-конкуренты, но и поставщики и покупатели.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Воронов А. А. Методология оценки конкурентоспособности на микро- и макроуровне в отраслях промышленности России / А. А. Воронов, Л. В. Глухих, М. О. Манвелян // Экономические науки. — 2012. — № 4. — С. 87–93.

2. Глухих Л. В. Разработка и реализация конкурентной стратегии промышленного предприятия / Л. В. Глухих, А. А. Сенюк // Экономические науки. — 2012. — № 5 (90). — С. 88–93.

3. Доможилкина Ж. В. Разработка конкурентной стратегии предприятий АПК / Ж. В. Доможилкина, Н. О. Джаббарова // Экономические науки. — 2015. — № 4. — С. 40–47.

4. Савченко Д. Д. Разработка конкурентной стратегии предприятия на основе анализа его деятельности / Д. Д. Савченко, М. С. Пантелеева // Universum: Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. — 2015. — № 8 (19). — С. 45–55.

© А.А. Кадиров, Т.И. Воробец

ВИННЫЙ ТУРИЗМ КАК ТУРИСТИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ

WINE TOURISM AS A TOURIST DESTINATION

Маслов Е.С., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.S. Maslov, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В тезисах рассмотрены особенности винного туризма, раскрыты принципы функционирования туристического рынка и его место в развитии региона. Обращено внимание на возможность использования новых видов туризма, а также возможность сочетания и комбинирования различных видов туризма на примере винного. Рассмотрен нерелизванный потенциал винного туризма.

Annotation

The article covers feature of wine tourism. The article concerns on principles of the functioning of the tourist market and it is place in the development of the region. This article drew attention on the possibility of using new different types of tourism on the example of wine tourism. The underutilized capacity of the wine tourism is shown.

Ключевые слова: туризм, винный туризм, туристический регион, туристические услуги, туристическое направление.

Keywords: tourism, wine tourism, tourist region, tourist services, tourist destination.

Введение. Туризм, как явление в современной экономике – это динамический сектор и генератор создания рабочих мест. Туризм – это перспективное направление развития экономики региона, страны в целом. Туризм включает в себя многие компоненты, которые могут быть связаны непосредственно с туристической деятельностью так и быть далеки от туристической деятельности, но для общего развития туристической сферы они играют важную роль.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей винного туризма и его эффективного использования, как туристического направления.

Результаты исследования. Туризм – это перспективное направление по развитию экономики, как региона, так и страны в целом. Развитие туристической сферы благоприятно воздействует на увеличение туристического потока в туристический регион, способствует активизации экономической активности, а также стимулирует развитие туристического региона в целом.

Увеличение туристических потоков или поддержание на уровне того туристического потока, который уже имеется – является главным и существенным условием эффективного функционирования, как туристических предприятий, так и туристического региона в целом. На текущий момент ввиду большой конкуренции в сфере туризма, следует принимать во внимание тот факт, что у потенциальных отдыхающих необходимо поддерживать постоянно растущий интерес в посещении туристических объектов.

Для поддержания спроса на туристические услуги ведется постоянный поиск механизмов по сохранению положительной динамики посещения туристического региона [1]. Поддержание или увеличение спроса – это важный элемент во многих сферах деятельности, в том числе и в сфере туризма. Сохранить имеющиеся позиции в туристической сфере можно при помощи постоянного расширения спектра представляющих интерес туристических маршрутов, разнообразных видов туризма или новых форм сочетания различных мероприятий, которые бы способствовали положительной динамике роста туристов.

Одним из таких примеров сохранения интереса к туристическому региону может быть использование потенциала винного туризма, при наличии необходимых условий, при которых данный вид туризма может эффективно функционировать, а именно: природно-климатических особенностей региона, наличием винодельческих предприятий на территории региона, являющихся не только производственными предприятиями, но и потенциальными туристическими объектами. Если рассматривать туристические регионы России, то можно говорить о уже сложившихся туристических объектах, которые традиционно посещают туристы. Это могут быть исторические памятники, музеи, интересные природные туристические объекты, а также мероприятия, приуроченные к определенным датам. Одним из способов привлечения туристов может быть местная кухня, с особенностями которой можно познакомиться только в определенном регионе [3]. Винный туризм, в сочетании с местными особенностями является одним из таких способов привлечения потенциальных туристов. В России главные винодельческие регионы сосредоточены в пяти регионах, это – Краснодарский край, Республика Крым, Республика Дагестан, Ростовская область и Ставропольский край. Крым, как регион, относительно недавно вошедший в состав Российской Федерации, обладает большим потенциалом, как в области туризма, так и в области виноделия. Крым в туристическом рейтинге занимает четвертое место среди туристических регионов России. Если рассматривать Крым, как туристический регион, то можно отметить, что в основном, Крым воспринимают, как пляжный курорт [2]. Часть отдыхающих, кроме пляжного отдыха, желают познакомиться с историей региона, его отличительными особенностями, которые могут быть раскрыты при помощи гастрономических маршрутов [4]. Таким образом, помимо традиционного для крымского региона отдыха на морском побережье, спрос диктует еще развитие

других видов туризма, ведь помимо Крыма, отдых на берегу моря предлагают и другие регионы в России. Для Крыма, главным конкурентом в области пляжного отдыха среди регионов России является Краснодарский край с более развитой туристической инфраструктурой и возможностями в сфере пляжного отдыха. Иностранцами конкурентами Крыма, как туристического региона являются Турция и Египет. В сложившихся условиях для удержания позиций в туристической сфере необходим поиск новых форм и видов туризма, которые бы создавали положительный и особый образ Крыма среди потенциальных туристов. Работа по диверсификации туристических услуг ведется, предлагаются пешие походы по лесу в Крыму, конные экскурсии, посещение пещер и другие мероприятия предпринимаются с целью расширения предлагаемых услуг в области туризма.

На форуме «Открытый Крым», проходившем в Симферополе 20-22 февраля 2018 года, Министерство курортов и туризма Республики Крым презентовало проект «Винная дорога Крыма», целью которого является включение одиннадцати винодельческих предприятий Крыма в туристический маршрут для знакомства с историей виноделия Крыма и непосредственно предприятиями, успешно работающими в винодельческой промышленности. Говорить об успехе данного мероприятия пока рано, но наметившаяся тенденция в использовании имеющихся возможностей в области винного туризма сыграет только положительную роль в развитии туристической сферы в Крыму.

В Крыму и раньше существовали маршруты по винодельческим хозяйствам, но пока данные маршруты не сильно пользовались спросом среди туристов ввиду того, что часто отсутствовала заинтересованность со стороны самих винодельческих предприятий. На данный момент ситуация немного иная, предприятия виноделия сами желают участвовать в мероприятиях, связанных с винным туризмом, так как это позволяет винодельческим предприятиям продвигать свою продукцию, тем самым увеличивая свои доходы.

Винный туризм в Крыму, как туристическое направление на текущий момент не обладает большой привлекательностью для туристов. Однако ввиду географического положения Крыма, климатических особенностей региона и культурно-исторического наследия, может более эффективно использовать свой потенциал.

Выводы. Продвижение и развитие винного туризма в Крыму будет способствовать положительному эффекту в развитии, как туристической сферы, делая ее наиболее конкурентоспособной благодаря появлению новых туристических объектов и маршрутов, так и для винодельческих предприятий, способствуя продвижению произведенной продукции и увеличение доходов за счет посещения предприятий туристами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А. В. Бабкин. — М. : Советский спорт, 2008. — 208 с.
2. Коваль Р. Харизма крымского туризма / Р. Коваль, Ю. Исрафилова // Крымский журнал. — 2017. — № 6. — С. 49–55
3. Рахманов А. Б. Глобальное кулинарное пространство и гастрономические стратегии городов России / А. Б. Рахманов // ЭКО. — 2017. — № 3. — С. 91–103.
4. Крым: новый вектор развития туризма в России : монография / В. Н. Шарафутдинов, И. М. Яковенко, Е. А. Позаченюк, Е. В. Онищенко ; под ред. В. Н. Шарафутдинова. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 364 с.

© Е.С. Маслов

УДК 332.13

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ ЮГА РОССИИ: КЛАСТЕРЫ КАК «ТОЧКИ РОСТА»

PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF THE REGIONS OF THE SOUTH RUSSIA: CLUSTERS AS «GROWTH POINTS»

Мохова Е.А., ассистент,
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный
медицинский университет» Министерства
здравоохранения Российской Федерации,
г. Ставрополь

E.A. Mokhova, Assistant Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Stavropol State Medical University» of the
Ministry of Healthcare of the Russian Federation,
Stavropol

Аннотация

В статье приводятся результаты теоретико-практического исследования о роли кластеров как наиболее перспективных «точек роста» регионов Юга России, в ходе которого применялся комплекс общенаучных и специальных методов экономической науки.

Annotation

The article presents the results of a theoretical and practical study on the role of clusters as the most promising "growth points" in the regions of the South of Russia, during which a set of general scientific and special methods of economic science was applied.

Ключевые слова: «точки роста» региона, кластеры, конкурентоспособность региона, регионы Юга России.

Keywords: «points of growth» of the region, clusters, competitiveness of the region, regions of the South of Russia.

Введение. Как известно, современное экономическое развитие российских регионов представляет собой сложный и многогранный процесс, на который оказывает влияние ряд факторов. Это и существующая дифференциация регионов, и «различные экономические, географические, этнокультурные, социальные, политические, межнациональные и межконфессиональные факторы и традиции» [1].

Статья выполнена по шифру специальности ВАК 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (3.1. Пространственная организация национальной экономики; формирование, функционирование и модернизация экономических кластеров и других пространственно локализованных экономических систем).

Цель исследования. Рассмотрение теории и практики формирования «точек роста» региона, роли кластеров как наиболее перспективных «точек роста» регионов, обобщения опыта и перенесения его на регионы Юга России. Исследование проводилось как преимущественно теоретическое с применением комплекса общенаучных и специальных методов экономической науки: методы анализа и синтеза, наблюдения, аналогии, научного познания.

Результаты исследования. На сегодняшний день в теории и практике территориального развития огромную роль играет концепция «точек роста» региона. В ее основе лежит гипотеза французского экономиста Ф. Перру «о несбалансированном или поляризованном экономическом развитии», согласно которой экономический рост имеет «очаговый характер» [2].

К наиболее эффективным инновационным инструментам развития регионов относятся формирование и развитие индустриальных парков (промышленных технопарков) и кластерных структур, в том числе отраслевых, межотраслевых и межрегиональных.

Автором ранее было показано, что, несмотря на представление в современной экономической литературе некоторой тождественности индустриальных парков и кластеров, практика показывает, что это не так [3]. Кластеры, традиционно сгруппированные по географическому признаку, в действительности часто охватывают два и более региона страны. Более того, имеются и межстрановые кластерные образования. При этом индустриальные парки, как локальные территориальные структуры, часто не только формируются внутри того или иного кластера, но и эффективно дополняют кластерные структуры, а в ряде случаев становятся ядрами кластеров.

Применение кластерных технологий в региональном развитии позволяет региону наиболее эффективно интегрироваться как в российскую, так и в мировую экономику, обеспечивает его конкурентоспособность (причем не только самому региону, но и отраслям и даже предприятиям, входящим

в него), позволяет расширить «внедрение инноваций, сократить транзакционные издержки, развивать и укреплять взаимоотношения между бизнесом, наукой и государством» [4].

Формирование эффективных кластерных структур способствует изменению количества и качества, соотношения «внутренних (мобильных) и ввозимых (внешних по отношению к региону) ресурсов» [4]. Это ведет к более результативному вовлечению ресурсов региона в модернизационные процессы, протекающие в регионе, придавая существенный импульс инновационной деятельности, помогая развитию региона в целом. Следовательно, для формирования и дальнейшего развития наиболее перспективных производственно-технологических, агропромышленных, инновационных и других кластеров огромную роль играет концентрация ресурсов хозяйствующих субъектов и региональных органов власти Юга России.

С этой целью необходима выработка оптимального комплекса мер государственной поддержки (институциональных, финансовых, организационных, информационных), адаптированных, с одной стороны, к специфике данного региона, с другой стороны сопряженных с национальными императивами. Этот комплекс мер направлен и на стимулирование кластерных инициатив, и на активизацию межфирменного и государственного взаимодействия в «стратегических приоритетных сферах регионального развития, обладающих наибольшим потенциалом в контексте перспектив нового технологического уклада [5].

Сегодня, согласно карте кластеров России, в нашей стране насчитывается более 110 формальных кластеров, образованных 3450 участниками, численность работников которых насчитывает 1453 тысячи человек [6]. При этом, только 10 процентов формальных кластеров расположены в регионах Юга России (субъекты Северо-Кавказского и Южного федеральных округов).

Однако, практика показывает, что формирование кластерных структур в регионах Юга России идет более активно. Так участники VII форума крупнейших компаний СКФО, организованного аналитическим центром «Эксперт Юг» и прошедшего 27 октября 2017 года в г. Кисловодске «Кластеры как драйвер: партнерство для развития», в качестве примеров эффективного применения кластерных технологий привели «создание проектов Тырныаузского горно-металлургического комбината (Кабардино-Балкарская Республика), а также создания медицинского кластера в Карачаево-Черкесии и действующего кластера на базе предприятия «Арнест» (Ставропольский край) [7].

Более того, текущее развитие территорий макрорегиона, обладающих достаточным инновационным, научным потенциалом, потенциалом высшего профессионального образования, позволяет и дальше проводить эффективную политику кластеризации в различных отраслях народного хозяйства региона. Так, на стадии формирования 4 кластера в Ростовской области

[4]: инновационно-территориальный кластер станкостроения; кластер сельхозмашиностроения; инновационный кластер биотехнологий, кластер «Лег-ТексДон», кроме того, в области проявляются перспективные с точки зрения формирования кластера «точки роста»: инновационно-технологическая, расположенная в Ростовской агломерации; индустриально-промышленная, включающая Восточно-Донбасский, Таганрогский и Волгодонский экономические районы, агроиндустриальный – Миллеровский, Морозовский, Сальский экономические районы и др.

Перспективными для развития агропромышленных кластеров являются Гиагинский, Красногвардейский, Теужский районы республики Адыгеи; Яшкульский район Республики Калмыкии; Кореновский, Динский, Тимашевский, Каневский районы Астраханской области; 4 района Волгоградской области: Городищенский, Еланский, Иловлинский, Урюпинский [8].

Ставропольский край обладает потенциалом для создания и развития фармацевтических кластеров [9]. Проект Стратегического развития Ставропольского края до 2035 года определяет ряд территорий, перспективных для формирования кластеров. Так, предполагается, что регион Кавказских минеральных вод в перспективе станет санаторно-курортным кластером Федерального уровня, предлагается формирование масштабного развлекательного кластера в г. Кисловодске, включающего такие виды развлечений, как экстрим-парк, зону зимних видов спорта, гольф-парк, сафари-парк и др.

Восточная макрозона – г. Буденновск, Буденновский, Левокумский, Нефтекумский муниципальные районы наиболее перспективна для создания Буденновского промышленного кластера с выделением 3-х подкластеров: нефтехимического; агропромышленного; строительного.

Центральная макрозона – г. Светлоград, Петровский, Благодарненский, Ипатовский, Апанасенковский, Туркменский муниципальные районы – формирование Светлоградского агропромышленного кластера.

Также возможно формирование локальных кластеров на основе специфических видов туризма «охота-рыбалка», «этно-туризм», «молодежный туризм», «научно-исторический туризм» по всей территории края. На территории района в с. Прикумка рассматривается размещение туристического лечебно-оздоровительного комплекса «Город здоровья», многофункциональных комплексов туристско-развлекательного и спортивного назначения и курортный комплекс для детей у горы Верблюд.

По мнению автора, перспективным является оформление практически сформированного винодельческого кластера на территории Буденновского и Левокумского районов. В связи с наиболее пригодными (кроме Крыма) для выращивания Стевии крымской климатическими условиями, необходимо проработать и возможность формирования кластера по выращиванию и переработке Стевии.

Выводы. В связи с вышеизложенным, для эффективного процесса кластеризации регионы Юга России, обладают достаточным инновацион-

ным, научным потенциалом, потенциалом высшего профессионального образования для формирования кластеров. Однако, для стимулирования процессов кластеризации на Юге России необходима разработка комплекса мер, включающих меры формирования спроса со стороны средних и крупных компаний, местных властей, населения на объекты инновационной инфраструктуры; обеспечения высококвалифицированными кадрами, которые позволят эффективно внедрить инновации; налаживания взаимодействия бизнеса, государства и вузов при подготовке и переподготовке кадров; государственной поддержки процесса кластеризации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Иванов Н. П. Инновационный менеджмент региональной власти как фактор ускоренного развития территориальной экономики / Н. П. Иванов // Региональная экономика. Юг России. — 2016. — № 1 (11). — С. 25–42.
2. Выявление «точек роста» региона как основы экономической безопасности и устойчивого инвестиционного развития / Е. В. Никулина, М. А. Гайворонская, Е. А. Дынников, А. В. Орлова // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 12. — С. 390–395.
3. Мохова Е. А. «Точки роста» региональной экономики: промышленные парки и кластеры / Е. А. Мохова // Актуальные вопросы развития современного общества : сборник научных статей 8-ой Международной научно-практической конференции (20-21 марта 2018 г.) / Юго-Зап. Гос. Ун-т. — Курск : ЗАО Университетская книга, 2018. — С. 165–169.
4. Игнатова Т. В. Проектный инструментарий разработки и реализации стратегии социально-экономического развития Ростовской области до 2030 года / Т. В. Игнатова, Д. Е. Иванова // Вестник экспертного совета. — 2017. — № 1 (8). — С. 4–10.
5. Матвеева Л. Г. Перспективы и потенциал развития регионов Юга России в условиях антироссийских экономических санкций / Л. Г. Матвеева, А. Ю. Никитаева, О. А. Чернова // Региональная экономика: теория и практика. — 2015. — № 17 (392). — С. 2–12.
6. Карта кластеров России // Сайт Российской кластерной обсерватории. — Режим доступа : <http://clusters.monocore.ru/list>. — Дата доступа : 12 марта 2018 г.
7. Седьмой форум крупнейших компаний СКФО «Кластеры как драйвер: партнерство для развития» // Аналитический центр Эксперт Юг. — Режим доступа : <http://expertsouth.ru/novosti/-klastery-kak-draiver-cto-nuzhno-dlja-r.html>. — Дата доступа : 11 марта 2018 г.
8. Чернова О. А. Роль агроиндустриальных кластеров в формировании точек роста хозяйственного комплекса Юга России / О. А. Чернова,

И. В. Митрофанова // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2017. — Т. 7., № 3В. — С. 326–338.

9. Власти Ставропольского края не отказываются от планов по созданию фармкластера // Фармацевтический вестник. — Режим доступа : https://pharmvestnik.ru/publs/lenta/v-rossii/vlasti-stavropoljskogo-30-10-17.html#.WsOOA0_kUfQ. — Дата доступа : 11 марта 2018 г.

© Е.А. Мохова

УДК 313.42

СИСТЕМА ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

SYSTEM OF FACTORS AFFECTING INFLUENCE ON THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Петрова М.С., обучающаяся группы МО-141-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M.S. Petrova, student, gr. MO-141-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе исследованы теоретические аспекты управления конкурентоспособностью предприятия и современными методами ее повышения. Постоянные изменения в социальной и экономической сферах России, одновременно как расширяют возможности, так и создают серьезные ограничения для каждого человека, стабильности его роста и развития.

Исследование факторов конкурентоспособности предприятия является очень актуальным, что обусловлено ее ростом и необходимостью адаптации предприятий к современным рыночным условиям.

У предпринимателей возникает проблема разработки стратегий деятельности, выбора оптимальной сбытовой политики, определения уровня цен и разработки мероприятий по планированию продаж. Необходимость в нахождении способов повышения конкурентоспособности, прогнозирования объемов продаж товаров и услуг побуждает предприятия к решению вопросов, связанных с формированием и совершенствованием маркетинговой деятельности. Важную роль в эффективной работе предприятий играет правильная организация системы маркетинга.

Annotation

In the work theoretical aspects of personnel competitiveness management and modern methods of its increase are investigated. Constant changes in the social and economic spheres of Russia, both at the same time expand opportunities, and create serious limitations for each person, the stability of his growth and development.

Research of factors of competitiveness of the enterprise is very actual that is caused by its growth and necessity of adaptation of the enterprises to modern market conditions. Businessmen face the problem of developing business strategies, choosing the optimal sales policy, determining the level of prices and developing activities for sales planning. The need to find ways to increase competitiveness, forecast the volume of sales of goods and services, prompts enterprises to address issues related to the formation and improvement of marketing activities. The proper organization of the marketing system plays an important role in the effective operation of enterprises.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, способы повышения конкурентоспособности, факторы конкурентоспособности.

Keywords: competitiveness, competition, ways to increase competitiveness, factors of competitiveness.

Введение. Для любой экономической системы конкурентоспособность является важной составляющей развития общества, выступает объектом пристального внимания ученых, а каждому из этапов развития производительных сил соответствует свое видение экономической природы конкурентоспособности.

Разработка и реализация налаживания доверительных отношений с ценными для предприятия клиентами, создание устойчивых отличительных преимуществ перед конкурентами на рынке для максимизации доходов акционеров, именно в этом и заключается.

Цель исследования. Исследование факторов конкурентоспособности организации, и их влияния на уровень конкурентоспособности организации.

Результаты исследования. Сегодня отечественные предприятия сталкиваются с проблемой конкурентоспособности и повышением ее уровня. Многие рынки и сферы деятельности уже насыщены большим количеством организаций, предприятий, которые прочно удерживают рыночные позиции. Поэтому для современных предприятий особенно важным является выявление конкурентных преимуществ и управление конкурентоспособностью с целью повышения эффективности деятельности.

Существуют различные факторы конкурентоспособности предприятия.

Перечень конкурентных преимуществ предприятия требует некоторых пояснений и комментариев. Так, к внутренним конкурентным преимуществам относятся: производственные; технологические; квалификационные; организационные [2, с. 91]; экономические.

Критерии, которые обеспечивают устойчивые конкурентные преимущества предприятия [1, с. 54]:

- выгода для потребителей;
- рентабельность предприятия;
- уникальность продукции;
- устойчивость (не возможность повторения конкурентами);
- профессионализм работников [3, с. 111].

Таким образом, факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия можно классифицировать как [5, с. 59]:

- производственные – ключевое значение имеют номенклатура и асортимент товаров, качество продукции и возможные объемы ее производства, характер технологии, масштабы производства, обеспеченность основными видами ресурсов, качество ресурсов, инновационный характер производства;

- маркетинговые – ключевое значение имеют исследования и прогнозирование рынка, система продвижения и сбыта товара, ценообразование, рекламная деятельность, обслуживание потребителя;

- финансовые – ключевое значение имеют степень ликвидности, активность, доходность, платежеспособность предприятия, привлечение внешних финансовых ресурсов, инвестирование имеющихся средств, общее финансовое состояние предприятия;

- инновационные – ключевое значение имеет осуществление научно-исследовательских и научно-конструкторских работ (НИОКР) собственными силами, использование заимствованных результатов НИОКР, степень обновляемости продукции, технологии, степень использования информационных технологий;

- кадровые и организационно-культурные – ключевое значение имеют количественный и качественный состав персонала, тип лидера, характер организационных ценностей, коммуникации и процедуры;

- управленческие – ключевое значение имеют тип организационной структуры управления (ОСУ), гибкость и рациональность ОСУ, стиль и методы управления, адаптационные возможности, гибкость и гомеостатичность предприятия [3, с. 71].

Для комплексной оценки конкурентоспособности производства на предприятиях обычно используют такие группы показателей: эффективности производства; финансового состояния предприятия; конкурентного потенциала предприятия; эффективности сбыта и продвижения продукции; социальной эффективности; экологичности производства, конкурентоспособности продукции и имиджа предприятия [4, с. 89].

Маркетинговые основы повышения конкурентоспособности предприятия до недавних пор заключались в обеспечении соответствия товара конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическими, эстетическими характеристиками, но и по коммерческим, и другими условиями его реализации [2, с. 93].

В маркетинговой деятельности конкурентное преимущество позволяет предприятию получить желаемую прибыль и удерживать прочные позиции на рынке. Так ученые предлагают изучать конкурентные позиции предприятия посредством сравнения предприятия, конкурентоспособность которого анализируется с предприятиями-конкурентами. Глобализацион-

ное влияние объясняется кардинальными изменениями в уровне спроса, разрывами между внутренними и мировыми ценами, степенью влияния государства на уровень конкурентоспособности и т.д.

Выводы. Критериями конкурентоспособности товара является стабильность уровня качества, уровень новизны товара, его имидж, информативность, расходы потребителя на его эксплуатацию. Установлено, что качество продукции на 95% зависит от качества организации процессов деятельности, и лишь на 5% от влияния других факторов.

Поэтому большинство ведущих компаний в мире направляют свои усилия на повышение качества продукции, на качественную организацию деятельности на основе маркетинга. Итак, конкурентоспособность продукции является одной из ведущих характеристик состояния предприятия, определяет перспективы его дальнейшего развития. Существуют различные факторы конкурентоспособности предприятия. Современное предприятие должно с большой ответственностью подходить к процессу, как формирования конкурентных преимуществ, так и уделять необходимое внимание факторам конкурентоспособности, которые являются основой формирования конкурентных преимуществ. Коммерческая деятельность в РФ находится в состоянии трансформации под влиянием указанных выше факторов, в ее структуре происходят как количественные, так и качественные преобразования. Даже в период экономической нестабильности в стране, дефицита отечественных и иностранных инвестиций, уменьшения общего количества розничных торговых предприятий развитие торговых сетей, хотя и незначительными темпами, но происходит. Продолжается инновационное развитие ритейла, внедряются новые подходы к осуществлению торговой деятельности с учетом европейских и мировых технологий в торговой отрасли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барден Ф. Взлом маркетинга. Наука о том, почему мы покупаем / Ф. Барден. — М. : Манн, 2016. — 304 с.
2. Батлер Д. Проектируя бизнес. Как захватить рынок, адаптируясь к переменам / Д. Батлер. — М. : Альпина паблишер, 2016. — 306 с.
3. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер. — М. : Альпина Паблишер, 2015. — 211 с.
4. Наумов В. Н. Стратегический маркетинг / В. Н. Наумов. — М. : Инфра-М, 2016. — 272 с.
5. Огилви Д. The Unpublished / Д. Огилви. — М. : Азбука-Аттикус, 2014. — 241 с.

© М.С. Петрова, Т.И. Воробец

МИРОВОЙ ОПЫТ В ОБЛАСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИЛИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

WORLD EXPERIENCE IN THE FIELD OF MANAGEMENT OR INCREASE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES

Пономаренко О.М., обучающаяся группы МГ-432-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

O.M. Ponomarenko, student, gr. MG-432-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В данной работе рассматривается опыт ряда зарубежных стран в управлении качеством, как средства повышения уровня конкурентоспособности предприятий.

Annotation

This work examines the experience of a number of foreign countries in quality management as a means of increasing the level of competitiveness of enterprises.

Ключевые слова: управление качеством, конкурентоспособность, зарубежный опыт, опыт США, опыт Японии.

Keywords: quality management, competitiveness, foreign experience, experience of the USA, experience of Japan.

Введение. Во многих развитых странах огромное значение, в том числе и в контексте конкурентоспособности, уделяется качеству производимой продукции. Для этого большое внимание уделяется сотрудникам как одному из основных компонентов получения качественного продукта и его контроля. В связи с этим в странах Северной Америки, Западной Европы и Восточной Азии широко распространена TQM – концепция тотального управления качеством [1].

Данную тематику исследовали такие отечественные и зарубежные авторы: Р. А. Фатхутдинов, Й. Далгаард, Дж. Окленд, К. Кристенсен, А. Маршалл, О. В. Израйлева, П. С. Завьялов, М. Портер.

Цель исследования. Рассмотреть и проанализировать опыт в области управления и повышения конкурентоспособности предприятий ряда зарубежных стран и выявить возможность использования для повышения конкурентоспособности предприятий в России.

Результаты исследования. Сущность TQM состоит в том, что существует документированная система качества, которая устанавливает ответственность и полномочия всех сотрудников предприятия от директора до работника, а также их взаимодействие в области качества [2].

Система мотивации начала смещаться в сторону человеческого фактора. Материальные стимулы уменьшились, но в то же время увеличились моральные стимулы. Основными мотивами качественной работы стала коллективная работа, признание достижений коллегами и руководством, забота фирмы о будущем сотрудников, их страховании и поддержке семей. Всё большее внимание уделяется обучению. Особенно в Корее и Японии.

TQM – это стратегия компании, которая определяет взаимодействие с клиентами во всех организационных аспектах: она занимается рекламой, продажами, доставкой и обслуживанием клиентов, проектирует и производит новые продукты, выставляет счета и т.д. Данная стратегия базируется на выполнении следующих условий: наличие единого хранилища информации и системы; синхронизация управления и автоматизации с несколькими каналами взаимодействия; непрерывный анализ полученной информации о покупателях и утверждение соответствующих организационных решений.

Тем не менее, отношение к роли качества как к фактору конкурентоспособности компании в Европе и США различно. Таким образом, около 44% опрошенных западноевропейских фирм и почти 54% компаний в США и Тихоокеанском регионе нацелены на удовлетворение потребностей покупателей. Концепция TQM применяется 40% фирм в Европе, более 56% компаний в Соединенных Штатах и более 54% фирм в Тихоокеанском регионе.

В Японии считается, что для того, чтобы обеспечить конкурентоспособность компании на мировом рынке, прежде всего, необходимо обеспечить конкурентоспособность ее продуктов на внутреннем рынке. Это связано с высокими требованиями к товарам внутреннего рынка, а также с очень агрессивным характером конкуренции в стране.

Во многих развитых странах одной из основных областей маркетинговых исследований является поиск новых подходов к повышению конкурентоспособности фирмы и поиск все более и более оригинальных конкурентных преимуществ. Так или иначе, основным условием для решения данной проблемы является информация – ее сбор и анализ [3]. Наравне с системами контроля качества и системами взаимодействия с клиентами современные компании стали переходить к рассмотрению других данных – о конкурентах, что является сущностью бенчмаркинга.

Помимо этого, современная концепция маркетинга требует от иностранных компаний не только способности удовлетворять потребности клиентов, но и делать это лучше, чем конкуренты. Известно, что потребители выбирают те фирмы, которые предлагают лучшие товары, поэтому, например, покупатели автомобилей предпочитают продукты японских компаний «Toyota», «Nissan», «Mitsubishi», немецких «Volkswagen», «Audi», американских «Ford», «Chrysler». Если у фирмы нет конкурентных преимуществ,

она потеряет долю на рынке или, чтобы ее сохранить, должна будет снизить цены.

Развитие, приобретение, использование и сохранение конкурентного преимущества становятся в таких условиях основой для действий компаний в конкурентной среде. В данном случае бенчмаркинг может предоставить гораздо больше возможностей, чем другие конкурентные стратегии, поскольку в современном мире основным фактором конкурентоспособности на национальном, и особенно на мировом рынке, является информация.

Следует отметить, что конкурентная среда в развитых странах намного более насыщена, и поэтому выявление новых факторов для повышения конкурентоспособности чрезвычайно важно, и для достижения данной цели используются широкие и различные методы.

Выводы. Чтобы преодолеть разрыв в области качества, России в ближайшие годы необходимо не только довести техническую оснащенность отечественных предприятий, технологию и культуру производства до уровня ведущих промышленно развитых государств, но и необходимо также решить задачи подготовки в области управления качеством для профессиональных работников всех уровней – работников, специалистов и руководителей организаций – методом современного менеджмента качества.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Михеева Е. Н. Управление качеством: учебник / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Дашков и Ко, 2017. — 532 с.
2. Щепакин М. Б. Управление качеством : учебник / М. Б. Щепакин, А. С. Басюк, В. В. Янова. — Ростов-на-Дону : Феникс ; Краснодар : Кубанский государственный технологический университет, 2014. — 256 с.
3. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз : [монографія] / В. М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима. — Сімферополь : ВД «АРІАЛ», 2010. — 472 с.

© О.М. Пономаренко, Т.И. Воробец

УДК 339.1

ДЕЛОВОЙ КЛИМАТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

BUSINESS CLIMATE OF BUSINESS IN THE RUSSIAN FEDERATION

Станкевич А.А., к.э.н., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Stankevich,
Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье автор проанализировал текущее состояние делового климата в различных государствах и в России в отдельности, отметил, что анализируются показатели целым рядом международных организаций. Автор выразил субъективное мнение, что большая часть организаций была искусственно создана для манипуляции целым рядом государств основными ведущими международными компаниями. Также автор рассмотрел проблемы совершенствования делового климата на региональном уровне, проанализировал оценки привлекательности стран и существующих рисков ведения в них деловых операций, перспективы и способы улучшения бизнес-климата в современных условиях. Были проанализированы рейтинги: условия ведения бизнеса, индекс демократии, индекс экономической свободы, индекс развития человеческого потенциала, индекс операционного и политического, финансового и экономического риска, индекс восприятия коррупции в России за последние два года. Автор считает, что изменение ситуации с привлечением в экономику прямых инвестиций коренным образом может изменить ведение российского бизнеса, который зависит от состояния делового климата в стране.

Annotation

In the article the author analyzed the current state of the business climate in different countries and in Russia separately, noted that the indicators are analyzed by a number of international organizations. The author expressed a subjective opinion that most of the organizations were artificially created for manipulation by a number of states of the main leading international companies. Also, the author examined the problems of improving the business climate at the regional level, analyzed assessments of the attractiveness of countries and the existing risks of doing business in them, prospects and ways to improve the business climate in modern conditions. The ratings were analyzed: the business conditions, the democracy index, the economic freedom index, the human development index, the operational and political, financial and economic risk index, and the corruption perception index in Russia for the last two years. The author believes that changing the situation with attracting direct investments into the economy can radically change the conduct of Russian business, which depends on the state of the business climate in the country.

Ключевые слова: инвестиции, коррупция, деловые операции, риск, экономика.

Keywords: investment, corruption, business operations, risk, economy.

Введение. Данные о деловом климате в различных государствах анализируются и предоставляются целым рядом международных организаций. Зачастую такие данные предоставляются в виде оценочной шкалы и выстраиваются в виде рейтинга стран. Страновые рейтинги становятся ориентирами для многих государственных и в целом некоммерческих структур, работающих под контролем общественности и вынужденных принимать решения о расширении или смене своих зон активности [9, с. 4-9].

Комплексные рейтинги, характеризующие те ли иные аспекты делового климата в разных странах, периодически публикуются ведущими экономическими журналами мира. Повышение уровня делового климата включает 22 проекта, направленных на улучшение защиты прав инвесторов, повышение доступности инфраструктуры, упрощение регистрации прав собственности, обеспечение квалифицированными кадрами, совершенствование таможенного и налогового администрирования и т.д.

Цель исследования – анализ проблем совершенствования делового климата на региональном уровне, анализ оценок привлекательности стран и рисков ведения в них деловых операций, выявление перспектив и способов улучшения бизнес-климата в современных условиях.

Результаты исследования. Специальные рейтинги могут быть посвящены как отдельным показателям, так и полной концепции развития государства. Деловой климат ведения бизнеса в Российской Федерации принято анализировать и выявлять перспективы ведения бизнеса глобальными компаниями с помощью следующих оценок привлекательности стран и рисков ведения в них деловых операций, как: условия ведения бизнеса – Российская Федерация в 2017 году заняла 40-е место в новом рейтинге Doing Business – 2017 Всемирного банка (публикуется ежегодно) [2]; индекс демократии – Россия в 2016 году заняла 134-е место (публикуется один раз в два года) [1]; индекс экономической свободы – согласно данного индекса Россия признана страной преимущественно с несвободной экономикой и занимает в 2017 году 153-е место (публикуется ежегодно) [3]; индекс развития человеческого потенциала – Россия занимает 50-е место (публикуется ежегодно) [7].

Соглашаемся с мнением Заернюка В. М., что изменение ситуации с привлечением в экономику прямых инвестиций коренным образом может изменить ведение российского бизнеса, который зависит от состояния делового климата в стране. Но, стоит отметить, что источником прямых инвестиций за последние годы был возврат капитала из оффшорных зон, что не позволяет судить насколько полезен такой приток для реальной экономики [4, с. 40-43].

Немаловажным остается анализ ключевых рисков: рыночного, операционного, капитального, политического, финансового и юридического [11, с. 127-132]. Оценку вышеперечисленных индексов дает международная организация, а именно PRSGroup, которая проводит исследования по индексу операционного и политического риска, согласно которому Россия занимает в 2017 году 36-е место из 50 стран и оценку политического, финансового и экономического риска (включены 146 государств) [6; 8].

Последним в рейтинге по исследованию делового климата рассмотрим индекс восприятия коррупции в России. Согласно исследованиям, которые проводятся Transparency International, Россия занимает 131-е место из 176 стран, внесенных в данный реестр [5]. Стоит отметить, что рассчитать

индекс восприятия коррупции трудно в связи с множеством показателей и факторов, оказывающих влияние на ее рост [10, с. 5].

Выводы. Подводя итоги по исследованию о деловом климате в различных государствах и в России в отдельности, можем отметить, что анализируются показатели целым рядом международных организаций. Имеем субъективное мнение, что большая часть организаций была искусственно создана для манипуляции целым рядом государств основными ведущими международными компаниями.

В статье автор рассмотрел проблемы совершенствования делового климата на региональном уровне, проанализировал оценки привлекательности стран и рисков ведения в них деловых операций, перспективы и способы улучшения бизнес-климата в современных условиях. Были проанализированы рейтинги: условия ведения бизнеса, индекс демократии, индекс экономической свободы, индекс развития человеческого потенциала, индекс операционного и политического, финансового и экономического риска, индекс восприятия коррупции в России за последние два года.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Democracy Index // Рейтинг стран мира по индексу демократии. — Режим доступа : <http://gtmarket.ru/ratings/democracy-index/info>. — Дата доступа : 05.03.2018.

2. Doing Business [Электронный ресурс] // Условия для ведения бизнеса в России (рейтинг Doing Business) . — Режим доступа : <https://dag.life/2017/04/01/usloviya-dlya-vedeniya-biznesa-v-rossii-rejting-doing-business/>. — Дата доступа : 05.03.2018.

3. Index of Economic Freedom // Рейтинг стран мира по уровню экономической свободы по версии Heritage Foundation. — Режим доступа : <http://gtmarket.ru/ratings/index-of-economic-freedom>. — Дата доступа : 05.03.2018.

4. Заернюк В. М. Привлечение прямых иностранных инвестиций на современном этапе: проблемы, пути решения / В. М. Заернюк // Научный альманах. — Тамбов : ООО «Консалтинговая компания Юком». — 2017. — № 9-1 (35). — С. 40–43.

5. Индекс восприятия коррупции // Corruption Perceptions Index. — Режим доступа : <https://transparency.org.ru/research/index-vospriyatiya-korrupsii/>. — Дата доступа : 05.03.2018.

6. Индекс операционного и политического риска // HRRP. — Режим доступа : <http://www.beri.com/Publications/HRRP.aspx>. — Дата доступа : 05.03.2018.

7. Индекс человеческого потенциала // Программа развития ООН: индекс человеческого развития в странах мира на 2015 год. — Режим доступа : <http://gtmarket.ru/news/2015/12/16/7285>. — Дата доступа : 05.03.2018.

8. Оценка политического, финансового и экономического риска // International Country Risk Guide. — Режим доступа : <http://epub.prsgroup.com/products/icrg/international-country-risk-guide-icrg>. — Дата доступа : 05.03.2018.

9. Панкрухин А. П. Рейтинги стран / А. П. Панкрухин // Практический маркетинг. — М. : Агентство «BCI Marketing». — 2013. — № 3 (193). — С. 4–9.

10. Поляков С. В. Прогнозирование изменения показателя индекса восприятия коррупции в России / С. В. Поляков // Ученые записки. — Владимир : Владимирский филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». — 2017. — Т. 1, № 21. — С. 5.

11. Фадеева Е. П. Моделирование и декомпозиция инвестиционного риска: выявление, ранжирование и расчет значений образующих его ключевых рисков / Е. П. Фадеева, А. Н. Титов, Р. Ф. Тазиева // Вестник Казанского технологического университета. — Казань : КНИТУ. — 2017. — Т. 20, № 24. — С. 127–132.

© А.А. Станкевич

УДК 331.5

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ТРУДА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ ПОСЛЕ ВХОЖДЕНИЯ В СОСТАВ РФ

TRANSFORMATION OF THE LABOR MARKET OF THE REPUBLIC OF CRIMEA AFTER ITS JOINING THE RUSSIAN FEDERATION

Царенко Н.В., к.э.н., доцент,
Хмеленко П.С., обучающийся группы МО-331-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N.V. Tsarenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
P.S. Khmelenko, student, gr. MO-331-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Рассмотрена ситуация, сложившаяся на рынке труда Республики Крым. Выявлены проблемы и причины сложившейся ситуации, а также изменения на рынке труда Республики Крым после вхождения в состав Российской Федерации. Предложены мероприятия по решению проблем, выявленных на рынке труда Республики Крым.

Annotation

The situation, which developed on the labor market of the Republic of Crimea, is considered. The problems and reasons of the current situation, as well as changes in the labor market of the Republic of Crimea after its joining the Russian Federation are revealed. The measures aimed at solving problems are proposed.

Ключевые слова: рынок труда, Республика Крым, трансформация рынка труда.

Keywords: labor market, the Republic of Crimea, the transformation of the labor market.

Введение. Одними из важнейших показателей развития региона является уровень безработицы и занятость местного населения. Вовлеченность населения в трудовые процессы является основой повышения благосостояния и качества жизни, способствует социальному развитию, самореализации посредством общественно-полезной деятельности, составляет необходимое условие для воспроизводства рабочей силы.

Цель исследования – изучить вопросы трансформации на рынке труда Республики Крым после вхождения в состав Российской Федерации.

Результаты исследования. Рынок труда и занятость населения Республики Крым за период с 2014 г. претерпели существенные изменения.

Численность экономически активного населения в Республике Крым по итогам 2014 года составляла 878,1 тыс. человек. Уровень экономической активности населения в регионе – 60,3%. Уровень общей безработицы в 2014 году в РК составлял 6,5%. Уровень общей безработицы по Российской Федерации за аналогичный период составлял 5,3% [1].

На конец декабря 2015 года вырос уровень трудоустройства незанятых и безработных граждан, обратившихся в органы службы занятости за содействием в трудоустройстве: с 50% в 2014 году до 61,9% в 2015 году. В четвертом квартале 2015 года уровень безработицы экономически активного населения в возрасте 15-72 лет составил 6,7% [2].

По данным Росстата численность экономически активного населения Республики Крым за 1 квартал 2017 года составила 917,9 тыс. чел., из них 851,0 тыс. чел. или 92,7% занято в экономике. Уровень безработицы экономически активного населения в возрасте 15-72 лет составил 7,3% (по РФ – 5,4%). Количество актуальных вакансий на 01.04.2017 составило 12 168 единиц (на 15,4% больше, чем на 01.04.2016 – 10 544 единиц). Уровень трудоустройства незанятых и безработных граждан, обратившихся в органы службы занятости за содействием в трудоустройстве, в январе-марте 2017 года составил 51,2%. Дополнительное профессиональное образование в январе-марте 2017 года получили 11,8 тыс. безработных [3].

В январе-феврале 2018 года территориальными отделениями ГКУ «Центр занятости населения» признано безработными 1793 человека, что на 17,7% меньше, чем в прошлом году (2 179 человек). На конец февраля состояли на учёте в центрах занятости населения 6 294 безработных, что на

689 человек меньше, чем год назад (6 983 чел.). В Симферополе на 1 ищущего работу приходится более 7 предложений, в Ялте – свыше 3 предложений приложения труда. Ситуация обратная в сельскохозяйственных районах, Первомайском, Советском, Нижнегорском, Раздольненском и в Красноперекопском регионе, где на 1 вакансию претендуют более 2 человек. Из общего числа актуальных на конец февраля 2018 года вакансий потребность по рабочим профессиям составила 50,6%. [4].

Однако статистические данные не отражают проблемы и характер трансформаций, происходящих на рынке труда Республики Крым.

«РИА РЕЙТИНГ» были собраны статистические данные по 15 показателям за 9 месяцев 2017 года, наиболее полно отражающие текущее социально-экономическое положение. Это сведения по демографии, уровню заработной платы, доходам региональных бюджетов, размеру ВРП на душу населения, инфляции, инвестициям, обороту розничной торговли, количеству юридических лиц и индивидуальных предпринимателей и др. На основании этих данных установлено, что в рейтинге социально-экономического развития регионов (СЭР), Республика Крым уверенно перешла из «Регионов третьей группы» — субъектов России с наихудшими значениями общего индекса социально-экономического развития в «Регионы второй группы» — субъекты, одновременно демонстрирующие лучшие значения по одним показателям и неудовлетворительные по другим, разместившись на 55 месте из 85 субъектов Российской Федерации. Такое положение в данном рейтинге, отражает хорошую динамику СЭР Республики, однако в абсолютных значениях значительно отстает от регионов – лидеров, что обусловлено низкой стартовой базой [5].

Необходимо отметить наметившееся за последние годы смещение в структуре занятости из непроизводительного сектора в производительный (рост в промышленности – 1,7%, в строительстве – 0,6%), возрождение судостроительной отрасли (Юго-Восточный кластер), которая становится одним из драйверов подъема экономики РК, привлечения высококвалифицированной рабочей силы и научных кадров.

Изменения на рынке труда Республики Крым после вступления в Российское правовое поле обусловлены рядом причин, среди которых можно выделить:

- прекращение деятельности ряда предприятий, которые не смогли переориентироваться на внутренних поставщиков и поставщиков с материковой части России. Постановка на учет в службу занятости и получение материальной и консультационной поддержки части работников закрывшихся предприятий;
- переход на самозанятость части работников ликвидированных предприятий;
- приток на рынок труда Республики Крым трудоспособного населения с материковой части России;
- отток трудоспособного населения Крыма на материковую часть РФ;

- создание новых рабочих мест, связанных с реализацией различных федеральных и региональных программ, образованием новых предприятий;
- повышение спроса на специалистов различных специальностей и квалификации в таких сферах, как строительство, логистика и др.;
- приток рабочих мигрантов из стран СНГ, ДНР, ЛНР.

Данные процессы привели к трансформации рынка труда Крыма, основными изменениями на котором стали:

- смещение профессиональных балансов;
- увеличение доли трудовых мигрантов;
- ускорение адаптации рынка труда к новым условиям;
- увеличение конкуренции на рынке труда.

Наряду с положительными изменениями, такими как увеличение рабочих мест, повышение доли занятого населения и др., на рынке труда Республики Крым возникли следующие проблемы:

- несоответствие между потребностями предприятий в сотрудниках разных специальностей и квалификации и реальным предложением;
- недостаточность знаний в сфере российского трудового законодательства, законов, норм и правил в профессиональных сферах и предпринимательской деятельности у местного трудового населения;
- недостаток образовательных заведений и программ по переобучению и повышению квалификации специалистов.

Для устранения выявленных на рынке труда Крыма проблем необходимо:

- усовершенствовать систему переподготовки специалистов и повышения профессиональных компетенций управленческих кадров предприятий и организаций различного уровня в рамках российского правового поля, в том числе на базе КФУ им. Вернадского;
- максимально использовать трудовые ресурсы РК при реализации целевых федеральных и региональных программ развития;
- совершенствовать условия для развития системы самозанятости населения Республики Крым;
- создать необходимые условия для перевода «серого» рынка труда в правовое поле.

Выводы. После вхождения Крыма в состав Российской Федерации на рынке труда республики произошли существенные количественные и качественные трансформации, связанные с показателями занятости населения и возрождением ряда отраслей. Несмотря на положительные тенденции по ряду показателей, существуют проблемы, от решения которых будет зависеть эффективность функционирования рынка труда Республики Крым, уровень благосостояния населения, экономическое положение и привлекательность региона в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Итоги социально-экономического развития Республики Крым за 2014 год // Министерство экономического развития Республики Крым. — Режим доступа : http://minek.rk.gov.ru/file/File/2015/02-February/09/macro_2014_16-02.pdf. — Дата доступа : 21 марта 2018 г.

2. Рынок труда и занятость населения // Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю. — Режим доступа : http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/ru/statistics_fo/employment/. — Дата доступа : 21 марта 2018 г.

3. Итоги социально-экономического развития Республики Крым за январь-март 2017 года // Министерство экономического развития РК. — Режим доступа : http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2017/analiz_SE/macro/macro_03-2017-v11052017.pdf. — Дата доступа : 21.03.2018.

4. Рынок труда Республики Крым в январе 2018 года // Государственное казенное учреждение Республики Крым «Центр занятости населения». — Режим доступа : <http://czrk.ru/o-rynke-truda/2075-rynok-truda-respubliki-krym-v-yanvare-fevrale-2018-goda.html>. — Дата доступа : 21 марта 2018 г.

5. Итоги социально-экономического развития регионов 9 месяцев 2017 года // ООО «РА «РИА Рейтинг». — Режим доступа : <http://riarating.ru/regions/20171116/630076555.html>. — Дата доступа : 21 марта 2018 г.

© Н.В. Царенко, П.С. Хмеленко

УДК 338.465

ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИЧЕСКОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ НА ПРИМЕРЕ ГУП РК «КРЫМЭНЕРГО»

PROBLEMS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE ELECTRIC POWER COMPLEX OF THE REPUBLIC OF CRIMEA BY THE EXAMPLE OF THE STATE UNITARY ENTERPRISE OF THE REPUBLIC OF CRIMEA «KRYMENENERGO»

Ячменев Е.Ф., к.э.н., доцент,
Тимаев Д.А., обучающийся группы МИ-241-з,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.F. Yachmenev,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
D.A. Timaev, student, gr. MI-241-z,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассматриваются проблемные вопросы внедрения инновационных технологий в ГУП РК «Крымэнерго». Анализируются проблемы энергетического комплекса Республики Крым после присоединения к Российской Федерации. Обозначены трудности на пути внедрения инноваций в энергетическую сферу экономики Крыма.

Annotation

The paper considers the problematic issues of introduction of the innovative technologies in the State unitary enterprise of the Republic of Crimea «Krymenergo». Analyzed the problems of the energy complex of the Republic of Crimea after the accession of the Russian Federation. Difficulties on the way of introduction of innovations into the energy sphere of the economy of the Crimea are indicated.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, энергосбережение, модернизация, энергетика.

Keywords: economic security, economic security criteria, approaches to the evaluation of the economic security.

Введение. Государственное унитарное предприятие Республики Крым «Крымэнерго» (далее ГУП РК «Крымэнерго») – самая крупная энергетическая компания Крымского полуострова, основной задачей которой является обеспечение надежного и безопасного электроснабжения потребителей Республики Крым.

ГУП РК «Крымэнерго» выполняет функции гарантирующего поставщика электроэнергии и сетевой компании, оказывая услуги по передаче электрической энергии, посредством магистральных (220-330 кВ) и распределительных (0,4-6-10-35-110 кВ) электрических сетей энергосистемы. Предприятие поставляет электроэнергию свыше 800 000 бытовым абонентам и более 23 000 потребителям – юридическим лицам, имеющих около 60 000 точек учета [1].

Более 70% электрооборудования, установленного на подстанциях и линиях электропередач ГУП РК «Крымэнерго» превысило нормативный срок эксплуатации, при этом использование физически изношенного электротехнического оборудования и изделий требует дополнительных эксплуатационных затрат, что приводит к необходимости внедрения инновационных технологий в энергетической сфере.

Цель исследования. Рассмотрение проблемных вопросов инновационно-инвестиционного развития электроэнергетического комплекса Республики Крым на примере ГУП РК «Крымэнерго».

Результаты исследования. Электроэнергетика, с точки зрения инновационного развития, – это сфера, которая отличается своей консервативностью. Срок эксплуатации электрооборудования в электросетевом комплексе составляет 20-30 лет, что и обуславливает длительный период окупаемости

инвестиций в данном направлении. Несмотря на это, инновационное развитие – важный инструмент, который обеспечивает эффективный рост показателей деятельности энергетического предприятия.

В 2017-2019 гг. в ГУП РК «Крымэнерго» вопрос реконструкции электросетей 110-330 кВ является основным, в связи с предстоящим вводом Таврической ТЭС, Балаклавской ТЭС, расширением Сакской ТЭЦ и Камыш-Бурунской ТЭЦ. Расширение и строительство новых источников генерации электрической энергии приведет к увеличению суммарной мощности, для транзита которой, необходимо заменить морально и физически устаревшее оборудование подстанций 110-330 кВ и увеличить пропускную способность линий электропередач 110-330 кВ, участвующих в схеме выдачи мощности (далее СВМ). Основные мероприятия, включенные в инвестиционную программу ГУП РК «Крымэнерго» 2017-2019 гг., направленные на реализацию СВМ представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Мероприятия, включенные в инвестиционную программу
ГУП РК «Крымэнерго» 2017-2019 гг., направленные
на реализацию СВМ**

Мероприятие	Стоимость, млн. руб.
Технологическое присоединение вновь сооружаемых объектов по производству электрической энергии установленной (максимальной) мощностью 122 МВт Сакских тепловых сетей АО «Крымтеплоэлектроцентраль»	360,70
Техническое перевооружение ПС Кубанская, ПС Восточная, ПС Северная, ПС Марьино, ПС Набережная, ПС Южная, ПС Центральная для организации заходов ВЛ 110 кВ для подключения Симферопольской ТЭС	989,87
Заходы на ВЛ 110 кВ и 330 кВ для подключения Симферопольской ПГУ-ТЭС. Прочие мероприятия схемы выдачи мощности Симферопольской ПГУ-ТЭС	1921,26
Высоковольтная линия от тепловой электрической станции Севастопольская – подстанция 330 Севастополь, заходы на высоковольтную линию 330 кВ, расширение подстанции Севастополь	1222,24
Итого	4494,07

Источник: составлено авторами по материалам [2].

Исходя из вышеуказанного только для реализации СВМ – ГУП РК «Крымэнерго» за 2017-2019 гг. требуется выделить 4 494,07 млн. руб. с НДС.

Следует отметить, что физический износ оборудования и низкая пропускная способность линий электропередач – это не единственный фактор необходимости модернизации оборудования. На текущий момент в ГУП РК «Крымэнерго» 45 подстанций 35-110 кВ с отсутствием свободной для технологического присоединения потребителей трансформаторной мощности

и около 27 подстанций 35-110 кВ с резервом мощности до 10% – это означает, что в ближайшее время необходимо выполнить замену существующих трансформаторов на трансформаторы большей мощности, для чего требуется привлечение значительных финансовых ресурсов [3; 4].

Учитывая вышеизложенное, можно отметить, что в инновационном развитии ГУП РК «Крымэнерго» одну из важнейших ролей занимает финансовая составляющая.

После анализа финансирования и освоения денежных средств (табл. 2) в рамках инвестиционной программы ГУП РК «Крымэнерго» видно, что, начиная с 2015 г. по 2017 г. выполнение запланированных мероприятий по строительству новых объектов, реконструкции и модернизации энергообъектов составило не более 31%, в результате чего сумма инвестиционной программы 2018 г. уменьшена на 36%.

Таблица 2

Инвестиционная программа ГУП РК «Крымэнерго» в 2015-2018 гг.

Год	План, согласно утвержденной инвестиционной программы млн. руб. с НДС	Выполнение млн. руб. с НДС	Процент выполнения
2015	1 763,52	86,5176	5%
2016	5 677,56	1 045,1142	18%
2017	5 635,22	1 727,7088	31%
2018	3 627,97		

Источник: составлено авторами по материалам [2].

К основным причинам невыполнения инвестиционной программы можно отнести:

- длительную процедуру проведения электронного аукциона;
- длительное согласование крупных сделок в Министерстве топлива и энергетики Республики Крым;
- длительное согласование заданий на проектирование, проектной и рабочей документации с Филиалом АО «СО ЕЭС» «Региональное диспетчерское управление энергосистемы Республики Крым и г. Севастополя» (Черноморское РДУ);
- задержку выполнения работ по вине подрядчика.

Таким образом, инвестиционный менеджмент ГУП РК «Крымэнерго» в области инновационного развития необходимо совершенствовать с учетом вышеперечисленных проблем. При этом следует обратить внимание на тот факт, что инвестиционная программа на предприятии реализуется в основном за счет бюджетного финансирования и собственных оборотных средств, без привлечения сторонних инвесторов, в связи с тем, что инвесторы не имеют четкого представления об объектах вложения или перспективах инвестирования.

Выводы. Подводя итог, можно сделать вывод, что на текущий момент необходимо провести целый ряд мероприятий по качественному усилению работы по разработке систем управления инновационными процессами в ГУП РК «Крымэнерго» с целью своевременной реализации мероприятий, включенных в инвестиционную программу на 2018 г.

Следует также отметить, что на данном этапе инновационного развития ГУП РК «Крымэнерго» бюджетное финансирование имеет особое значение. Комплексная экономическая политика государства может обеспечить инвестиционную привлекательность электроэнергетики. При этом государственное финансирование может быть разнообразным: от регулирования денежных средств, остающихся в распоряжении предприятия в результате амортизации или частичного освобождения от налогообложения, до предоставления широкомасштабных государственных кредитов на развитие энергетического комплекса, что поспособствует привлечению потенциальных инвесторов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О предприятии // Официальный сайт ГУП РК «Крымэнерго». — Режим доступа : <http://gup-krymenergo.crimea.ru/about>. — Дата доступа : 01.04.2018.

2. Инвестиционная программа // Официальный сайт ГУП РК «Крымэнерго». — Режим доступа : <http://gup-krymenergo.crimea.ru/index.php/infodiscl/invprog>. — Дата доступа : 01.04.2018.

3. Информация о наличии объема свободной для технологического присоединения потребителей трансформаторной мощности с указанием текущего объема свободной мощности по центрам питания (ЦП) напряжением 35 кВ и 110 кВ по состоянию на 29.01.2018 г. // Официальный сайт ГУП РК «Крымэнерго». — Режим доступа : http://gup-krymenergo.crimea.ru/files/techconn/availcap/power_35-110_180129.pdf. — Дата доступа : 01.04.2018.

4. Ячменев Е. Ф. Инновационно-инвестиционный процесс в электроэнергетическом комплексе Республики Крым / Е. Ф. Ячменев, Д. А. Тимаев // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVIII региональной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры менеджмента, г. Евпатория, 02-03 декабря 2016 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 17–20.

© Е.Ф. Ячменев, Д.А. Тимаев

СЕКЦИЯ 2. САНКЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 338.482

НАПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ КРЫМА

DIRECTIONS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF HOTELS IN CRIMEA

Хатикова З.В., к.э.н., доцент,
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,
г. Севастополь

Z.V. Khatikova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of
Economics, Sevastopol

Аннотация

В статье рассмотрены основные направления инновационной деятельности гостиничных предприятий полуострова Крым. Обоснована необходимость внедрения предприятиями гостиничной сферы продуктовых и технологических инноваций. Определены уровни использования инновационных практик в деятельности средств размещения.

Annotation

In the article the main directions of innovative activity of hotels of the Crimean Peninsula are considered. The necessity of introduction of product and technological innovations by the enterprises of the hotel business is grounded. The levels of use of innovative practices in the operation of accommodation facilities are determined.

Ключевые слова: средства размещения, инновационная деятельность, гостиничный продукт, гостиничные услуги.

Keywords: accommodation, innovative activity, hotel product, hotel services.

Введение. Активное всесторонне развитие туристской индустрии является необходимым и обязательным условием эффективного функционирования экономики полуострова Крым. При этом, введенные в 2014 г. санкции стали основанием для поиска новых способов и путей обеспечения привычного туристского потока и его увеличения. В этой связи особую актуальность приобретает деятельность по формированию инновационных и нестандартных подходов предприятиями индустрии туризма. Особенно данный аспект касается поставщиков услуг, к которым относятся и средства размещения.

Цель исследования – выявление направлений и уровней, по которым предприятию гостиничной сферы целесообразно осуществлять инновационную деятельность, обеспечивающую его развитие и высокий показатель загрузки.

Результаты исследования. Следует отметить, что значительное количество гостиниц Крыма «вошли» в Российскую Федерацию с пониманием необходимости внедрения инновационных практик как на уровне персонала, так и на уровне продукта. Однако, в настоящее время для многих гостиничных предприятий полуострова задача пересмотра существующих практик и нового взгляда на предоставляемую услугу, которая могла быть конкурентоспособной по всем параметрам, начиная от стоимости и заканчивая качеством, является насущной.

Инновационный подход в сфере гостеприимства – это не только использование современных информационных технологий и предоставление новых услуг, это целый комплекс нововведений, затрагивающих абсолютно все сферы управления (управление качеством, финансами, персоналом и т. п.), причем более эффективной инновационная политика организации будет в случае одновременного ведения разных типов новшеств [1].

Безусловно, все изменения должны начинаться внутри предприятия и особое внимание в этой связи должно быть уделено корпоративной культуре. Корпоративную культуру определяет формула: общие ценности – взаимовыгодные отношения и сотрудничество – добросовестное организационное поведение [2].

Она является фундаментом для формирования политики поведения, деловой этики, внутренних стандартов обслуживания, в том числе и положений, являющихся обязательными к исполнению: правила внутреннего трудового распорядка, кодекс поведения сотрудников отеля, внешний вид сотрудника.

Далее создается базисный стандарт управления, цель которого – разработка и внедрение общих правил для отеля, направленных на создание и поддержание функций эффективного управления [3]. Разработанные в соответствии с международными требованиями внутренние инструкции позволяют, при грамотном их применении, гарантировать гостю высокий качественный уровень предоставления услуг, отвечающий современным требованиям.

Продолжением стандарта является применение системы контроля их исполнения, позволяющей провести анализ и получить полную картину действий персонала во время контакта с гостем и определить возможные недочеты для последующей корректировки.

Особое внимание отеля должны уделить использованию передовой техники и технологии. Программы бронирования, CRM-системы, системы безопасности гостя – обязательный пакет современного отеля, стремящегося к высоким показателям прибыли и загрузки. Автоматизация позволяет

повысить оперативность всех процессов и эффективно управлять взаимоотношениями с гостями.

Следующий момент касается внешнего аспекта, т.е. самого гостиничного продукта. Здесь важно учитывать два подхода: один касается увеличения спектра дополнительных и сопутствующих услуг, а также расширения предложения по основной услуге, второй должен учитывать материальные и нематериальные составляющие продукта. Синергетический эффект, инновационность и лояльность со стороны потребителя будут обеспечены только в случае взаимного учета указанных подходов.

Гостиничные предприятия Крыма, понимая сложившуюся конкурентную ситуацию и растущие потребности гостя, обновляют и трансформируют свои предложения, а также разрабатывают новые виды услуг, т.е. осуществляют продуктовые инновации. Наличие тренажерного зала, бассейна (открытого и крытого), комплекса банных культур, SPA-зон, конференц-залов является естественной составляющей инфраструктуры отеля. Более того, большая часть услуг из раздела дополнительных переходит в основные, входя в стоимость проживания. Особое внимание в настоящее время уделяется и сопутствующим услугам – расширяется их спектр, что позволяет гостям, не покидая территории отеля, реализовывать возникающие потребности.

Для уже функционирующих гостиничных предприятий мероприятиями инновационного характера могут стать решения в отношении необычного дизайна отдельных номеров (определенный стиль номера, создание интерьера в сотрудничестве с известными дизайнерами, известными персонами и т.п.). Более того, отелем может быть предусмотрено размещение с животными. В настоящее время многие гости путешествуют со своими питомцами и в ответ на возникающий спрос средства размещения выделяют часть номерного фонда для таких постояльцев, предварительно осуществив переоснащение номеров.

С момента проектирования новых отелей должны приниматься во внимание инновационные подходы, позволяющие выделить отель среди конкурентов и обеспечить выгодную кампанию по позиционированию. Это может касаться необычного архитектурного решения здания гостиницы, инфраструктурных особенностей (собственный зоопарк, библиотека, парк и т.п.), целевой аудитории (специализация на гостях определенной религии, пола, стиля жизни), и, безусловно, технологических новинок.

Выводы. Таким образом, для гостиничных предприятий полуострова направления инновационной деятельности должны затрагивать как внутренние процессы, так и сам предоставляемый гостиничный продукт. И в этом отношении введенные санкции являются больше толчком для развития и внедрения новинок, позволяющих достойно отвечать потребностям современного взыскательного гостя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гареев Р. Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса / Р. Р. Гареев // Молодой ученый. — 2017. — №2 (136). — С. 382–384. — Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/136/38281/>. — Дата доступа : 02 апреля 2018 г.

2. Латфуллин Г. Теория менеджмента : Учебник для вузов / Г. Латфуллин, А. Никитин, С. Серебренников. — 2-е изд. — Стандарт третьего поколения. — СПб. : Питер, 2014. — 464 с.

3. Хатикова З. В. Внутренние стандарты обслуживания в индустрии гостеприимства / З. В. Хатикова // Ученые записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств) Культура евразийского региона: материалы III международной научно-практической конференции «Культура в евразийском пространстве: традиции и новации» г. Барнаул, 25-26 мая 2017 г. : науч. журн. — Барнаул : Изд-во АГИК, 2017. — №3 (13) 2017. — С. 102–105.

© З.В. Хатикова

УДК 339.7

КРИПТОВАЛЮТЫ И ЭКОНОМИКА

CRYPTOCURRENCIES AND ECONOMY

Храпко В.Н., к.б.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.N. Khrapko,
Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе описаны основные свойства криптовалют, отмечены их положительные и отрицательные стороны, представлены перспективы их развития и влияние на экономику.

Annotation

The main crypto currencies features were investigated. The current situation and future of crypto currencies were described and evaluated. The influence on economy is investigated.

Ключевые слова: криптовалюты, свойства криптовалют, влияние на экономику.

Keywords: crypto currencies, crypto currencies' features, impact on economy.

Введение. Около десяти лет назад (в 2009 году) сложились условия для появления такого экономического объекта как суррогатные деньги – криптовалюты или к-валюты. Создатель (или создатели) первой популярной криптовалюты – биткойна, реализовывал идеи свободного обмена и децентрализованного создания средств обмена.

В настоящее время на финансовых рынках насчитывается более 1000 вариантов криптовалют. В [1] проведен некоторый предварительный анализ этих к-валют. В частности, там указано, что по объемам сделок, проведенных в той или иной криптовалюте, лидирует биткойн, кроме этого, в работе перечислены десять самых популярных криптовалют.

Цель исследования. Использование криптовалют в экономике имеет короткую историю. Об их значении имеются противоречивые мнения, поэтому в работе проведен краткий анализ криптовалют и рассмотрены перспективы их использования.

Результаты исследования. По принятой в марксизме теории денег выделяют несколько функций денег. Из них основные – это свойство денег, как средства обмена, и свойство денег, как меры стоимости. В случае, если оплата деньгами происходит позднее момента совершения сделки, то тогда считается, что деньги выполняют еще одну функцию – функцию средства платежа (по долгам).

В обзоре Малкиной М. Ю. [2] приводится несколько концепций или определений сущности денег. В частности, она отмечает, что у Дж. Кейнса – деньги наиболее ликвидные актив, а К. Маркс определяет деньги через свойства обмена и эквивалента стоимости (см. выше). В свою очередь конвенциональный или договорный подход к описанию денег предполагает, что деньги – это форма договора, а при функциональном подходе деньги определяются через выполняемые ими функции.

Фон Мизес в своей известной работе [3], так определял функции денег «economic function is to facilitate the interchange of goods and services» (параграф 1.1.16). Однако он отмечает и другие дополнительные функции денег. К ним он относит следующие: облегчение кредитных сделок, перенос ценности через пространство и время, формирование сокровищ, использование как универсальное средство платежа.

Одним из существенных моментов при использовании денег является согласие сторон принимать или отдавать за товары или услуги эти объекты, даже если они не имеют никаких выгод, кроме выгоды универсального средства обмена.

Как указывалось выше, с 2009 года началась эпоха нового варианта фиат-денег, к-валют. Электронные деньги (криптовалюта) представляют собой платежные средства, не обеспеченные ни товаром, ни гарантиями государства. Они выпускаются децентрализованно. Всего на 2017 год было выпущено около 1200 различных разновидностей к-валют [1; 2; 4-7].

Первой из этих валют стал биткойн.

Кратко отметим свойства биткойна, цели и технологии его создания в том виде, как их описывает создатель биткойна Сатоши Накамото.

В [4] он определяет электронную денежную единицу как цепочку электронных подписей. Каждый собственник монет (денежных единиц) передает получателю платежа (в качестве средства обмена) хэш всех предыдущих транзакций плюс публичный ключ получателя. Получатель платежа может проверить аутентичность контрагента. Главным и основным свойством автор биткойна считается исключение из сделок третьих сторон в виде финансовых учреждений и государства. Таким образом, если абстрагироваться от проблем двойного использования и взлома, то основной вопрос заключается в том, насколько точно стоимость к-валюты отражает ценность использования. Отметим, что для этого нужно, чтобы множество участников рынка использовали к-валюты для обмена на товары или услуги. Массовость – одно из важных условий введения в оборот этих новых инструментов.

Криптовалюты и инфляция. Если сохранится децентрализация в создании и использовании криптовалют, и они выдержат атаки хакеров, то можно надеяться, что инфляционные процессы не будут существенными для этого вида денег.

Кредиты и криптовалюта. Учитывая значительную волатильность криптовалют в настоящее время, кредитование с их помощью пока не имеет существенных масштабов. Но с течением времени, при условии стабилизации рынка и уменьшении рисков быстрой девальвации или ревальвации, кредитование может стать возможным, т. к. ставки по таким кредитам уменьшатся из-за снижения рисков волатильности, взлома и других явлений, повышающих опасность их использования, а также из-за отсутствия эффекта сеньоража.

Перспективы криптовалют. Для поддержания доверия к таким инструментам необходимо иметь высокую степень их криптостойкости.

Это, в частности, возможно через создание новых алгоритмов криптования и хэширования, здесь важна длина ключей при криптовании и прозрачность программного обеспечения. Для этого необходим доступ к исходным кодам программ (для контроля опасности «троянских коней» и «backdoors»), а также необходимы меры по обеспечению полной идентификации клиентов (для избегания использования криптовалют в преступных целях). Все это нужно для минимизации возможности использования к-валют в криминальных целях.

Полезным будет и применение квантовых компьютеров для целей криптования, так как, по некоторым оценкам, скорость таких вычислительных устройств выше скорости обычных компьютеров приблизительно в $2 \cdot 10^8$ раз.

Выводы. Криптовалюты представляют собой возможное перспективное средство обмена, которое может составить конкуренцию стандартным фиат-валютам.

Условиями для этого должно быть, по крайней мере, свободный доступ к программному обеспечению для генерации и обращения к-валют и полная идентификация лиц и организаций, использующих эти инструменты платежа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анализируя Ethereum, Биткойн и более 1200 других криптовалют с помощью PostgreSQL // Geektimes. — Режим доступа : <https://geektimes.ru/company/wirex/blog/290071/>. — Дата доступа : 23 января 2018 г.
2. Малкина М. Ю. Эволюция теории денег в экономической науке // Финансы и кредит. — 2009. — 48 (384). — С. 8–16.
3. Мизес Л. Теория денег и кредита / Л. Мизес. — М. : Социум, 2012. — 816 с.
4. Nakamoto S. «Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System» / S. Nakamoto // Bitcoin Project. — Режим доступа : <https://bitcoin.org/bitcoin.pdf>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
5. Сальников Е. В. Криптовалюта как инновация экономики террора / Е. В. Сальников, И. Н. Сальникова // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». — 2016. — Т. 8, № 3. — Режим доступа : <http://naukovedenie.ru/PDF/86EVN316.pdf>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
6. Информация Банка России от 27.01.2014 «Об использовании при совершении сделок «виртуальных валют», в частности, Биткойн» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_158121/. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
7. Белый К. Криптовалюты / К. Белый // Fingeniy.com: информационно-аналитический. финансовый портал. — Режим доступа : <http://fingeniy.com/kriptovalyuty/>. — Дата доступа : 13 ноября 2016 г.

© В.Н. Храпко

УДК 331.103.6:331.108.26

ВНЕДРЕНИЕ НОВШЕСТВ В УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

THE INTRODUCTION OF INNOVATIONS IN PERSONNEL MANAGEMENT

Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
Емельяненко А.А., обучающаяся группы МО-431-о,
Бурнина Н.А., обучающаяся группы МО-431-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
A.A. Emelyanenko, student, gr. MO-431-o,
N.A. Burnina, student, gr. MO-431-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассматривается понятие инновационный менеджмент в контексте современной организации, выявляется роль управления персоналом, который в свою очередь является важнейшим ресурсом для функционирования организации.

Annotation

This article completely reveals the notion of innovative management in the context of modern organization, reveals the role of innovative management of people, which in turn are an important resource for the functioning of the organization.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, управление персоналом, коллектив, мотивация персонала, организация.

Keywords: innovative management, personnel management, staff, staff motivation, organization.

Введение. Инновационный менеджмент является неотъемлемой частью современного развивающегося предприятия и понимается как система управления инновационными процессами, отношениями, ну и, конечно же, самими инновациями в целом. К инновациям можно отнести абсолютно все изменения, происходящие на предприятии, которые в свою очередь приносят экономическую, экологическую, научно-техническую или же социальную пользу [1].

Цель исследования. Систему управления персоналом можно и нужно рассматривать как инновационный процесс. Основной целью инновационных нововведений и преобразований выступает повышение эффективности работы персонала предприятия на всех уровнях, что в свою очередь влияет на успешное функционирование компании.

Результаты исследования. Процесс внедрения новшеств в управление персоналом можно условно разделить на три этапа.

На первом этапе для определения направлений внедрения управленческих нововведений необходимо рассмотреть саму систему управления персоналом непосредственно как инновацию. В качестве основных направлений выступают [2]:

- управление продвижением по карьерной лестнице и развитие персонала;
- четкое построение системы стимулирования и мотивации;
- формирование корпоративной культуры и дружного коллектива;
- определение компетенции каждого работника;
- использование компьютерных технологий в управлении.

Данные направления являются ключевыми, так как в современном предприятии руководитель обязан создать все необходимые условия для эффективной работы персонала.

На втором этапе определяются задачи управления персоналом [3]:

- создание акмеологической среды;
- обоснование комплексной, глубокой системы оценки;
- обучение работников.

На третьем этапе осуществляется внедрение инноваций в организации. Это может вызвать возникновение проблем в виде сопротивления персонала, нежелания принять преобразования. Избежать негативной реакции персонала, его непринятия изменений руководству поможет прямой контакт со своими подчиненными. Необходимо дать пояснение введению той или иной управленческой инновации, выделить все плюсы, объяснить последствия и предупредить о всевозможных «подводных камнях», которые могут появиться позже [4].

Для эффективного функционирования организации руководителю необходимо учитывать инновационный потенциал персонала, а именно совокупность способностей и возможностей определенного сотрудника или же всего коллектива осуществлять устойчивое развитие предприятия.

При исследовании управления персоналом выделяются следующие качества работника, которые имеют инновационный характер [5]:

- интеллектуальное развитие работника;
- стремление к развитию, творчеству, к разумному риску;
- восприимчивость к нововведениям;
- наличие амбиций и стремление к карьерному росту.

Выводы. Инновации присущи не только производственному, технологическому и научному процессам, но и управлению персоналом организации. Инновации в управлении персоналом направлены на поиск новых подходов построения коллектива, мотивации работников к выполнению более сложных задач, которые успешно отражаются на функционировании организации в целом, имеют специфические особенности для каждого конкретного предприятия, в зависимости от его сферы деятельности, структуры и качественной характеристики персонала.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент : Учеб. пособие для вузов / И. Т. Балабанов. — СПб. : Питер, 2001. — 303 с.
2. Хучек, Мариан. Инновации на предприятиях и их внедрение : [Перевод] / Мариан Хучек. — М.: Луч, 1992. — 147 с.
3. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: учебник / В. Г. Медынский. — М. : Инфра-М, 2005. — 293 с.

4. Пригожин А. И. Управленческие нововведения: неопознанные ресурсы / А. И. Пригожин // Управление персоналом. — 2003. — № 1. — С. 78-94.

5. Ячменева В. М. Управление персоналом организации : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, И. И. Цветкова. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2013. — 632 с.

© Т.Н. Чугунова, А.А. Емельяненко, Н.А. Бурнина

УДК 338.46

ВНЕДРЕНИЕ НОВШЕСТВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

THE INTRODUCTION OF INNOVATIONS AT THE ENTERPRISES OF THE HOTEL INDUSTRY

Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
Гармаш Л.Д., обучающаяся группы МО-431-о,
Шулакова Э.М., обучающаяся группы МО-431-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
L.D. Garmash, student, gr. MO-431-o,
E.M. Shulakova, student, gr. MO-431-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В данной статье рассмотрена возможность внедрения инноваций на предприятиях гостиничной индустрии. Отмечается, что инновационная деятельность направлена на поддержание конкурентоспособности предприятий. Для успешной деятельности в условиях рыночной экономики, любое предприятие должно акцентировать свое внимание на инновационной деятельности.

Annotation

The article considers the possibility of introducing the innovations at the enterprises of the hotel industry. It was pointed out that the main aim of the innovative activity is to maintain the competitiveness of enterprises. To achieve the successful economic results any enterprise should focus its attention on the innovations.

Ключевые слова: инновационная деятельность, индустрия гостеприимства, инновации.

Keywords: the innovative activity, hospitality industry, innovations.

Введение. Высококонкурентная среда индустрии гостеприимства стимулирует поиск новых путей и элементов эффективной работы. Одним из основных направлений в этой области является применение разнообразных инноваций и новых технологий, которые могут послужить мощным стимулом для развития индустрии гостеприимства. Инновации всех видов необходимы как для жизнеспособности, так и для повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий. Систематическое и повсеместное использование инноваций для обеспечения роста производительности предприятия в настоящее время признается широким кругом исследователей и практикующих менеджеров.

Целью исследования является изучение инновационной деятельности на предприятиях гостиничной индустрии.

Результаты исследования. Большинство исследований определяют инновации как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке; нового или усовершенствованного технологического процесса, использованного в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам. Такой подход соответствует определению, приведенному в международном стандарте [3].

Существует широкий спектр факторов, влияющих на применение инноваций, включающие последовательные отраслевые проблемы, специфический менталитет потребителей, культурные и национальные особенности клиентов, пользующихся гостиничными услугами и т.п.

Инновационная тенденция в индустрии гостеприимства проявляется в способности генерировать разнообразные идеи, которые обеспечат успешное развитие средств размещения. Крупномасштабное практическое применение новых знаний создает новые услуги, продукты и технологии [1].

Исследователи в этой сфере отмечают, что отрасль гостиничного обслуживания постоянно переживает те или иные изменения, так как клиенты задают тон работе гостиниц, и от того, какой запрос формируют клиенты, зависит деятельность нескольких десятков компаний, которые вплотную занимаются гостиничным бизнесом [3]. Поэтому в индустрии гостеприимства инновациям уделяют значительное внимание. Пришло понимание того, что если предприятия гостиничной индустрии не применяют новшества, рано или поздно их производительность и конкурентоспособность значительно снижаются.

Все виды, типы инноваций и уровни их проявления создают инновационное пространство. В реальной жизни существуют очевидные пробелы между основными этапами инноваций и их применением в гостиничном бизнесе. Эти пробелы могут быть объяснены ограниченным финансированием, высокими инвестиционными рисками и т.п.

Инновационная деятельность многогранна и охватывает целый ряд секторов, а инновации могут проявляться во многих формах. Иностранные и российские ученые разработали различные классификации инноваций.

Классификационные признаки инноваций разработаны для новых продуктов, новых источников поставок, новых методов производства, эксплуатации новых рынков и новых способов организации бизнеса (управления). Однако критерии всех классификации не могут полностью отражать характер и характеристики инноваций в индустрии гостеприимства. Считается, что наиболее полно отражают характер инноваций в этой сфере следующие классификационные критерии: тип инноваций, глубина изменений, непрерывность, тип новизны для существующего рынка и время инновации на рынке. Следует отметить, что немногие нововведения можно охарактеризовать, используя только один из приведенных критериев; для большинства нововведений применимы два или три критерия [1].

Инновации в гостиничном бизнесе подразумевают использование технологий, которые обычно воплощаются в новой технике, оборудовании или программном обеспечении (технологические аспекты). Ключевым фактором в технологических и нетехнологических нововведениях является человеческий фактор, который зависит от качества образования персонала, наличия системы мотивации сотрудников, экономического сотрудничества предприятия, инвестирования в исследования, разработку и внедрение инноваций. Кроме того, важны также предпринимательская культура и благоприятная среда предприятия, открытый рынок и международные экономические связи [2].

Инновационная деятельность на предприятиях гостиничной индустрии направлена на индивидуализацию и адаптацию услуг, предоставляемых потребителю. Решающую роль в инновационной деятельности предприятий гостиничной индустрии играют информационные и коммуникационные технологии. Отмечается, что исследования в области информационных технологий и их влияние на сферу гостеприимства развиваются в рамках двух разных, но взаимодополняющих подходов. Первый из них имеет технический уклон, в основном сосредоточенный на процессе отбора, внедрения и управления информационных технологий, а второй, организационный, сосредоточен на управлении системами, которые используют такие информационные технологии и их влияние на административные и организационные процессы [2].

Индустрия гостеприимства является одним из видов деятельности, в которых информационные системы, основанные на современных технологиях, становятся все более важными как на внутреннем, так и на межорганизационном уровне. Например, большое количество отелей и ресторанов приняли многопроцессорные системы на основе сетевых технологий, повышая общую эффективность и эффективность своих внутренних систем управления.

Тем не менее, во всем мире малые предприятия, по сравнению с крупными фирмами, сталкиваются с широким спектром ограничений и проблем даже в функционирующей рыночной экономике. Эти ограничения связаны,

главным образом, с доступом к рынкам, финансам и коммерческим помещениям (по доступной арендной плате), к нормативно-правовой среде, приобретению навыков и управленческого опыта, к доступу соответствующих технологий, качеству инфраструктуры в сельских районах. В некоторых случаях, таким ограничением становится налоговое бремя. Это тем более ощутимо в новых глобальных экономических условиях, когда информация и знания, которые она предоставляет, становятся ключевым фактором экономической конкурентоспособности.

Основным остается вопрос: какие инновации более актуальны для гостиничной индустрии – те, которые внедряются шаг за шагом, так называемые инкрементные инновации, или радикальные инновации?

Радикальная инновация – это применение решения проблемы, которая до сих пор не решена или была решена неэффективным методом. Руководство может вкладывать чрезмерные затраты в новшества, но тогда потенциальное положительное влияние на производительность, как правило, также велико. Необходимо приложить немало усилий для выбора и эффективного использования инноваций, что позволит организации развивать навыки, необходимые для их успешного внедрения [1].

Инкрементная инновация определяется как постепенное усовершенствование ранее использованных решений, которые позволяют повысить эффективность деятельности. Это подразумевает снижение затрат, и инновации проявляются шаг за шагом [1].

Что касается улучшения качества, для организаций целесообразно применять разнообразные продуктовые и процессные инновации. Эффективность процесса повышения качества позволяет быстро реагировать на потребности клиентов и снижать затраты на их разработку и внедрение [3].

В гостиничной индустрии существует много разных примеров инноваций, которые могут быть реализованы в будущем. Кроме того, практически невозможно реализовать на одном уровне определенный инновационный продукт или технологию в разных отелях, потому что они имеют отличия в организационной структуре, организации обслуживания, корпоративной культуре, уровне профессионализма персонала и т.д. Руководители предлагают, как правило, множество идей, но только некоторые из них можно реализовать так, чтобы они были прибыльными. Для успешной деятельности необходимо всесторонне оценивать не только возможность использования инновации, но и наличие ресурсов, финансов и подготовленность персонала к их внедрению.

Выводы. Инновационная деятельность в гостиничном бизнесе нацелена на удовлетворение потребностей потребителей и повышение эффективности и конкурентоспособности гостиничных предприятий. Каждое предприятие должно самостоятельно выбрать, какую инновацию использовать: радикальную или же инкрементную, опираясь при этом на то, что инновации всех видов необходимы как для жизнеспособности и я повышения

конкурентоспособности гостиничных предприятий, а также являются мощным стимулом для развития индустрии гостеприимства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Зайцев Н. Л. Экономика, организация и управление предприятием / Н. Л. Зайцев. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 455 с.
2. Грищенко Д. А. Инновационное развитие гостиничного предприятия / Д. А. Грищенко. // Инновационная наука. — 2016. — № 1. — С. 53–55. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnoe-razvitie-gostinichnogo-predpriyatiya>. — Дата доступа : 01.04.2018.
3. Шеменова О. В. Инновации в гостиничном бизнесе / О. В. Шеменова, Т. М. Кривошеева, Е. А. Семирикова // Сервис в России и за рубежом. — 2012. — С. 168–174. — Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/v/innovatsii-v-gostinichnom-biznese-1>. — Дата доступа : 01.04.2018.

© Т.Н. Чугунова, Л.Д. Гармаш, Э.М. Шулакова

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

УДК 332.132

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

THE FACTORS INFLUENCING INTRODUCTION OF SYSTEM OF ECOLOGICAL MANAGEMENT AT THE INDUSTRIAL ENTERPRISE

Андроник А.Ю., обучающаяся группы МГ-241-о,
Святохо Н.В., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.Y. Andronik, student, gr. MG-241-o,
N.V. Svyatokho,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрены основные факторы, способствующие и препятствующие внедрению системы экологического менеджмента на промышленных предприятиях.

Annotation

The article deals with the main factors contributing and impeding the introduction of environmental management system in industrial enterprises.

Ключевые слова: промышленное предприятие, фактор, экологический менеджмент, система экологического менеджмента.

Keywords: industrial enterprise, factor, environmental management, environmental management system.

Введение. Внедрение системы экологического менеджмента (далее СЭМ) находится под воздействием различных факторов. Классификация факторов, влияющих на распространение СЭМ, позволяет выявить причины, сдерживающие либо активизирующие ее внедрение на отечественных промышленных предприятиях. В литературе в настоящее время нет единой общепринятой классификации факторов, влияющих на внедрение СЭМ.

Цель исследования – определить основные факторы, способствующие внедрению СЭМ, и барьеры, препятствующие внедрению такой системы на промышленных предприятиях.

Результаты исследования. Система экологического менеджмента – общепризнанный инструмент управления качеством окружающей среды на промышленном предприятии. Как и любой процесс, внедрение СЭМ подвергается влиянию определенных сил – факторов. Обратимся к общей классификации, которая разделяет факторы на две основные группы: внешние и внутренние. Целесообразно разделить факторы внешнего влияния на подгруппы непосредственного и косвенного воздействия (рис. 1).



Рис. 1. Факторы внешней среды, влияющие на внедрение СЭМ
(источник: составлено автором)

К политико-правовым факторам следует отнести ужесточение законодательства в сфере экологии. Прослеживается положительная тенденция в области экологической политики: 2016 год объявлен годом особо охраняемых природных территорий; 2017 год, согласно указу Президента РФ, был признан годом экологии; в тот же период стартовал проект «Разделяй правильно», направленный на развитие системы раздельного сбора и вторичной переработки отходов [1]. Вступил в силу Федеральный закон № 219-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об охране окружающей среды» и отдельные законодательные акты РФ». С 1 января 2019 года большинство положений ФЗ-219 вступят в силу, что кардинально изменит ситуацию в области экологического надзора. В рамках закона предусмотрено разделение промышленных предприятий на 4 категории в зависимости от степени воздействия на окружающую среду: четвертая категория характеризуется минимальным воздействием, соответственно, значительное негативное влияние на окружающую среду имеют предприятия, отнесенные к первой категории. Предприятия первой категории подлежат постановке на государственный учет и должны перейти на экологическое нормирование [2].

Нарушение норм и законов влечет за собой не только штрафы, но и угрозу остановки производства. Данные нововведения являются стимулирующим фактором к внедрению СЭМ, оказывая не только директивное, но и психологическое влияние на руководство. Однако данный фактор имеет и негативное влияние: коррупция создает условия для формального существования СЭМ.

Следующая группа факторов – экономические. Сегодня рынок вытесняет организации, которые игнорируют свои экологические обязательства. Торговые барьеры для предприятий, не соблюдающих норм новых международно признанных экологических правил, – реальная угроза для существования. Растет число национальных и международных стандартов и требований, которые обязаны выполнять предприятия, стремящиеся сохранить свои позиции на рынке. Если промышленное предприятие планирует выйти на международный рынок, то внедрение СЭМ является необходимым условием. Немаловажным фактором является деятельность конкурентов. Продукция социально-ответственных предприятий пользуется большим спросом на рынке. Кроме того, иностранные бизнес-партнеры отдают предпочтение предприятиям с внедренной СЭМ, так как такие предприятия имеют более низкую стоимость продукции, образующуюся за счет экономии материалов и энергии.

Социальные факторы. В настоящее время потребители, их объединения, широкая общественность (в соответствующем регионе), третьи стороны (финансовые институты и страховые компании) уделяют особое внимание воздействию предприятия на окружающую среду. Сегодняшний потребитель при прочих равных условиях отдает предпочтение продукции того предприятия, которое при производстве наносит минимальный ущерб окружающей среде. Во многих странах защитники природы и местные жители имеют значительное влияние на промышленные организации не только внутри страны, но и за рубежом. Важной силой становится «зеленое потребление». Сторонники экологически чистой продукции могут вытеснять с рынка предприятия, игнорирующие свои обязательства. Следует отметить, что растет и уровень правовой защиты интересов потребителей.

Технологические факторы. Современное оборудование имеет более высокую производительность при том же уровне потребления энергии. Модернизация оборудования, внедрение ресурсо- и энергосберегающих технологий приводит к видимой экономии сырья, материалов и энергии, что побуждает производителей всецело перейти на экологически ориентированное производство.

Внедрение СЭМ дает предприятию ряд существенных преимуществ:

- 1) улучшение системы управления предприятием;
- 2) повышение имиджа фирмы и защита от правовой ответственности, связанной с загрязнением окружающей среды;
- 3) увеличение числа потребителей продукции предприятия;
- 4) усиление позиций на рынке;

5) увеличение стоимости основных фондов и снижение уровня затрат на устранение последствий аварий;

6) экономия сырья, энергии и материалов, приводящая к снижению себестоимости продукции.

Несмотря на внушительный перечень преимуществ от использования рассматриваемой системы, существуют факторы, сдерживающие процесс внедрения СЭМ. Исследованию факторов, ограничивающих распространение систем экологического менеджмента в российской бизнес-среде, посвящены работы многих отечественных ученых, среди которых можно выделить работы В. А. Дадонова, С. Ю. Даймана, А. В. Мудрой и некоторых других. В качестве наиболее значимых барьеров обозначены недооценка экологических проблем в сознании общества, отсутствие четких требований стандартов, упущения в работе органов по сертификации, допускающих формальное отношение к созданию системы экологического менеджмента. Низкую эффективность действующей системы сертификации по ИСО 14001, подтверждают результаты эмпирических исследований М. Н. Шестак [3]. Были обследованы 150 промышленных предприятий, оказывающие максимальный негативный эффект на окружающую среду. Из них 77 обладали сертификатом ИСО 14001. Большинство сертифицированных компаний давали положительную оценку изменениям, однако конкретные показатели результативности СЭМ отсутствуют. Кроме того, по результатам глубинного интервью было выявлено, что в российском бизнес-сообществе нет четкого понимания целей внедрения СЭМ и ее сертификации.

К факторам внутреннего влияния на внедрение СЭМ на предприятии относятся его размер и вид деятельности. Для большинства малых предприятий внедрение СЭМ нецелесообразно. Согласно исследованиям С. В. Ратнер, крупные организации со сложной структурой, с большим количеством сотрудников, получают более высокие дивиденды от внедрения СЭМ, чем малые предприятия вне зависимости от того, какого стандарта они придерживаются [4]. Крупные промышленные предприятия не только сталкиваются с большим количеством экологических проблем, но и получают возможность достичь большего результата в повышении эффективности за счет строгого распределения целей, ресурсов и обязанностей.

Малые предприятия, как правило, имеют меньший потенциал для улучшения эффективности, так как находятся под строгим контролем собственника. Данное утверждение особенно верно для производств, в которых существует прямая взаимосвязь между менеджментом важных ресурсов и экологической эффективностью, как в случае с использованием топлива в энергоемких отраслях промышленности.

Внедрение системы экологического менеджмента – затратное мероприятие. Большинству малых предприятий достаточно использования простой природоохранной политики, направленной исключительно на соблюдение норм природоохранного законодательства.

На внедрение СЭМ влияние оказывает также местоположение предприятия. Потребность во внедрении СЭМ зависит от текущего состояния окружающей среды и близлежащих объектов. Размещение предприятия в населенном районе оказывает негативное влияние на местное сообщество, тем самым вынуждая применить СЭМ.

Особое влияние на внедрение СЭМ имеет психологический фактор собственников предприятия.

В сознании российских предпринимателей сложилось устойчивое негативное отношение к стандарту как к инструменту государственного регулирования. На сегодняшний день, руководители промышленных предприятий воспринимают СЭМ как формальность, а не эффективный инструмент. Руководство лишь задает сроки разработки и объем ресурсов и далее не участвует в процессе внедрения системы. В результате возникает необходимость в полной переработке системы в соответствии с фактической деятельностью предприятия с привлечением дополнительных ресурсов и времени. Второй важной причиной снижения интереса к СЭМ является отсутствие моментального видимого эффекта. Результаты от внедрения СЭМ, как правило, имеют долгосрочный характер и оказывают косвенное влияние на показатели деятельности предприятия, а отечественный предприниматель ориентирован на получение быстрой прибыли. Не внушают доверия результаты зарубежных компаний. Важно отметить, что результативность СЭМ зависит от условий каждой отдельно взятой страны. Это обусловлено разным уровнем развития законодательства, наличия природоохранных технологий и уровнем осведомленности персонала промышленных предприятий о механизмах внедрения СЭМ [5].

Проанализировав публикации и интервью с владельцами отечественных промышленных предприятий, можно выявить следующие основные негативные мнения о СЭМ:

1. Стандарт ISO 14001 слабо применим и даже бесполезен для бизнеса, т.к. говорит лишь о качестве окружающей среды.
2. Стандарт ISO 14001 формален и требует внедрения огромного документооборота.
3. Цель стандарта – снижать негативные воздействия на окружающую среду, но по факту цель не достигается [6,7,8,9].

Однако каждое из представленных утверждений базируется на отдельных фактах нерезультативного внедрения СЭМ.

Выводы. В результате проведенного анализа, следует, что воздействие некоторых факторов на внедрение СЭМ на промышленном предприятии невозможно трактовать однозначно. Рассматривая с разных позиций один и тот же фактор, он может быть отнесен и к «стимулирующим» и к «тормозящим» внедрение СЭМ. Важным фактором, побуждающим промышленные предприятия внедрить СЭМ, является группа заинтересованных сторон: государство, местные органы самоуправления, общественность, банки, акционеры и др.

Основным барьером при внедрении СЭМ выступает психологический фактор. Отечественные предприятия имеют устоявшееся негативное представление о СЭМ. Кроме того, внедрение СЭМ зависит от специфики и структуры самого предприятия: мировая практика свидетельствует о нецелесообразности использования системы СЭМ на малых промышленных предприятиях, в то время как крупные предприятия демонстрируют ее высокую эффективность и результативность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Министерство природных ресурсов и экологии РФ // Спецпроекты — Режим доступа : <http://ecoyear.ru/projects/>. — Дата доступа : 27.03.2018.
2. Голубкова М. С 1 января 2019 года предприятия разделят по степени экологической опасности / М. Голубкова // Российская газета. — Режим доступа : <https://rg.ru/2017/06/05/s-2019-goda-predpriiatiia-razdeliat-po-stepeni-ekologicheskoy-opasnosti.html>. — Дата доступа : 27.03.2018.
3. Шестак М. Н. Барьеры внедрения систем экологического менеджмента / М. Н. Шестак. — Режим доступа : <https://e.lanbook.com/reader/journalArticle/239363/#1>. — Дата доступа : 27.03.2018.
4. Ратнер С. В. Сравнительная эффективность систем экологического менеджмента / С. В. Ратнер, Н. А. Алмастьян. — Режим доступа : https://biblioclub.ru/index.php?page=search_red. — Дата доступа : 27.03.2018.
5. Хорошавин А. В. Анализ проблем результативного внедрения экологического менеджмента. Применение процессного подхода в экологическом менеджменте / А. В. Хорошавин. — Режим доступа : analiz-problem-rezultativnogo-vnedreniya-sistem-ekologicheskogo-menedzhmenta-primenenie-protsessnogo-podhoda-v-ekologicheskoy-menedzhmente.pdf. — Дата доступа: 27.03.2018.
6. Писаренко К. Э. Экологический менеджмент в образовательном учреждении / К. Э. Писаренко, В. Ж. Квитко // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». — 2014. — № 2. — Режим доступа: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/11093.pdf>. — Дата доступа : 27.03.2018.
7. Ферару Г. С. Эффективность функционирования предприятий ЛПК в процессе формирования и развития системы экологического менеджмента / Г. С. Ферару // Экономика природопользования. — 2009. — № 3. — С. 70–77.
8. Камоева Т. К. Развитие эко продукции в розничной торговле в рамках концепции устойчивого развития / Т. К. Камоева // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». — 2013. — № 2. — Режим доступа: <http://economics.ihbt.ifmo.ru/file/article/7133.pdf>. — Дата доступа : 27.03.2018.
9. Хорошавин А. В. Процедуры внутреннего контроля : требования ISO 14001 и подходы к внедрению / А. В. Хорошавин // Экология производства. — 2014. — № 3. — С. 44–48.

© А. Ю. Андроник, Н. В. Святохо

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

TRENDS OF DEVELOPMENT OF HEALTH-RESORT INSTITUTIONS IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

Османова З.О., старший преподаватель,
Бакулина А.С., обучающаяся группы МО-433-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Z.O. Osmanova, Senior Lecturer,
A.S. Bakulina, student, gr. MO-433-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании охарактеризованы тенденции развития санаторно-курортных учреждений Республики Крым. Источником информации являются статистические данные за период 2015-2016 гг. На основе проведенного анализа выделены перспективы развития санаторно-курортных учреждений Республики Крым.

Annotation

In the study, the tendencies of the development of sanatorium and resort institutions of the Republic of Crimea are characterized. The source of information is statistical data for the period 2015-16. On the basis of the analysis, the perspectives of the development of sanatorium-and-spa institutions of the Republic of Crimea are highlighted.

Ключевые слова: санаторно-курортные учреждения, тенденции развития, Республика Крым, Министерство курортов и туризма Крыма.

Keywords: sanatorium activity, development tendencies, the Republic of Crimea, the Ministry of resorts and tourism of the Crimea.

Введение. С точки зрения развития санаторно-курортной деятельности на территории Республики Крым особый интерес представляет категория здравниц, в которых предоставляется санаторно-курортное лечение. Данная категория представлена такими типами учреждений, как санатории, детские санатории, медицинские центры, пансионаты с лечением и гостиницы с лечением. Исследование тенденций развития этих категорий учреждений в настоящее время приобретает все большую актуальность.

Целью исследования является описание тенденций развития санаторно-курортных учреждений Республики Крым на основе анализа статистических данных по туристическим потокам за 2015-2016 гг.

Результаты исследования. Санаторно-курортная деятельность — «совокупность всех видов научно-практической деятельности по организации и осуществлению профилактики заболеваний, лечению и реабилитации больных на основе использования природных лечебных ресурсов, изучения их свойств и механизма действия, комплекс мероприятий по организации, строительству, управлению курортами, обеспечению лечения и культурно-бытового обслуживания граждан на курорте, эксплуатации и охране природных лечебных ресурсов и санитарной охране курортов» [3].

На сегодняшний день, в условиях высокой конкуренции и невысокого спроса на туристические услуги российских предприятий, все санаторно-курортные комплексы стремятся повысить свой уровень конкурентоспособности. В Республике Крым развитие санаторно-курортной деятельности является одним из наиболее приоритетных направлений развития.

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым за 2016 год на территории Республики Крым отдохнуло более 5,5 миллионов туристов, что на 21,2% выше аналогичного периода 2015 года [1; 2].

На рис. 1 представлена структура туристического потока в Республику Крым с начала 2016 года по видам транспорта.

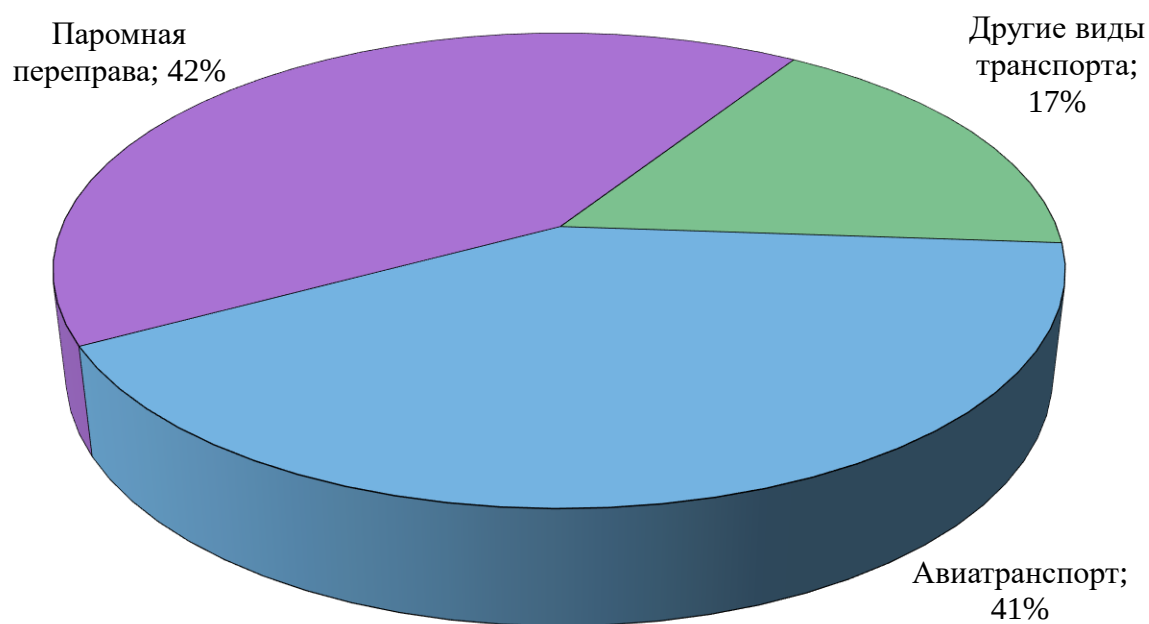


Рис. 1. Структура туристического потока в Республику Крым с начала 2016 года по видам транспорта (составлено по материалам [1; 2])

Туристический поток разделяется по целям визита на пляжный отдых, гостевой визит к родным, санаторное лечение, деловые поездки, отдых в горах и охоту и рыбалку. Структура туристического потока в Республику Крым за 2016 год представлена на рис. 2.

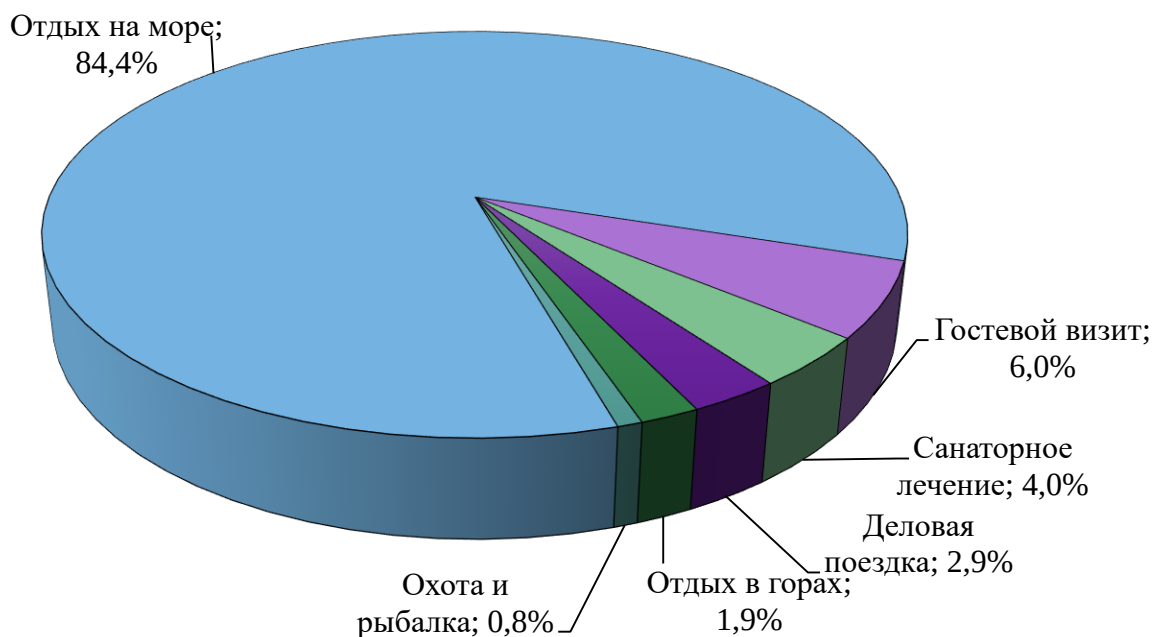


Рис. 2. Структура туристического потока в Республику Крым в 2016 году (составлено по материалам [1; 2])

Санаторно-курортный комплекс Республики Крым состоит из 767 объектов размещения общей вместимостью 156,6 тыс. мест. Структура санаторно-курортного комплекса Республики Крым представлена в табл.1.

Также стоит отметить, что на сегодняшний день в государственной собственности находятся 75 санаториев, из которых 26 находится в ведении федеральных органов, 49 – в ведении республиканских министерств и ведомств.

Таблица 1

Структура санаторно-курортного комплекса Республики Крым

Тип предоставляемых услуг санаторно-курортного учреждения	Количество средств размещения, шт.	Вместимость, тыс. мест
Санаторно-курортное лечение	148	58,2
Услуги оздоровительного характера	213	56,6
Временное размещение	406	41,6

Источник: составлено по материалам [1; 2].

По данным Министерства курортов и туризма Крыма за 2016 год, основной причиной выбора полуострова для отдыха туристы обозначили природу, а именно по этой причине в Крым приехали 49,1% отдыхающих.

На сегодняшний день санаторно-курортная среда Республики Крым отличается невысоким уровнем развития ассортимента и сервиса предлагаемых услуг, однако обладает положительной динамикой к обновлению видов санаторно-курортной деятельности. Реновация существующих санаторно-курортных комплексов полуострова и постройка новых комплексов,

а также активная маркетинговая и рекламная деятельность могут обеспечить привлечение дополнительных туристических потоков в Республику Крым. Строительство комфортабельных объектов с современными MICE-площадками, SPA- и wellness-центрами также помогут привлечь новые туристические потоки.

Развитие санаторно-курортной сферы на территории Республики Крым является одним из наиболее приоритетных направлений. Для развития этой сферы планируется предпринять ряд мер. К примеру, в рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» планируется создать кластер «Лечебно-оздоровительный отдых» на территории города Саки, который будет представлять собой грязелечебный курорт. Также, в Ленинском районе Республики Крым, в поселке Курортное на базе грязелечебного озера Чокрак будет создана кластер, его инфраструктурой будет являться бальнеологический лечебно-оздоровительный комплекс.

Выводы. Исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что в связи с переходным периодом Республики Крым в состав Российской Федерации туристический поток из Украины значительно снизился. Это существенно отразилось и на деятельности санаторно-курортных учреждений. Несмотря на это, количество туристов, прибывших с материковой части России, увеличилось в 3 раза, что является положительной тенденцией для развития туризма, в том числе и санаторно-курортной сферы.

Крымский полуостров обладает мягким климатом и удачным месторасположением на берегу Черного моря, а также множеством полезных ископаемых, в том числе и лечебными грязями. Все это является предпосылкой для развития деятельности здравниц и санаторно-курортной сферы в целом.

При успешной реновации и строительстве новых комфортабельных санаторно-курортных учреждений, а также соответствующей маркетинговой политике, санаторно-курортные учреждения смогут динамично развиваться.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. О развитии туристской отрасли Республики Крым в 2015 году. Электронные текстовые данные // Министерство курортов и туризма Крыма. — 2018. — Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/document/show/29>. — Дата доступа : 30 марта 2018.

2. О развитии туристской отрасли Республики Крым в 2016 году. Электронные текстовые данные // Министерство курортов и туризма Крыма. — 2018. — Режим доступа : <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/73>. — Дата доступа : 30 марта 2018.

3. Организация санаторно-курортной деятельности : [учебное пособие] / А. М. Ветитнев, Я. А. Войнова. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 272 с.

© З.О. Османова, А.С. Бакулина

УДК 331.108

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

METHODS OF ESTIMATION OF EFFICIENCY OF WORK OF THE ENTERPRISE

Ведмидь Е.И., обучающийся группы МГ-241-о,
Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.I. Vedmid, student, gr. MG-241-o,
T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены современные методы оценки эффективности деятельности предприятия. Проведена их сравнительная характеристика, выявлены сильные и слабые стороны. Предложено сформировать трехуровневую систему оценивания с использованием следующих критериев: внутренняя структура – динамика – внешняя среда.

Annotation

The paper considers modern methods for assessing the effectiveness of an enterprise. Their comparative characteristics have been carried out, the strengths and weaknesses have been identified. It is proposed to form a three-tier evaluation system using the following criteria: internal structure – dynamics – external environment.

Ключевые слова: методы оценки, эффективность, повышения эффективности предприятия, результативность, конкурентоспособность, предприятие.

Keywords: methods of assessment, efficiency, increase of efficiency of the enterprise, productivity, competitiveness, enterprise.

Введение. Согласно классификации [1], существуют следующие основные подходы к оценке эффективности деятельности предприятия:

- функциональный, когда оценивается эффективность отдельных функциональных направлений деятельности предприятий;
- факторный, когда деятельность предприятия оценивается по эффективности использования тех или иных ресурсов (факторов) производства;

– процессный, оценивается экономическая эффективность отдельных процессов, охватывающих всё предприятие или его отдельные подразделения;

– комплексный, комплексно оцениваются различные аспекты деятельности предприятия с помощью сложной системы показателей.

Целью исследования является изучение современных методов оценки эффективности деятельности предприятия, для выявления наиболее оптимального, соответствующего условиям современности.

Результаты исследования. Комплексный или многокритериальный подход обеспечивает обобщение оценки хозяйствования и, по мнению некоторых авторов [2], объединяет следующие критерии: эффективность использования основных средств; эффективность использования оборотных активов; эффективность использования капитала предприятия и эффективность использования трудовых ресурсов. Проведение такой оценки позволяет выяснить степень эффективности управления предприятием, целью которого является подведения итогов анализа, выявления объективных и субъективных причин, положительно (отрицательно) воздействующих на результаты хозяйственной деятельности.

На наш взгляд, эффективность управления и эффективность деятельности предприятия не являются тождественными понятиями. Использование многокритериального подхода действительно позволяет разносторонне оценить эффективность деятельности предприятия, однако, требует при этом вычисления множества показателей и коэффициентов, которые весьма затрудняют адекватное восприятие результатов оценки и снижают привлекательность данного подхода для руководства предприятий.

В ходе исследования, было выяснено, что в современной науке не существует единого концептуального подхода к оценке эффективности деятельности предприятия. Существующие подходы являются односторонними, раскрывающими сущность только одного узкого аспекта эффективности, или слишком сложными для восприятия, следовательно, не дают возможности однозначно оценить состояние и тенденции изменения эффективности предприятия.

Такие доводы вынудили нас разработать собственную систему оценки эффективности деятельности предприятия. Такая система, на наш взгляд, должно существовать в трехмерном пространстве: внутренняя структура - динамика - внешняя среда [3].

Внутренняя структура должна определяться показателями, характеризующими производительность работы подразделений предприятия, ответственность организационной структуры и качество ее управления. Все показатели на этом уровне должны быть прозрачными и соответствовать целям оценки эффективности. К таким мы предлагаем отнести:

– среднюю производительность структурного подразделения предприятия;

– качество управления предприятием.

В целом мы предлагаем суммировать это измерение в обобщающем показателе структурной эффективности деятельности предприятия, под которой будем понимать категорию, выражающую способность существующей структуры управления предприятием обеспечивать достижение установленных целей с оптимальными затратами ресурсов.

Динамику эффективности деятельности предприятия мы предлагаем определять традиционными статистическими индексами доходности, рентабельности и производительности. Впрочем, постольку доходность и рентабельность часто имеют отрицательные значения, что усложняет сочетание их с другими положительными индексами, здесь уместно использовать агрегатный индекс производительности труда.

Рассматривая индексы, используемые в оценке эффективности деятельности предприятия, надо вспомнить существующую классификацию методов оценки эффективности, которая позволяет разделить их на параметрические и непараметрические.

Параметрические методы, основаны на эконометрическом анализе и требуют определения формы производственной функции предприятия (или функции расходов, прибыли, доходов), при построении которой используется регрессионный анализ. К таким методам относятся:

- метод наименьших квадратов (МНК);
- метод корректируемых наименьших квадратов (МКНК);
- стохастический предельный анализ (Stochastic Frontier Analysis – SFA).

Непараметрические методы оценки эффективности используют математическое программирование и не требуют определения функциональной формы производственной функции (функций затрат и т.п.), что является одним из главных их преимуществ перед параметрическими методами. К ним можно отнести:

- индексный метод (Total Factor Productivity Index – TFPI);
- метод анализа среды функционирования (Data Envelopment Analysis – DEA);
- метод оболочки свободного размещения (Free Disposal Hull – FDH).

В науке и практике наиболее распространенным методом оценки изменений различных экономических величин является индексный метод, который заключается в определении различного рода индексов. Оценка эффективности не является исключением, здесь широко применяются индексы, характеризующие изменение производительности и эффективности во времени и в пространстве. Большинство из перечисленных выше параметрических и непараметрических методов оценки эффективности деятельности предприятия, могут быть использованы при оценке относительной эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде. Так же, следует отметить, что такие методы, как DEA, FDH, SFA или МКНК, являются методами предельного анализа эффективности и некоторые из них имеют большие возможности не только для оценки уровня относительной эффективности деятельности предприятия, но и: для оценки уровня технологической, экономической эффективности и эффективности масштаба;

определение резервов сокращения избыточных ресурсов для увеличения эффективности; установление влияния отдельных факторов на уровень эффективности и тому подобное.

Выводы. Таким образом, на основе проведенных исследований, мы предлагаем трехуровневую систему оценки эффективности деятельности предприятия, в основе которой лежат следующие критерии эффективности:

- структурная эффективность деятельности предприятия;
- динамическая эффективность деятельности предприятия, суммирующим показателем которой может выступать годовой индекс производительности труда;
- относительная экономическая эффективность деятельности предприятия, оценивается по шкале [0 ... 1], где 1 означает самый высокий уровень эффективности в отрасли (на рынке). Оценку относительной экономической эффективности мы предлагаем осуществлять с помощью современных методов непараметрического предельного анализа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лазарева Н. А. Гносеологические аспекты эффективности деятельности предприятия / Н. А. Лазарева, А. Гончарук // Экономический форум. — 2015. — № 2. — С. 216–222.

2. Ячменева В. М. Самоменеджмент : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, А. И. Сулыма. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2012. — 573 с.

3. Ячменева В. М. Менеджмент организаций: современные проблемы управления : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, Г. М. Чернецова, А. И. Сулыма. — Симферополь : ДОЛЯ, 2007. — 344 с.

© Е.И. Ведмидь, Т.Н. Чугунова

УДК 336.662

ИССЛЕДОВАНИЕ СОСТАВЛЯЮЩИХ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ С УЧЕТОМ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ

INVESTIGATION OF COMPOSED PERSONAL MANAGEMENT SYSTEMS WITH ACCOUNT OF INNOVATIVE APPROACHES

Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании рассмотрена система управления персоналом как единая совокупность управленческих элементов, состоящую из взаимосвязанных подсистем внешней и внутренней среды. Представлены основные подсистемы: процесс найма работников; развитие персонала в сфере квалификационных и психологических составляющих; индивидуальные цели работника; оценку персонала; мотивацию персонала. Представлена необходимость разработки научно-методологических подходов комплексной оценки внедрения организационно-управленческих инноваций на предприятии.

Annotation

The study examines the personnel management system as a single set of management elements, consisting of interconnected subsystems of the external and internal environment. The main subsystems are presented: the process of hiring employees; development of personnel in the field of qualifying and psychological components; individual goals of the worker; staff assessment; motivation of staff. The necessity of the development of scientific and methodological approaches of integrated assessment of implementation of organizational and managerial innovations at the enterprise is presented.

Ключевые слова: управление персоналом, система управления, мотивация, инновационный подход, предприятие.

Keywords: personnel management, management system, motivation, innovative approach, enterprise.

Введение. Сегодня в РФ формируется рыночная среда бизнеса, в котором эффективное управление приобретает особое значение, а управление персоналом выходит на передний план. Опыт прошлых лет показал, что решения важных проблем инновационного развития предприятия невозможно без внедрения принципиально новых методов управления трудовыми ресурсами и предпринимательской деятельностью в целом. Персонал является наибольшей ценностью предприятия. Самым главным фактором роста эффективности деятельности предприятия является знание работника, его квалификация, творческие способности.

Цель исследования. Исследование систем управления персоналом с учетом инновационных подходов.

Результаты исследования. Такие ученые-экономисты, как У. Брэдик [1], В.Р. Веснин, М.А. Хьюзлид, Б.И. Беккер, Р.В. Битти и другие, выделяют следующие подсистемы управления персоналом: анализа и планирования персонала; найма и учета персонала; мотивации персонала; оценки персонала; управления развитием персонала; создания условий труда; информационного обеспечения системы управления персоналом; развития организационной структуры управления; правового обеспечения.

На наш взгляд, система управления персоналом представляет единую совокупность управленческих элементов, состоящую из взаимосвязанных подсистем внешней и внутренней среды, которая ставит целью обеспечить

эффективное планирование, рациональное использование кадрового состава, а также формирование качественного профессионального и социального развития работников [2].

Рассмотрим основные системы по управлению персоналом предприятия в контексте инновационной составляющей, к которым относим:

- процесс найма работников;
- развитие персонала в сфере квалификационных и психологических составляющих;
- индивидуальные цели работника;
- оценку персонала;
- мотивацию персонала.

При формировании кадровых ресурсов в условиях инновационной деятельности необходимо учитывать потребность в конкретных квалификационных способностях каждого кандидата и его творческого потенциала. Для этого необходима правильная оценка и разработка эффективных схем мотивации, что позволит достичь высоких результатов труда.

В настоящее время существует несколько инновационных подходов к процессу найма работников, таких как:

1. Хедхантинг (от англ. *headhunting* – охота за головами) – это одно из направлений поиска и подбора особо ценных, как по специальности, так и по уровню профессионализма.

2. Скрининг – «поверхностный подбор», который осуществляется по формальным признакам: образование, возраст, опыт работы.

3. Рекрутинг – услуги специализированных агентств, как звено между заказчиком и кандидатом.

В тоже время к основным подходам, используемым сегодня на предприятиях, с целью развития персонала можно отнести: тренинг, кейс-стадии, коучинг, E-learning, самообучение.

На наш взгляд, инновационный подход в развитии персонала в сфере квалификационных и психологических составляющих должен состоять из поиска путей выявления творческого потенциала персонала, который можно осуществлять с помощью: ротации между подразделениями предприятия; управления продвижением персонала; обеспечения персонала определенными ключевыми возможностями и навыками.

Следующая составляющая – индивидуальные цели, представляет собой базовую точку развития личности высокого уровня и позволяет тратить 10-15% рабочего времени на собственные разработки (идеи, проекты), которые в будущем могут принести пользу предприятию.

Оценка персонала как составная системы управления персоналом с учетом инновационных подходов представляет собой компонент диагностики персонала, включающий в себя анализ таких групп показателей, как эффективность труда, профессиональная культура и поведение, личные качества работников. Оценка персонала ставит целью: определение текущего состояния кадровых ресурсов предприятия; оценку инновационного и

управленческого потенциала ключевых сотрудников; разработку рекомендаций по повышению эффективности использования потенциала кадрового резерва; разработку системы критериев и методов подбора персонала [3].

Мотивация персонала как составляющая системы управления персоналом с учетом инновационного подхода заключается в сочетании материальных и нематериальных стимулов. Для активизации процессов производительности и достижения экономической эффективности внедряются новые стратегии с использованием таких инструментов как: индивидуальные (заработная плата, надбавки, премии, бонусы и поощрения), групповые (применение корректирующих коэффициентов для исследовательских групп), моральные (грамоты, карьерный рост).

В настоящее время в управленческой практике существует модель факторно-критериальной оценки уровня формирования мотивации персонала по следующим параметрам: уровень успеха на предприятии, уровень отношений между сотрудниками, уровень организации труда, уровень компетентности в общении, уровень информационного обеспечения на предприятии.

Анализ научных источников показал, что на современном этапе существующие подходы к оценке эффективности управления персоналом используют показатели, которые можно распределить по следующим группам: финансово-экономические, инновационной активности, показатели движения персонала, квалификации персонала, социально-организационные показатели, показатели психологического состояния.

Выводы. На общую эффективность управления персоналом имеют влияние не только показатели каждой из указанных групп, но и их уровень межгрупповой связи. В настоящее время на предприятиях происходит оценка потенциала сотрудников и результатов их деятельности классическим способом анализа показателей. Современные тенденции развития общества диктуют свои условия ведения хозяйственной деятельности, где финансово-экономические показатели должны иметь тесную связь с инновационными, что не учитывается в существующих подходах управления персоналом. Подобное взаимодействие является основой для дальнейшего исследования и разработки научно-методологических подходов комплексной оценки внедрения организационно-управленческих инноваций на предприятии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Брэдик У. Менеджмент в организации: учебное пособие. / У. Бреддик. — М. : ИНФРА-М, 2007. — 319 с.
2. Ячменева В. М. Управление персоналом организации : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, И. И. Цветкова. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2013. — 632 с.

3. Ячменева В. М. Менеджмент организаций: современные проблемы управления : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, Г. М. Чернецова, А. И. Сулыма. — Симферополь : ДОЛЯ, 2007. — 344 с.

© Т.И. Воробец

УДК 330.45

ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ АО «ЗАВОД «ФИОЛЕНТ»

FORMATION OF MANAGEMENT OF RISK MANAGEMENT OF A JSC «FACTORY «FIOLENT»

Германова А.А., обучающаяся группы МГ-241-о,
Сиволап А.В., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Germanova, student, gr. MG-241-o,
A.V. Sivolap, Senior Lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Разработан базовый механизм управления рисками АО «Завод «Фиолент». Определена вероятность возникновения рисков факторов, особенности, цели, объекты и субъекты управления рисками. Выбрана централизованная система управления рисками. Для обоснования основных направлений стратегии управления рисками АО «Завод «Фиолент» применен иерархический подход

Annotation

The basic risk management mechanism of JSC «Factory «Fiolemt» was developed. The probability of occurrence of risk factors, features, goals, objects and subjects of risk management is determined. A centralized risk management system was chosen. To justify the main directions of the risk management strategy of JSC «Factory «Fiolemt» a hierarchical approach is applied.

Ключевые слова: механизм управления рисками, риск, стратегия, вероятность, иерархический подход.

Keywords: risk management mechanism, risk, strategy, probability, hierarchical approach.

Введение. Результаты аналитической оценки свидетельствуют о значительном влиянии рисков факторов на деятельность производственных предприятий и наличии только отдельных фрагментов риск-менеджмента, что обуславливает необходимость формирования эффективного механизма управления рисками.

Важно отметить, что задача создания универсального механизма не может быть решена, так как каждое предприятие по-своему уникально, ориентированное на собственную рыночную нишу, имеющийся потенциал и устоявшиеся связи. Поэтому наша задача сводится к формированию базового механизма управления рисками (далее – БМУР) с учетом специфики производственных предприятий, который в дальнейшем можно адаптировать для различных предприятий.

Целью исследования является формирование базового механизма управления рисками АО «Завод «Фиолент».

Результаты исследования. «Риск – это осознание возможности опасности возникновения непредвиденных потерь, ожидания прибыли, имущества, денег в связи со случайными изменениями условий экономической деятельности, неблагоприятными обстоятельствами, в процессе чего также есть возможность количественно или качественно оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели» [1].

Механизм управления – совокупность органов, средств и способов (методов, приемов, технологий) взаимодействия между двумя подсистемами организации - управляющей и управляемой.

С целью обобщения и лучшего понимания ситуации на производственных предприятиях, связанной с рисками, была определена вероятность влияния рисков факторов [2]. Экспертная оценка проводилась на крупном производственном предприятии Республики Крым – АО «Завод «Фиолент». Среди внешних рисков существует наибольшая вероятность возникновения экономических рисков, которые могут причинить наибольшие убытки, а среди внутренних – наибольшая вероятность проявления и максимальные убытки возможны от влияния ресурсных и коммерческих рисков. Что касается выгод, то наибольшая вероятность среди внутренних рисков принадлежит научно-техническим, также, как и величина; среди внутренних рисков наибольшая вероятность у ресурсных рисков, величина – у производственно-хозяйственных.

Определение особенностей формирования БМУР на предприятии предусматривает определение цели функционирования БМУР, объектов и субъектов управления рисками. Целью функционирования БМУР на АО «Завод «Фиолент» является обеспечение стабильного развития предприятия в условиях неопределенности внешней и внутренней среды, и подтверждается его целевой направленностью. Проведя анализ АО «Завод «Фиолент» по критериям определения вида системы управления рисками на производственном предприятии, мы пришли к выводу о необходимости использования централизованной системы управления рисками. В идеальном варианте на данном предприятии необходимо было бы создать отдел управления рисками, который должен состоять из главного риск-менеджера и рабочей группы из 2-3 человек. Отдел управления рисками (ОУР) следует подчинить заместителю Генерального директора по вопросам безопасности.

Внедрить механизм управления рисками в действие, ожидая от него положительной отдачи, возможно путем разработки и реализации эффективной стратегии управления рисками, которая позволит существенно снизить риск потери стабильности при осуществлении процесса развития, оптимизировать затраты на развитие и повысить общую эффективность управления предприятием.

Для обоснования основных направлений стратегии управления рисками АО «Завод «Фиолент» применен иерархический подход, с помощью которого можно системно подойти к решению поставленной проблемы. Представлены основные направления стратегии управления рисками в АО «Завод «Фиолент» в соответствии с иерархическим подходом по пяти уровням: мегаэкономический; макроэкономический; мезоэкономический; микроэкономический; наноэкономический [3].

Выводы. Таким образом, любое предприятие должно учитывать неизбежность возникновения рискованных ситуаций, которые могут привести к дестабилизации производственной деятельности и ухудшению финансовой стабильности. Именно поэтому, для достижения поставленных целей и получения прибыли, предприятию необходимо сформировать механизм управления рисками, ориентированный как на оперативное, так и на стратегическое управление. Необходимость стратегического управления рисками предприятия обусловлена пониманием того, что риск является источником доходов, а управление рисками обеспечит стабильное развитие и рост предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Евстратов Р. М. Неопределенность, вероятность, действие как главные составляющие предпринимательского риска / Р. М. Евстратов // Основы экономики, управления и права. — 2013. — № 1 (7). — С. 58–61.
2. Цвігун Т. В. Формування механізму управління ризиками машинобудівних підприємств / Т. В. Цвігун // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2013. — № 3, Т. 1. — С. 117–120.
3. Манахова И. В. Наноэкономика: многоуровневый подход к исследованию экономических отношений / И. В. Манахова // Известия Саратовского университета. — 2011. — Т. 11, № 2. — С. 8–12.

© А.А. Германова, А.В. Сиволап

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

DEVELOPMENT PROBLEMS AND PROSPECTS OF INVESTING ACTIVITIES OF FINANCIAL ORGANIZATIONS

Иноземцев В.А., обучающийся группы МО-432-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.A. Inozemtsev, student, gr. MO-432-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Общая экономическая ситуация в стране на сегодняшний день может быть охарактеризована как неблагоприятная и пребывающая в состоянии застоя. Во многом благодаря внешним политическим обстоятельствам Россия на данный момент вынуждена отказаться или по меньшей мере заморозить ряд долгосрочных инвестиционных проектов из-за отсутствия внешнего финансирования, технологий и невозможности самостоятельно реализовывать все эти проекты без денег внешних инвесторов. Особенно хорошо ситуация прослеживается в ключевой для России отрасли – нефтегазовой, где приостановлено большинство проектов по разработке новых месторождений. В таких условиях аккумуляция внутренних инвестиций становится не просто желательным для экономики страны, а современной потребностью.

Annotation

The overall economic situation in the country today can be described as unfavorable and stagnant. Largely due to external political circumstances, Russia is currently forced to refuse or at least to freeze a number of long-term investment projects due to the lack of external financing and technology and the inability to independently implement all these projects without the money of external investors. The situation is especially good in the key industry for Russia - the oil and gas industry, where most of the projects for developing new fields are suspended. In such circumstances, the accumulation of domestic investment becomes not only desirable for the economy of the country, but a momentary need.

Ключевые слова: экономическая безопасность, политика, технологии, деятельность, инвестор, отрасли, условия, инвестиции, финансы.

Keywords: economic security, politics, technologies, activities, investor, industries, conditions, investments, finances.

Введение. На сегодняшний день мы вынуждены констатировать слабую развитость нормативной базы в области инвестирования, незаинтересованность в реализации инвестиций практически всех территориальных органов власти. В первую очередь речь идет об органах местного самоуправления, которые в силу слабых бюджетных реформ фактически выполняют директивы из центра, без шанса на реализацию каких-либо важных стратегических и инновационных проектов на территории муниципального образования [1].

Также к проблемам, которые должно решать государство, можно отнести подготовку профессиональных кадров, создание стимулов для инвестирования путем предоставления льгот и налоговых преференций и т. д.

Целью исследования является анализ инвестиционного портфеля финансовых структур и определение способов снижения рисков их инвестиционных операций.

Результаты исследования. Финансовая система страны по-прежнему продолжает претерпевать серьезные изменения. Центральный Банк упорно работает над оптимизацией работы системы и ведёт постоянный мониторинг ненадежных учреждений. Отзыв лицензии у банка – обычная практика, даже несмотря на серьезные условия для начала работы кредитной организации.

Если спроецировать все вышеописанное на Крым и на АО «Генбанк», то к названным факторам добавляется ряд других проблем и ограничений.

Крымский полуостров по-прежнему остается в изоляции и не может привлекать большие объемы средств от крупных организаций в экономику региона. Крупные кредитные учреждения также не спешат заходить в Крым, боясь потерять больше, чем приобрести. Следовательно, официальный Симферополь помимо внутренних ресурсов может надеяться лишь на финансовую помощь из федерального бюджета и государственные программы поддержки малого и среднего бизнеса [2].

Два крупнейших, по-настоящему системообразующих, банка в Крыму на данный момент – Российский Национальный Коммерческий Банк (РНКБ) и АО «Генбанк» за три последних года поставили крымскую банковскую систему на новые «рельсы» и поспособствовали более быстрой адаптации местного бизнеса к новым условиям. По сей день эти банки выполняют функцию поддержания достаточного уровня развития деловой активности на полуострове. И неизвестно, как изменится их положение после снятия международных санкций и вхождения на полуостров гигантов банковской индустрии России. Пока санкции продолжают действовать, у банков, в частности, у нашего объекта исследования, есть определённая гарантия сохранения высокого уровня прироста капитала и кредитного портфеля, поскольку конкуренция невысока.

Здесь следует отметить, что АО «Генбанк», включенный в санкционный список, за время функционирования в Крыму успел серьезно изменить

вектор своего развития и полностью переехать в Симферополь для дальнейшего обустройства на месте. В пользу этого факта свидетельствует и тот факт, что 50% акций акционерного общества в руках государственных органов Республики Крым и г. Севастополя. То есть руководство банка старается смотреть на перспективу и предпринимает сейчас активные попытки закрепиться в Крыму и приобрести как можно большее доверие крымчан. [3]

Инвестициям в Крым вход пока если не закрыт совсем, то во всяком случае серьезно ограничен. Кроме того, в качестве главного реализатора экономических проектов в Крыму избран РНКБ. Следовательно, Генбанку остается просто поддерживать умеренную инвестиционную активность за счет приобретения государственных облигаций и облигаций организаций из Ломбардного списка Банка России. Фактически банк при минимальном уровне риска (все обязательства так или иначе гарантированы государством) привлекает небольшой уровень дохода с сохранением высокой ликвидности финансовых инструментов [4].

К основным рискам банка можно отнести не конкретные риски инвестиционного характера, а общие риски, угрожающие функционированию кредитного учреждения в целом.

В частности, в апреле 2017 года в прессе снова стали появляться сообщения о возможном отзыве лицензии у АО «Генбанк» в связи с тем, что ссуды выдаются банком без гарантий и поручительств, традиционный банковский бизнес убыточен, а структура наличного денежного оборота неоптимальная. Есть подозрения и по нарушению антикоррупционного закона, что весьма опасно [5]. Многие эксперты связывают объявленный банком курс на оптимизацию технической базы и логистической структуры со стремлением руководства продать часть активов для того, чтобы закрыть финансовые «дыры».

Прогнозируется, что инвестиционный портфель Генбанка еще 2-3 года будет состоять исключительно из долговых ценных бумаг высшего порядка, только чтобы поддерживать этот сектор деятельности банка. Однако надежда на выход Генбанка на реальное экономическое инвестирование все же сохраняется.

Отметим также, что долевые ценные бумаги не получат в ближайшее время распространения хотя бы просто потому, что их приобретение по-прежнему слабо развито в целом по РФ, а на полуострове мало крупных предприятий, эмитирующих собственные финансовые инструменты [6].

Выводы. В целом прогноз по деятельности банков можно назвать положительным, даже несмотря на ряд негативных явлений в режиме реального времени и событий, которые могут произойти в ближайшее время. Тем не менее, банкам необходимо принимать более активное участие в инвестиционной жизни Крыма, если они действительно хотят закрепиться в регионе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабин Э. П. Внешнеэкономическая политика / Э. П. Бабин, Т. М. Исаченко. — М. : Экономика, 2015. — 463 с.
2. Дамодаран А. Инвестиционная оценка / А. Дамодаран. — М. : Альпина Бизнес Букс, 2016. — 341 с.
3. Долан Э. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / Э. Дж. Долан, Р. Дж. Кэмпбелл, К. Д. Кэмпбелл. — М. : Профико, 2016. — 448 с.
4. Официальный сайт АО «ГЕНБАНК» [Электронный ресурс] // сайт АО «ГЕНБАНК» — Финансовые показатели. — Режим доступа: <https://www.genbank.ru/o-banke/finansovye-pokazateli> (дата обращения: 04 апреля 2018).
5. Тихомирова И. Инвестиционный климат в России: региональные риски / И. Тихомирова. — М. : Издатцентр, 2014. — 320 с.
6. Чесноков А. С. Инвестиционная стратегия, опционы и фьючерсы / А. С. Чесноков. — М. : НИИ управления Минэкономки РФ, 2015. — 112 с.

© В.А. Иноземцев, Т.И. Воробец

УДК 338.242.2

НЕДОСТАТКИ КОНЦЕПЦИИ УПРАВЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ

DISADVANTAGES OF THE CONCEPT OF MANAGEMENT BASED ON THE VALUE OF THE COMPANY

Ислямова Э.Р., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.R. Islyamova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье выявлены слабые стороны концепции управления на основе стоимости компании и определены решения по их преодолению.

Annotation

The article reveals the weaknesses of the management concept based on the company's value and determines solutions for their overcoming.

Ключевые слова: концепция управления на основе стоимости, стратегия, максимизация стоимости компании.

Keywords: value based management, strategy, company value maximization.

Введение. Концепция управления на основе стоимости (VBM) с философией повышения благосостояния владельцев компании и других заинтересованных сторон, путем максимизации стоимости компании достаточно широко и уже продолжительно стала использоваться в управлении большинства развитых стран. Системный подход к управлению компанией, как к многоаспектному комплексному и изменяющемуся явлению, связывающему в единое целое цели, задачи, ресурсы, процессы и результаты, позволил концепции управления на основе стоимости решить проблемы компаний, не осуществленные предшествующими теориями управления.

Цель исследования. Наряду с преимуществами концепции управления на основе стоимости компании определить недостатки данной системы управления и выработать решения по их устранению.

Результаты исследования. В современном понимании главная идея перехода к управлению по стоимости – это сдвиг в понимание того, когда отношение менеджера к своим обязанностям в значительной степени соответствует отношению предпринимателя к своему бизнесу. В основе изменения подхода – прямая зависимость вознаграждения от результатов деятельности, от персонального вклада каждого в рост стоимости компании.

Максимизация стоимости компании, как показано на рис. 1, это постоянный и возобновляющийся процесс оперативных стратегических задач и решений. Результатом создания стоимости является система взаимосвязанных показателей, по которым определяется успешность достижения поставленных задач и доля каждого в общем успехе компании.

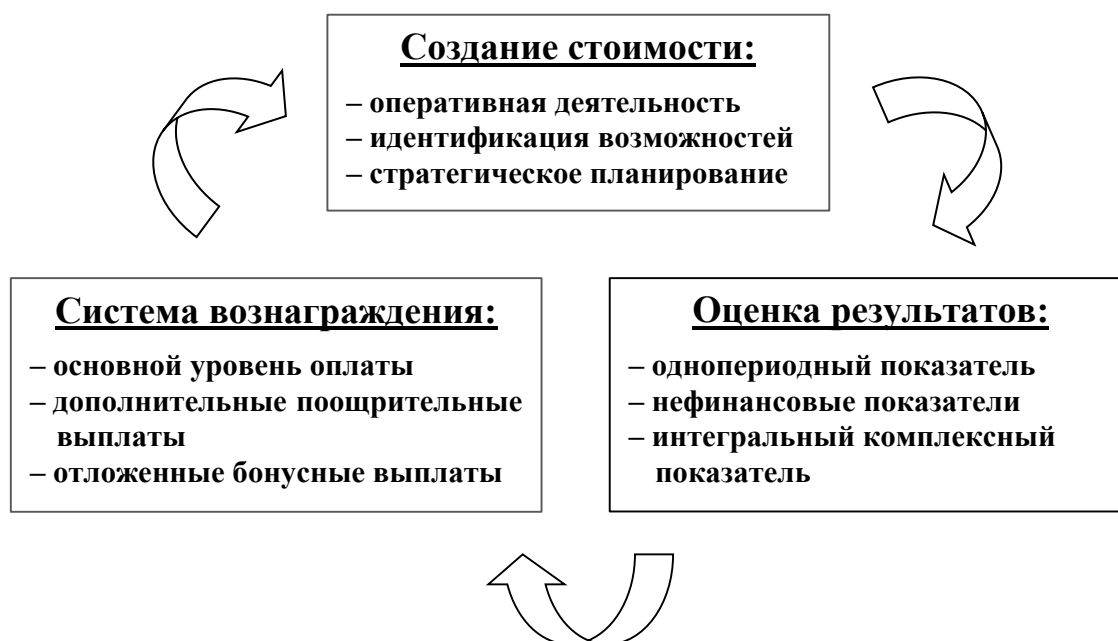


Рис. 1. Процесс создания стоимости в концепции VBM [5]

Обязательным представляется создание эффективной многоуровневой системы мотивации, которая должна быть прозрачной и открытой. Менеджер должен понимать, что показатель, по которому измеряется его собственная отдача, вкладывается в обобщенный показатель компании в целом и видеть, как это отражается на перспективах роста его личного благосостояния.

Обосновывая концепцию управления стоимостью компании, необходимо отметить и на наличие определенных недостатков. Изучение трудов авторов [1; 3; 4] позволило выявить следующие слабые моменты данной теории и одновременно нивелировать эти недостатки соответствующими аргументами:

1) Стоимость компании определяется рыночной стоимостью, а точность оценки стоимости имеет сомнение в условиях неэффективного и несовершенного финансового рынка.

Решение: При принятии стратегических решений необходимо на основании инсайдерской информации использовать оценку стоимости компании. Расчет предлагается проводить специально приглашенными специалистами экспертами, либо в созданном в компании аналитическом и мониторинговом подразделении стратегического управления.

2) Стоимость бизнеса сложно оценить объективно по причине использования прогнозируемых денежных потоков, которые рассчитываются с учетом дисконтирования.

Решение: С целью повышения объективности расчетов стоимости бизнеса необходимо использовать максимально учитывать наиболее важные характеристики деятельности предприятия. Следует правильно учесть риск и неопределенность рынка, в котором функционирует компания при расчете стоимости компании доходным методом.

3) Собственники зачастую озабочены оперативной деятельностью и ищут краткосрочные выгоды, или поддерживают неэффективный бизнес, поэтому не всегда заинтересованы в повышении стоимости принадлежащего им бизнеса.

Решение: Исследования Питера Друкера [2] доказывают все большую заинтересованность собственников в долгосрочном результате. В современных условиях жесткой конкуренции неэффективный бизнес достаточно быстро исчезает с экономической арены.

4) В целях увеличения прибыли компании стремятся к монопольному положению на рынке, и как следствие к снижению платежей в бюджет, что противоречит интересам социума и государства в целом.

Решение: Подобных проблем не удастся избежать ни одной системе оценки результативности деятельности компании, тем не менее ведущую роль здесь играет государство, устанавливающее определенные границы и ограничивающее создание монополий.

5) Возможность спекуляций менеджмента в интересах высшего руководства случае, если работа менеджмента оценивается по шкале повышения или снижения стоимости компании.

Решение: Ориентация на экономический результат является важным в стоимостной мотивации менеджмента. Это сложный многопериодный горизонт ответственности, когда нужно создать оптимальное сочетание между долгосрочными целями и получением краткосрочных результатов, определить меру свободы принятия решений на каждом уровне управленческой иерархии, адекватно учитывающей риски и достижимые результаты - как персональные, так и для компании в целом. Необходимо подкрепить целевые установки четкими количественными индикаторами для каждого бизнес-подразделения, связанными с созданием стоимости, строго контролируя результаты их деятельности. Важно найти способы создания у менеджеров и рядовых сотрудников разные формы мотивации к созданию стоимости компании.

Тем не менее, этими же авторами [1; 3; 4] признается тот факт, что стоимость компании из всех критериев оценки эффективности решений по управлению бизнесом, является наиболее объективным. Данный подход ориентирован на долгосрочное стратегическое развитие и наиболее полно учитывает интересы заинтересованных сторон. Практика успешного использования концепции подтверждается многими известными зарубежными компаниями, в том числе и российскими: «Газпром», «ЛУКОЙЛ», «Норильский никель», «МТС», «Мосэнерго», «Сбербанк», «Северсталь», «Сибнефть», «Сургутнефтегаз», «Вымпелком», «Аэрофлот» и др.

Независимо от формы организации компании, внедрение концепции управления стоимостью обеспечивает компании следующие преимущества:

- системность и гибкость инвестиционных решений;
- планирование собственной инвестиционной привлекательности;
- непрерывный контроль за деятельностью компании на рынке капитала и ее рыночной мощью;
- выбор рыночной стратегии для всей компании и стратегический анализ;
- особая устойчивость компании.

Исследования практических результатов внедрения этих подходов на западном и российском корпоративном материале показывают, что у последователей этой концепции снижаются затраты, улучшаются показатели обрачиваемости, ликвидности, устойчивости, растет эффективность по сравнению с выборками компаний, не использующих данный подход.

Выводы. Вышеизложенное позволяет заключить, что несмотря на выявленные проблемные вопросы, которые могут возникнуть при реализации концепции управления компанией на основе стоимости, данная система управления является наиболее эффективной и совершенной формой управ-

ления компанией, позволяющей сбалансировать интересы всех сторон, путем пронизывания всех сфер управления деятельностью компании одной единой целью – максимизацией стоимости.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия / С. В. Валдайцев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 258 с.
2. Вальтух К. К. Информационная теория стоимости и законы неравновесной экономики / К. К. Вальтух. — М. : Янус-К, 2001. — 254 с.
3. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство : пер. с англ. / Х. Виссема. — М. : Издательство «Финпресс», 2000. — 365 с.
4. Мертенс А. Стоимость компаний в теории и на практике / А. Мертенс // Финансовый директор. — 2002. — № 5. — С. 36–38.
5. Ибрагимов Рауф. Управление по стоимости как система менеджмента / Р. Ибрагимов // Портал Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс]. — 2004. — Режим доступа : https://www.cfin.ru/management/finance/valman/vbm_as_system.shtml. — Дата доступа : 04.04.201

© Э.Р. Ислямова

УДК 339.138

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

PERFECTION OF MARKETING ACTIVITY AT THE DOMESTIC ENTERPRISES

Любонька Н.Г., обучающаяся группы МО-231-о,
Тимаев Р.А., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N.G. Lyubonka, student, gr. MO-231-o,
R.A. Timaev, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании определена роль маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях. Установлено, что процессы маркетинга отечественных предприятий характеризуются определенной неравномерностью. Предложены мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности отечественных предприятий с учетом основных тенденций в данной области.

Annotation

The research defines the role of marketing activities in domestic enterprises. It is established that the marketing processes of domestic enterprises are characterized by a certain unevenness. Proposed measures to improve the marketing activities of domestic enterprises with the main trends in this area.

Ключевые слова: маркетинг, управление, конкуренция, отечественные предприятия.

Keywords: marketing, management, competition, domestic enterprises.

Введение. На сегодняшний день решение проблемы по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятиях различных форм собственности является актуальным. Неэффективная работа отдела маркетинга любого предприятия, преследующего максимизацию прибыли, ведет к снижению его конкурентоспособности и как следствие, к возможному прекращению деятельности. Следует отметить, что на отечественных предприятиях функция маркетинга реализуется не в полном объеме по причине отсутствия опыта и соответствующих навыков.

Цель исследования. Определить роль маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях и предложить мероприятия по ее совершенствованию.

Результаты исследования. Маркетинг на предприятии существует для того, чтобы ориентировать предпринимательство на удовлетворение потребностей путем создания и реализации ценностей для потребителей (лучше, чем это делают конкуренты) [1].

В условиях управления производственно-хозяйственной деятельностью организации в соответствии с рыночной конъюнктурой, увеличивается значимость маркетинговой деятельности, так как маркетинг позволяет предприятию успешно конкурировать на рынке, а без эффективной маркетинговой компании это невыполнимая задача [2].

Рыночные отношения в Российской Федерации являются основным фактором развития деятельности предприятия. Важное значение, в рыночных условиях, имеет регулирование скорости реализации товаров и услуг, за которое на предприятии отвечает маркетинговая функция.

Анализируя специфику маркетинговой деятельности отечественных предприятий можно сделать вывод, что на сегодняшний день в России широко используется прямой маркетинг (реклама на телевидении, листовки, реклама в прессе и т.д.), проведение конференций, акций, различных социологических опросов. Также в последнее время большое количество отечественных предприятий пользуются возможностями интернет-пространства в маркетинговых целях.

Процессы маркетинга отечественных предприятий характеризуются определенной неравномерностью. Она возникает в связи с тем, что:

– более стремительно маркетинг развивается в сферах, в которых наблюдается жесткая конкуренция. При этом маркетинг на отечественных производственных предприятиях используется недостаточно широко из-за спада товарного производства, вызванного активной экспансией российского рынка зарубежными производителями;

– спрос на товары отечественного производства определяется низкой платежеспособностью населения [3].

Согласно мнению авторитетных экспертов в области управления, по мере углубления рыночных отношений в России, руководители отечественных предприятий все чаще будут использовать инструменты маркетинга при формировании эффективной стратегии развития бизнеса. Это значит, что инструменты маркетинга будут активно использоваться в деятельности отечественных предприятий.

Анализ эффективных практик как отечественных, так и зарубежных предприятий, позволяет выделить ряд мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности:

1. Овладение определённой долей рынка в соответствии со стратегическими целями предприятия путём ориентации производственно-сбытовой деятельности предприятия на достижение конечного результата (реализация товаров и/или услуг в запланированных объемах);

2. Концентрация исследовательских, производственных и сбытовых усилий на реализацию мероприятий маркетинговой деятельности;

3. Нацеленность деятельности предприятия на результативность маркетинга, с учетом прогнозных значений ключевых показателей эффективности функционирования бизнеса;

4. Применение тактики активной адаптации к требованиям потенциальных покупателей с одновременным целенаправленным воздействием на них.

Приведенный выше перечень мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях является неполным, так как маркетинговая деятельность и её масштабы зависят от специфики деятельности предприятия.

Выводы. На современном этапе развития рыночных отношений маркетинговая деятельность доминирует на отечественных предприятиях. Внешняя среда отечественных предприятий характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности. В таких условиях предприятиям все чаще приходится прибегать к использованию инструментов маркетинга.

Мероприятия по овладению определённой долей рынка, концентрации исследовательских, производственных и сбытовых усилий, нацеленности деятельности предприятия на результативность и тактику активной адаптации к требованиям потребителей позволят совершенствовать маркетинговую деятельность отечественных предприятий, отвечающую современным условиям рынка спроса и предложения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Соловьев Б. А. Маркетинг : учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. — М. : НИЦ ИНФРА-М, 2017. — 336 с.
2. Калюгина С. Н. Маркетинг персонала: практикум / С. Н. Калюгина, И. П. Савченко, О. А. Мухорьянова. — Ставрополь : Изд-во СКФУ, 2016. — 127 с.
3. Положение маркетинга в современной России // Вопросы маркетинга. — Режим доступа : <http://www.dl5.ru/289-polozhenie-marketinga-v-sovremennoj-rossii.html>. — Дата доступа : 28 марта 2018.

© Н.Г. Любонька, Р.А. Тимаев

УДК 338.2

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF METHODS OF STRATEGIC ANALYSIS OF THE COMPANY

Османова З.О., старший преподаватель,
Грибакова Я.Ю., обучающаяся группы МО-433-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Z.O. Osmanova, Senior Lecturer,
Y. Y. Gribakova, student, gr. MO-433-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Исследование посвящено характеристике методов стратегического анализа деятельности предприятия. Обоснована актуальность их применения в современных социально-экономических условиях. На основе проведенного исследования выделены преимущества и недостатки наиболее популярных методов стратегического анализа.

Annotation

The study is devoted to the characteristics of the methods of strategic analysis of the enterprise. The urgency of their application in modern social and economic conditions is proved. On the basis of the conducted research the advantages and disadvantages of the most popular methods of strategic analysis are highlighted.

Ключевые слова: стратегия, методы стратегического анализа, деятельность предприятия.

Keywords: strategy, methods of strategic analysis, enterprise activity.

Введение. Предприятия нуждаются в понимании своего происхождения, основной цели и задач существования, а также путей их реализации. Современные условия рыночной экономики характеризуются ростом уровня конкуренции во всех сферах и отраслях. В таких условиях успешность функционирования предприятия, в том числе, определяется успешностью применения методов стратегического анализа и эффективностью реализации результатов этого анализа. Разнообразие таких методов на сегодняшний день очень велико. Выбор и применение на практике того или иного метода зависит от целей стратегического анализа.

Цель исследования заключается в исследовании наиболее популярных методов стратегического анализа, а также выделении преимуществ и недостатков в рамках каждого из них.

Результаты исследования. «Стратегическое управление – это технологии, направленные на разработку стратегий, принятие решений, корректировку условий функционирования объекта управления или цель реализации решений стратегии» [2]. Основными целями стратегического управления и планирования являются следующие [2]:

- оптимальное распределение ресурсов и их дальнейшее использование. Это является внутренним стержнем, где используются технологии, ресурсы предприятия, капитал и люди, а также осуществляется выход из областей, не приносящих прибыль, приобретение новых предприятий.

- «привыкание» к внешней среде. Необходимо приспособиться к изменяющимся внешним факторам (ситуация с демографией населения, политические и экономические факторы).

В рамках цели исследования предлагается провести анализ следующих методов стратегического анализа:

1. SWOT-анализ – анализируются внешние и внутренние факторы рыночной среды, а также сильные и слабые стороны предприятия. На основе анализа формируются потенциальные направления развития предприятия.

2. Матрица БКГ – на основе жизненного цикла продукции и ее размещения на рынке рассматривается стратегическое поведение предприятия.

3. Матрица Мак-Кинси – позволяет проанализировать и выбрать наиболее выгодную позицию предприятия на рынке.

4. Модель 5 сил конкуренции по Портеру – по 5 силам конкуренции оценивается объективное состояние конкурентной среды в определенный момент времени.

5. PEST-анализ – выявляет политические, экономические, социальные и технологические факторы внешней среды предприятия.

6. Модель ADL-LC – многофакторная модель, которая показывает конкурентное положение и стадии жизненного цикла предприятия.

7. SNW-анализ – анализирует сильные, слабые и нейтральные стороны предприятия. Является более глубоким изучением внутренней среды предприятия.

8. Матрица Ансоффа – описывает возможные стратегии предприятия в условиях растущего рынка. Используется на этапе выбора стратегии.

9. SPACE-анализ – комплексный метод, позволяющий проанализировать позицию предприятия на рынке, а также выбрать наиболее оптимальную стратегию для малых и средних предприятий.

Сравнительный анализ методов стратегического анализа представлен в табл. 1.

Таблица 1

Сравнительный анализ методов стратегического анализа

Метод	Достоинства	Недостатки
SWOT-анализ	1. Простота и удобство применения 2. Широкий диапазон возможностей 3. Анализ факторов, влияющих на деятельность предприятия 4. Оценка факторов организационной среды и альтернативных вариантов развития 5. Возможность применения относительно объекта любому уровню деятельности	1. Отсутствие движения во времени 2. Простота анализа и как результат охват небольшого массива информации 3. Анализ субъективен, результативность исследований зависит от уровня профессионализма и компетенции аналитика 4. Систематизирует лишь существующие знания
Матрица БКГ	1. Простота построения 2. Понятность и наглядность 3. Объективность рассмотрения параметров 4. Возможность применения при разработке инвестиционной политики	1. Сложности при определении доли рынка 2. Проведение оценки с использованием только двух показателей 3. Игнорирование многих важных показателей 4. Позволяет получить стратегические решения, но не позволяет определить тактику реализации этих стратегий
Матрица Мак-Кинси	1. Большое разнообразие альтернативных вариантов 2. Наличие средних позиций в матрице дают возможность маневренности действий	1. Субъективность оценок 2. Сложность оценивания при наличии большого количества критериев 3. Бездейственный характер 4. Сложность выбора одной стратегии из множества альтернативных вариантов
Модель 5 сил конкуренции по Портеру	1. Анализ рисков и возможностей внешней среды 2. Возможность оценки результативности новых видов деятельности предприятия	1. В модели не учтены фирмы-производители 2. Не рассматривается сила государства 3. Предполагает, что все пять факторов одинаково влияют на конкурирующую отрасль в предприятия

Метод	Достоинства	Недостатки
PEST-анализ	1. Учет большого количества факторов внешней среды 2. Наиболее простой и наглядный для применения метод анализа внешних факторов 3. Сосредотачивает внимание на важных вопросах и способствует поддержке со стороны руководства	1. Не дает детального представления о внешних факторах среды 2. Не учитывает внутренние факторы предприятия 3. Не позволяет быстро реагировать на изменения 4. Не учитывает взаимосвязь и влияние факторов макросреды 5. Достижение высокой эффективности возможно только при систематическом проведении анализа
Модель ADL-LC	1. Возможность применения относительно разных типов бизнеса 2. Учет большого количества факторов	1. Ограничена стратегиями, в которых отсутствуют попытки изменить жизненный цикл предприятия 2. Негибкое применение приводит к неверным стратегическим решениям
SNW-анализ	1. Фиксирует четкую ситуацию на рынке 2. Более глубокое изучение внутренней среды предприятия 3. Позволяет определить наиболее сильную сторону предприятия 4. Фиксируется среднерыночное состояние	1. Отсутствие движения во времени 2. Простота анализа и как результат охват небольшого массива информации 3. Используется только при анализе факторов внутренней среды предприятия
Матрица Ансоффа	1. Наглядно структурирует реальные ситуации 2. Учитывает классификацию продукции и рынков для дальнейшего выбора стратегии 3. Простота использования	1. Ориентируется лишь на рост 2. Рассматривает только две характеристики, когда имеются и другие важные характеристики
SPACE-анализ	1. Легкость и логика в проведении анализа 2. Способность быстро провести оценку 3. Наглядность результатов 4. Определение стратегических позиций	1. Перечень анализируемых факторов не учитывает все важные показатели (факторы) 2. Группы факторов не обосновывают выведение того или иного перечня факторов

Источник: составлено по материалам [1; 2; 3]

Выводы. Разработка стратегии деятельности предприятия связана с формированием целей роста предприятия на определенное время, а также способов достижения намеченных целей. Стратегия предприятия включает три обязательные подсистемы: особую компетенцию предприятия, сферу деятельности, размещение ресурсов и программу развития. Особая компетентность предприятия указывает на сочетание знаний в специфической сфере деятельности (сегмента рынка), в которой предприятие уже имеет

конкурентные преимущества, опыт работы и стремится использовать стратегический актив развития бизнеса. Однако необходимо учитывать, что предпосылкой разработки стратегии деятельности предприятия независимо от его размеров, масштабов и сферы деятельности, является стратегический анализ его деятельности. Грамотный выбор и проведение стратегического анализа во многом являются залогом успешной деятельности предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Анискин Ю. П. Планирование и контроллинг : [учебник по специальности «Менеджмент организаций»] / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. — 3-е изд., стер. — М. : Издательство «Омега-Л», 2007. — 280 с.
2. Ильин А. И. Планирование на предприятии : [учебное пособие для вузов] / А. И. Ильин. — 8-е изд., стер. — М. : Новое знание, 2008. — 668 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. — М. : РГГУ, 2017. — 448 с.

© З.О. Османова, Я.Ю. Грибакова

УДК 339.137

ОЦЕНКА УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ СКК «MRIYA RESORT & SPA»

EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS LEVEL OF THE ENTERPRISE ON THE EXAMPLE OF SCI «MRIYA RESORT & SPA»

Османова З.О., старший преподаватель,
Терехов Д.В., обучающийся группы МО-433-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Z.O. Osmanova, Senior Lecturer
D.V. Terekhov, student, gr. MO-433-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании обосновано применение метода экспресс-оценки для оценки уровня конкурентоспособности предприятия. Представлена апробация метода на примере санаторно-курортного комплекса «Mriya Resort & Spa». В качестве конкурентов выбраны четыре средства размещения Республики Крым категории «пять звезд».

Annotation

The research justified the application of the rapid assessment method to estimate the level of competitiveness of the enterprise. Approbation of the method is exemplified by the example of the sanatorium and resort complex «Mriya Resort & Spa». As competitors, four means of accommodation of the Republic of Crimea of the category «five stars» were chosen.

Ключевые слова: конкурентоспособность, оценка уровня конкурентоспособности, метод экспресс-оценки.

Keywords: competitiveness, competitiveness level assessment, express assessment method.

Введение. Конкурентоспособность является многоаспектным понятием, которое означает способность предприятия (товара, услуги) в текущих условиях рынка быть более привлекательным в глазах потребителей, по сравнению с предприятиями-конкурентами (товары-конкуренты, услуги-конкуренты). Обеспечение высокого уровня конкурентоспособности является одним из ключевых факторов успешной деятельности предприятия. Одним из условий достижения высокого уровня конкурентоспособности является выбор и грамотное применение метода оценки уровня конкурентоспособности.

Целью исследования является формирование наглядного метода оценки конкурентоспособности на примере санаторно-курортного комплекса «Mriya Resort & Spa» (далее СКК «Mriya Resort & Spa»).

Результаты исследования. Конкурентоспособность предприятия определяется совокупностью факторов, которые образуют конкурентное преимущество. «Конкурентное преимущество – это набор характеристик (свойств) товара или услуги, которые создают для предприятия определенное превосходство над конкурентами» [1].

Оценка конкурентоспособности носит сопоставительный характер, т. е. по определенным характеристикам к конкретному периоду и условиям. Существуют различные методики оценки, которые позволяют определить уровень конкурентоспособности предприятия [2].

В данном исследовании предлагается использовать объединенную методику экспресс-оценки уровня конкурентоспособности и анализа конкурентоспособности предприятия по отдельным характеристикам. Суть методики заключается в выделении характеристик, по которым будет проведено сравнение конкурентной позиции, а также экспресс-оценке показателей по шкале от одного до пяти. В результате применения данной методики будет построена таблица оценки конкурентоспособности предприятия, а также определено положение предприятия на рынке: лидер рынка, претендент на роль лидера, последователь, занявший нишу, аутсайдер [2; 3].

Объектом оценки конкурентоспособности является СКК «Mriya Resort & Spa». СКК «Mriya Resort & Spa» является предприятием, действующим на рынке санаторно-курортных услуг Республики Крым и имеющим наивысшую категорию 5 звезд. Основными конкурентами СКК «Mriya Resort & Spa» являются: отель «Villa Elena Hotel & Residences», курортный комплекс «Aquamarine Resort & SPA Севастополь», «Резиденция Крымский Бриз», отель «Riviera Sunrise Resort & SPA». Выбор именно этих предприятий в качестве конкурентов обусловлен следующими составляющими:

– уровнем «звездности»;

- территориальным признаком – предприятия, действующие на территории и рынке Республики Крым;
- схожестью ассортимента предлагаемых услуг.

Для оценки уровня конкурентоспособности предприятия были выделены следующие критерии: местоположение, стоимость номеров (стандартный номер с полным пансионом), количество номеров, количество категорий номеров, опыт работы на рынке, виды транспортного обслуживания, наличие медицинского комплекса. Для оценки уровня конкурентоспособности выбрана пятибалльная шкала, в которой 1 балл соответствует наихудшему значению, 5 баллов соответствует наилучшему значению.

Оценка конкурентоспособности СКК «Mriya Resort & Spa» представлена в табл. 1.

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности СКК «Mriya Resort & Spa»

Средство размещения	Местоположение			Стоимость номера (стандарт, полный пансион)		Количество номеров			Количество категорий номеров			Опыт работы на рынке		Виды транспортного обслуживания			Наличие медицинского центра	Итого, количество баллов
	Южный берег (5б)	Западное побережье (3б)	Восточное побережье (1б)	Минимальная (1-5б)	Максимальная (1-5б)	До 50 (1б)	От 50 до 200 (3б)	Свыше 200 (5б)	До 3 (1б)	От 3 до 6 (3б)	Свыше 6 (5б)	До 5 лет (1б)	Более 5 лет (3б)	Только наземное (1б)	Водное (3б)	Воздушное (5б)		
СКК «Mriya Resort & Spa»	5			3б (8400 руб.)	3б (20199 руб.)			5		3		1				5	5	30
«Villa Elena Hotel & Residences»	5			1б (17100 руб.)	1б (31550 руб.)	1					5		5		3			21
«Aquamarine Resort & SPA»	5			5б (5700 руб.)	4б (19700 руб.)		3			3			5	1				26
«Резиденция Крымский Бриз»	5			2б (16000 руб.)	1б (32000 руб.)		3			3			5			5		24
«Riviera Sunrise Resort & SPA»	5			4б (7600 руб.)	5б (14600 руб.)			5			5	1		1				26

Источник: составлено авторами.

Проведенная оценка уровня конкурентоспособности позволила сделать ряд следующих выводов.

1. На основе суммирования полученных результатов можно утверждать, что СКК «Mriya Resort & Spa» среди оцениваемых кандидатов является лидером рынка Республики Крым. Главным конкурентным преимуществом санаторно-курортного комплекса является наличие медицинского центра, большое количество видов транспортного обслуживания и уровень оснащённости номерного фонда. В качестве слабой стороны можно выделить небольшое количество категорий номеров, а именно 4, а также отсутствие большого опыта работы на рынке санаторно-курортных услуг.

2. Претендентами на роль лидера рынка являются «Aquamarine Resort & SPA» и «Riviera Sunrise Resort & SPA». Главными конкурентными преимуществами этих предприятий являются более низкая стоимость номеров стандартной категории, что дифференцирует сегмент потребителей услуг. Также в случае «Riviera Sunrise Resort & SPA» преимуществом являются большое количество номеров и категорий номеров. В качестве слабых сторон «Riviera Sunrise Resort & SPA» и «Aquamarine Resort & SPA» можно выделить наличие только одного вида транспортного обслуживания, а также отсутствие медицинского центра.

3. Последователем, занявшим нишу, является «Резиденция Крымский Бриз». Главными конкурентными преимуществами этого предприятия является наличие большого количества видов транспортного обслуживания, а также продолжительный опыт работы на рынке.

4. Аутсайдером является «Villa Elena Hotel & Residences». В качестве его конкурентного преимущества можно выделить разнообразие категорий номеров. Главными недостатками является небольшой номерной фонд, а также высокая стоимость размещения.

Выводы. В исследовании была охарактеризована и использована методика экспресс-оценки уровня конкурентоспособности и анализа конкурентоспособности предприятия по отдельным характеристикам на примере СКК «Mriya Resort & Spa». В результате применения метода экспресс-оценки уровня конкурентоспособности предприятия по выделенным критериям было определено положение СКК «Mriya Resort & Spa» на рынке как «лидер». На рынке санаторно-курортных услуг Республики Крым в рамках анализируемых предприятий СКК «Mriya Resort & Spa» является «лидером» за счет сформировавшихся у него конкурентных преимуществ.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ильичева И. В. Маркетинг : [учебно-методическое пособие] / И. В. Ильичева. — Ульяновск : УлГТУ, 2010. — 229 с.
2. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. — 2014. — № 1. — С. 374–377.

3. Сафиуллин Н. З. Управление конкурентоспособностью предприятий : [монография] / Н. З. Сафиуллин, Л. Н. Сафиуллин. — Казань : Изд-во Казанск. ун-та, 2008 — 189 с.

© З.О. Османова, Д.В. Терехов

УДК 338.1

К ВОПРОСУ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НАДЕЖНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

TO THE QUESTION OF ESTIMATION OF THE LEVEL OF ECONOMIC RELIABILITY OF REGIONAL INDUSTRIAL ENTERPRISES

Тимофеев Р.А., к.э.н., доцент,
Алафузов И.Г., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «Казанский государственный
энергетический университет»,
Институт цифровых технологий и экономики,
г. Казань

R.A. Timofeev,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
I.G. Alafuzov,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Kazan State Power Engineering University»,
Kazan

Аннотация

В статье обусловлены перспективность, актуальность и научная значимость дальнейших исследований в области формирования и оценки экономической надежности региональных промышленных предприятий как социально-экономических систем. С позиций системно-синергетического подхода предложены структурные составляющие экономической надежности регионального промышленного предприятия. Представлены основные методические принципы формирования интегральной оценки экономической надежности промышленного предприятия в современных условиях.

Annotation

In article prospects, relevance and the scientific importance of further researches in the field of formation and assessment of economic reliability of the regional industrial enterprises as social and economic systems are caused. From positions of system and synergetic approach, structural components of economic reliability of the regional industrial enterprise are offered. The basic methodical principles of formation of integrated assessment of economic reliability of the industrial enterprise in modern conditions are presented.

Ключевые слова: надежность, устойчивость, экономическая устойчивость, экономическая надежность, промышленное предприятие, социально-экономическая система.

Keywords: reliability, stability, economic stability, economic reliability, industrial enterprise, social and economic system.

Введение. Проблема экономической надежности российских промышленных предприятий стала активно рассматриваться в отечественной экономике лишь в последнее десятилетие. Интерес к этой проблеме обусловлен переходом российской экономики на рыночные рельсы и процессами макроэкономической стабилизации в конце 1990-х гг., а также усилением влияния на промышленные воспроизводственные процессы основных факторов, определяемых текущей конъюнктурой на общероссийском и мировом товарных рынках. Не смотря на наличие некоторого числа научных работ по данной проблематике, отдельные аспекты содержательной и оценочной стороны экономической надежности промышленных предприятий реального сектора российской экономики так и не получили необходимого научно-теоретического обоснования и до сих пор остаются открытыми.

В период санкционных войн и действия международных ограничений для доступа российских предприятий к инвестиционным ресурсам и новым технологиям, на фоне кризисного состояния реального сектора отечественной экономики, важность и актуальность исследований в этой области обуславливается следующим [1]: одной из основных причин банкротства большинства промышленных предприятий сегодня – низкий уровень их экономической надежности, обусловленный невыполнением ранее заданных экономических результатов; низкий уровень платежеспособности, как следствие низкой экономической надежности промышленного предприятия, ограничивают его финансовый потенциал, что на практике делает практически невозможным дальнейшее расширение производства; высокая вероятность “сбоев” в работе промышленного предприятия, ведет к снижению надежности производственного процесса, что выражается в простоях и неритмичной работе, что в конечном итоге увеличивает себестоимость выпускаемой продукции; низкий уровень экономической надежности промышленного предприятия отрицательно сказывается не только на конкурентоспособности конечной продукции, но и на конкурентоспособности всего предприятия.

Цель исследования. В настоящее время, когда речь идет о надежности промышленного предприятия, в большинстве случаев рассматривается сугубо технический аспект данной проблемы и чаще всего подразумевается оценка его инженерно-технологического потенциала, что с нашей точки зрения является не совсем обоснованным. С экономической точки зрения, с позиций обеспечения заданного уровня конкурентоспособности и эффективности, категория экономической надежности промышленного предприятия

характеризует не только наличие оборудования, квалифицированных кадров и потенциальной возможности производить ту или иную продукцию, но и отражает его устойчивость к существующим политическим потрясениям, собственным управленческим ошибкам, просчетам деловых партнеров и ряду других факторов, оказывающих существенное влияние на процесс и результаты хозяйственной деятельности. В зависимости от способности промышленного предприятия своевременно и адекватно реагировать на предъявляемые к нему внешние или внутренние требования, оно на практике будет считаться экономически "надежным" или "ненадежным" по отношению к деловым партнерам. При этом необходимо отметить, что понятия "надежности" и "устойчивости" социально-экономических систем не являются тождественными, как это часто встречается в современной литературе.

В целом, понятие устойчивости, определяется способностью объекта возвращаться в состояние равновесия после окончания действия внешних сил, которые вывели его из этого состояния. Тем не менее, равновесная система – это система закрытая, характеризующаяся неизменными параметрами. Экономически устойчивое промышленное предприятие, действующее на рынке и пытающееся повысить свою прибыльность, не может находиться в состоянии равновесия, оно находится в состоянии развития, где происходит качественное изменение состава, связей и функционирование самого предприятия. Достигнутая величина экономической устойчивости промышленного предприятия формируется посредством преодоления ряда воздействий внешних и внутренних факторов. Уровень экономической устойчивости промышленного предприятия в силу своей специфики показатель краткосрочный, он не является данностью на продолжительный период времени. С позиций долгосрочной перспективы необходимо анализировать оценку величины экономической надежности промышленного предприятия как его способность к эффективной и бесперебойной работе в течение заданного времени в существующих условиях функционирования, под воздействием постоянно изменяющихся внешних и внутренних факторов [2].

Результаты исследования. Разрабатывая методические основы оценки экономической надежности, авторы настоящей работы рассматривали промышленное предприятие с позиции системно-синергетического подхода, что позволило на практике представить его в виде социально-экономической системы, состоящей из ряда элементов (подсистем), каждый из которых определяет цели и условия ее функционирования. Экономическая надежность промышленного предприятия на наш взгляд будет определяться следующими элементами: надежность системы управления, надежность технического развития, надежность природоохранной деятельности, надежность управления персоналом, надежность финансово-экономического развития, надежность маркетинговой деятельности, надежность управления

производством. Уровень надёжности каждой подсистемы определяется значимыми показателями, для выбора которых предлагается использовать либо метод экспертных оценок, либо определять их самостоятельно [3].

Проведенный авторами анализ позволяет предложить следующий ряд системообразующих показателей в наибольшей мере отражающих уровень экономической надежности промышленного предприятия: коэффициенты текущей ликвидности, финансовой устойчивости, оборачиваемости дебиторской задолженности, рентабельность продаж, рентабельность собственного капитала; коэффициент износа основных производственных фондов, доля денежных средств в поступлениях предприятия, текучесть персонала, средняя месячная заработная плата 1 работника; коэффициент автоматизации систем управления; количество несчастных случаев на производстве со смертельным исходом; коэффициент нормативной экологической опасности, доля экологических платежей в себестоимости продукции.

Предлагаемая авторами методика определения уровня экономической надежности промышленного предприятия, основывается на построении шкалы (по возможности универсальной), которая позволяет сравнить различные уровни развития исследуемого объекта и с большей степени достоверности дать сравнительную оценку с эталонными показателями.

С учетом вышесказанного, методику расчета показателя экономической надежности промышленного предприятия как социально-экономической системы, можно представить следующим образом:

1. Исходные данные представляют собой:

X_i – набор показателей, наиболее четко отражающих надежность подсистем промышленного предприятия определяющих его экономическую надежность; $i = \overline{1, N}$, где n – количество показателей;

2. Определяются средние значения показателей:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_{ij}}{N} \quad (1)$$

3. Рассчитываются средние квадратические отклонения показателей:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^N (X_{ij} - \bar{X}_j)^2}{N}} \quad (2)$$

4. Определяются стандартизированные значения выбранных показателей:

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij}}{\sigma_j} \quad (3)$$

5. Задаются эталонные значения показателей:

$$X^* = (X_1^*, X_2^*, \dots, X_N^*) \quad (4)$$

6. Определяются стандартизированные значения эталонов:

$$Z_j^* = \frac{X_j}{\sigma_j} \quad (5)$$

7. Рассчитываются веса признаков в функции экономической надежности:

$$\alpha_j = \frac{Z_j^*}{\sqrt{\sum_{j=1}^n (Z_j^*)^2}} \quad (6)$$

8. Формируется функция экономической надежности:

$$y = \alpha_1 Z_1 + \alpha_2 Z_2 + \dots + \alpha_n Z_n \quad (7)$$

9. Определяются значения функции экономической надежности при значениях показателей в момент времени:

$$y_i = \alpha_1 Z_{i1} + \alpha_2 Z_{i2} + \dots + \alpha_n Z_{in} \quad (8)$$

10. Рассчитывается значение функции экономической надежности при эталонных значениях показателей:

$$y^* = \alpha_1 Z_1^* + \alpha_2 Z_2^* + \dots + \alpha_n Z_n^* \quad (9)$$

11. Определяется уровень экономической надежности в момент времени t_i :

$$S(t_i) = \frac{\sum_{j=1}^N \alpha_j \frac{X_{ij}}{\sigma_j}}{\sum_{j=1}^N \alpha_j \frac{X_j}{\sigma_j}} \text{ или } S(t_i) = \frac{y_i}{y^*}; \quad (10)$$

Выводы. Предложенная интегральная оценка величины экономической надежности промышленного предприятия имеет двойственный характер. Во-первых, промышленное предприятие имеет определенные возможности по формированию потенциальных положительных результатов своей производственно-хозяйственной деятельности, во-вторых, эффективное использование своих потенциальных возможностей, гарантирует предприятию получения определенных результатов, т.е. фактические результаты производственно-хозяйственной деятельности являются частью потенциальных возможностей хозяйствующего субъекта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Тимофеев Р. А. К вопросу об устойчивости российской экономики в условиях торгово-экономических санкций / Р. А. Тимофеев, Н. А. Логин, Р. И. Гайнутдинов. // Новый путь российской экономики: импортозамещение, инновационность, экономическая безопасность : сборник статей

Международной научно-практической конференции (23 декабря 2017 г, г. Екатеринбург). В 2 ч. Ч. 2. — Уфа : ОМЕГА САЙНС, 2017. — С. 140–143.

2. Тимофеев Р. А. Основные факторы, обуславливающие содержание экономической надежности региональных экономических систем / Р. А. Тимофеев // Вестник экономики, права и социологии. — 2011. — № 1. — С. 88–93.

3. Шлычков В. В. Современные концепции оценки эффективности управления промышленным предприятием / В. В. Шлычков, Д. Р. Нестулева // Вестник Казанского государственного энергетического университета. — 2009. — № 2 (2). — С. 41–50.

© Р.А. Тимофеев, И.Г. Алафузов

УДК 331.108

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

CRITERIA FOR EVALUATION OF EFFICIENCY OF WORK OF THE ENTERPRISE

Хорева А.В., обучающаяся группы МГ-431-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.V. Horeva, student, gr. MG-431-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены различные трактовки системы показателей эффективности деятельности предприятия. Приведены различные точки зрения на формирование системы показателей эффективности деятельности предприятия. Подтверждена необоснованность излишнего увеличения группы результирующих показателей эффективности предприятия.

Annotation

The paper considers various interpretations of the system of performance indicators of the enterprise. Various points of view on the formation of a system of performance indicators of the enterprise are presented. The groundlessness of the excessive increase in the group of net performance indicators of the enterprise was confirmed.

Ключевые слова: эффективность, повышения эффективности предприятия, результативность, конкурентоспособность, развитие предприятия.

Keywords: efficiency, increase of efficiency of the enterprise, productivity, competitiveness, enterprise development.

Введение. Для выбора адекватных методов оценки эффективности деятельности предприятия необходимо, прежде всего, сформулировать критерии эффективности. В практике предпринимательства в качестве критериев эффективности деятельности предприятия рассматриваются:

- фактические финансовые результаты, которые превышают уровень аналогичных результатов конкурентов;
- прогнозный рост финансовых результатов в ближайшей перспективе (по сравнению с ближайшими конкурентами предприятия);
- наличие достаточного количества ресурсов, которые предоставляются для поддержания и развития собственной деятельности.

Целью исследования является изучение системы показателей, характеризующих экономическую эффективность деятельности предприятия, с целью выявления путей её повышения.

Результаты исследования. По мнению многих экономистов-теоретиков [1] все из приведенных критериев являются необходимыми, поэтому невыполнение любого из них приведет к неэффективности деятельности предприятия:

- если предприятие достигло финансового результата ниже, чем у конкурентов, оно еще неэффективно, но может таким стать в перспективе;
- если расчетный рост финансового показателя ниже, чем у конкурентов, то организация вскоре может потерять свои конкурентные преимущества;
- если предприятие не предоставляет достаточное количество ресурсов на поддержку и развитие или неправильно их использует, то возникают большие риски наступления потерь и со временем предприятие теряет свою эффективность.

Многие авторы считают, что предприятие следует оценивать, как систему с учетом достаточно автономных составляющих, и как следствие, возникает вопрос о переходе от оценки предприятия в целом к оценке его составляющих элементов. Таким образом, ученые акцентируют внимание на оценке эффективности каждого структурного элемента предприятия, ведь если они работают неэффективно, то неэффективно и все предприятие.

В связи с этим можно выделить структурные критерии эффективности деятельности предприятия, которые определяются внутренними характеристиками предприятия:

- производительность работы структурных подразделений предприятия;
- действенность организационной структуры управления предприятием;
- потери времени при обеспечении коммуникаций между структурными подразделениями предприятия;

– качество управления предприятием и его отдельными структурными подразделениями.

Оценка указанных характеристик должна способствовать использованию внутренних резервов, росту эффективности деятельности предприятия и сокращению неэффективности, связанной с проблемами корпоративного управления и взаимоотношений внутри фирмы.

Как правило, оценка эффективности деятельности предприятия осуществляется за определенный период. Оценивая эффективность работы предприятия, например, за прошлый год, суммируем деятельность предприятия в прошлом. И какой бы эффективной не оказалась деятельность предприятия в прошлом периоде, это вовсе не означает, что такая тенденция будет пролонгирована на будущее. То есть при оценке эффективности следует четко осознавать, что она осуществляется за прошлые периоды и является подведением итогов, но она также и должна стать основой для прогнозирования на перспективу. Это позволяет нам сформулировать динамические критерии эффективности деятельности предприятия, которые определяются динамикой ключевых показателей эффективности деятельности предприятия в целом:

- индекс доходности деятельности предприятия;
- индексы рентабельности предприятия и продукции;
- индексы показателей производительности использования важных факторов производства: труда, основного капитала, материальных ресурсов, энергоресурсов и т.д.

Перечисленные показатели позволяют оценить динамику изменения доходности и рентабельности предприятия, эффективности использования отдельных производственных ресурсов, а также выявить тенденции в изменении эффективности деятельности предприятия в целом и по отдельным факторам. Это может стать важной информацией для менеджмента предприятия, как результат управленческих и других действий по обеспечению эффективного развития предприятия.

В отечественной научной и учебной литературе является популярным многокритериальный подход к оценке эффективности деятельности предприятия. В котором среди критериев эффективности деятельности предприятия выделяют: доходность, качество, инновационность, экономичность, положение на рынке, производительность, качество трудовой жизни. Авторы отмечают многоаспектность [2] и сложный многогранный [3] характер деятельности предприятия и необходимость соответствующего характера критериев эффективности его деятельности.

Выводы. На наш взгляд, наличие необоснованного многообразия показателей практически исключает адекватную оценку и восприятие общего уровня эффективности деятельности предприятия, поскольку:

- значительное количество из этих критериев является взаимоисключающими и улучшение одних приводит к ухудшению других, например, высокое качество исключает сохранение высокой экономичности;

– некоторые из них лишь условно или косвенно связаны с эффективностью деятельности предприятия, например, устойчивое положение на рынке может свидетельствовать об эффективности только в условиях конкурентного рынка, но в условиях его монополизации эта связь теряется;

– многие из критериев относятся к другим комплексным характеристикам деятельности предприятия, в частности, к конкурентоспособности, но к эффективности имеют далекое отношение.

Работая в условиях конкурентной среды, отмеченных структурных и динамических критериев недостаточно для успешного осуществления управления деятельностью предприятия. Необходимо сравнивать текущие показатели не только с предыдущими периодами, но и с показателями работы конкурентов, так как может возникнуть ситуация, когда положительная динамика собственных показателей эффективности значительно отстает от динамики рынка и основных конкурентов, что приводит к потерям доли рынка оцениваемого предприятия и падению его относительной эффективности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гончаров В. И. Менеджмент : [учебное пособие] / В. И. Гончаров. — Минск : «Современная школа», 2010. — 624 с.

2. Ячменева В. М. Самоменеджмент : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, А. И. Сулыма. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2012. — 573 с.

3. Ячменева В. М. Менеджмент организаций: современные проблемы управления : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, Г. М. Чернецова, А. И. Сулыма. — Симферополь : ДОЛЯ, 2007. — 344 с.

© А.В. Хорева, Т.И. Воробец

СЕКЦИЯ 4. ЭФФЕКТИВНОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

УДК 331.522:331.446.4

УСПЕШНЫЙ МЕНЕДЖЕР ПО ЛОГИСТИКЕ: АКТУАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ РЫНКА

LOGISTICS MANAGER: TOPICAL MARKET REQUIREMENTS

Ваховская М.Ю., к.э.н., доцент,
Ткаченко Е.И., обучающаяся группы МО-332-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

M. Vakhovskaya,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
E. Tkachenko, student, gr. MO-332-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Выявлены основные требования работодателей к кандидатам на должность менеджера по логистике, а также социально-психологические характеристики личности, обуславливающие поведение человека в группе.

Annotation

The main requirements of employers for candidates for the post of logistics manager have been revealed, as well as socio-psychological characteristics of the individual, which determine the behavior of a person in a group.

Ключевые слова: менеджер, логистика, требования рынка, логистический менеджмент, социально-психологическая характеристика.

Keywords: manager, logistics, market requirements, logistics management, social psychological characteristics.

Введение. На сегодняшний день на рынке труда сложилась ситуация, при которой, чтобы претендовать на должность с достойной оплатой, кандидату необходимо соответствовать обязательным требованиям касательно уровня образования, предшествующего опыта работы, иметь специальные умения и навыки. К претендентам на некоторые должности могут предъявляться особые пожелания с точки зрения их психологических особенностей, умения работать в команде, разрешать конфликтные ситуации и противостоять стрессу. На собеседованиях работодатели зачастую предлагают проходить социально-психологические тесты и, порой, именно тип темперамента, особенности ответов претендента и его реакция на специфические вопросы становятся главным критерием выбора для некоторых вакансий. В

этой связи актуальной представляется проблема выявления требований работодателей к претендентам на такую востребованную рынком должность как менеджер по логистике. Эта проблема важна еще и потому, что требования рынка изменяются достаточно быстро, специализация углубляется, а нынешнему студенту ВУЗа важно представлять себе, в какой сфере ему было бы интересно работать в будущем, и на развитие каких личных компетенций необходимо сделать упор.

Цель исследования. Анализ требований работодателей, выявление необходимых навыков и социально-психологических характеристик для претендентов на должность менеджера по логистике.

Результаты исследования. Функциональные обязанности менеджера по логистике могут кардинально отличаться в зависимости от специфики организации, в которой он работает или собирается работать, и уровня занимаемой должности. Преимущественно они касаются организации процесса доставки товара от производителя / посредника к покупателю в определенное место и максимально быстро. При этом необходимо минимизировать издержки, насколько это возможно, и обеспечить доставку груза в соответствии с требованиями к его качественным характеристикам. Статистика свидетельствует, что благодаря грамотным действиям службы логистики возможно снизить затраты на логистические операции вплоть до 30% [1].

В основном обязанности логиста заключаются в:

- заключении договоров с поставщиками;
- решении вопросов транспортировки;
- решении вопросов таможенного оформления грузов;
- выборе и организации работы складских помещений;
- организации бесперебойной работы всей цепочки перемещения товара.

Для того, чтобы успешно справляться с вышеуказанными обязанностями, менеджер по логистике изначально должен получить базовые знания в колледже или ВУЗе. Однако для работодателей наличие документа, подтверждающего получение образования, зачастую недостаточно. От потенциальных кандидатов они потребуют ряд профессиональных навыков, которые можно «получить» лишь в процессе реального опыта управления движением товара, его таможенного оформления, хранения и транспортировки.

Анализ данных [2] показал, что работодатели почти в 88% случаях не готовы принимать на работу менеджеров по логистике без опыта работы (в предпочтении опыт от 3 лет). Отказ в принятии на должность по причине отсутствия профессионального образования в 46% случаях – вторая по частоте причина.

В табл. 1 представлены среднестатистические требования к опыту работы и профессиональному образованию претендентов на должность менеджера по логистике в зависимости от уровня и специфики деятельности предприятия.

Таблица 1

**Требования к образованию и опыту работы претендентов
на должность менеджера по логистике**

Уровень и специфика деятельности предприятия	Требования к претенденту	
	Образование	Опыт работы, лет
– предприятие, работающее не больше 6 месяцев; – предприятие, работающее в пределах одного города/области; – наличие одного нескольких клиентов/поставщиков	колледж	0-3
– предприятие, работающее не больше 1 года; – предприятие, работающее в пределах одного города/области; – отсутствие постоянных поставщиков/клиентов	колледж	1-7
– предприятие, работающее больше 2 лет; – предприятие, работающее в пределах одной/нескольких областей; – наличие одного / нескольких постоянных поставщиков / клиентов	колледж, ВУЗ	0-7
– предприятие, работающее более 4 лет; – предприятие, работающее в пределах страны/международное; – наличие постоянной клиентской базы и свыше 5 поставщиков	колледж, ВУЗ	1-7
– предприятие, работающее не менее 6 лет; – международное предприятие; – наличие постоянной клиентской базы и свыше 5 поставщиков	колледж, ВУЗ	1-7 и более

Составлено авторами на основе [1; 2; 8].

По данным табл. 1 можно сделать вывод, что наличие диплома о высшем образовании является приоритетным для претендентов на должности в стабильно работающих предприятиях на уровне страны и международных. Опыт работы, определяющий наличие специальных навыков, является желательным критерием для претендентов на вакансии в «молодых» предприятиях и обязательным критерием (от 3 лет и более) для кандидатов в стабильные крупные компании.

Опыт работы и базовое образование являются основными критериями отбора для претендентов на должности менеджеров по логистике, но далеко не единственными. В табл. 2 приведены наиболее распространенные требования к кандидатам на эти должности на территории РФ, выявленные на основании анализа объявлений о вакансиях, размещенных работодателями в сети Интернет.

Таблица 2

Требования к претендентам (анализ объявлений в сети Интернет)

№	Требование	Частота упоминания, %
1	Коммуникабельность	77
2	Стрессоустойчивость	54
3	Ответственность	52
4	Внимательность	46
5	Высшее профильное образование	39
6	Уверенный пользователь ПК	39
7	Умение работать в команде	25

Составлено авторами на основе [2; 7; 8].

Вышеперечисленные требования встречаются как минимум в каждом третьем предложении о вакансии менеджера по логистике. Из этих данных можно сделать вывод, что, помимо уровня образования и опыта работы, приоритетом для работодателя будет коммуникабельность будущего сотрудника и его договороспособность с партнерами и представителями внешнего окружения предприятия. При этом, любой работодатель желает, чтобы в идеале логистический менеджер был многозадачным, т.е. не теряя самообладания, решал нескольких проблем одновременно. К тому же менеджерам ежедневно приходится общаться с людьми, находить подходы к клиентам, поставщикам, поэтому зачастую среди них можно встретить работников с «эмоциональным/профессиональным выгоранием» – это выработанный личностью механизм психологической защиты в форме полного или частичного исключения эмоций в ответ на избранные психотравмирующие воздействия [9]. Из-за чего может снижаться внимательность, которая, в свою очередь, определяет уровень качества его работы. Соответственно работодатели также стараются это учесть. Помимо того, в 6% случаях указывается такой критерий как «выносливость», но его практически всегда уточняют на собеседованиях.

Бесспорно, что любой человек – уникальная личность, результат сочетания врожденных черт, социально-психологических особенностей, приобретенных навыков и умений.

Социально-психологическая характеристика личности как описание всего комплекса присущих ей характерных особенностей имеет внутреннюю структуру, включающую определённые стороны:

- психологическая сторона личности отражает специфику функционирования её психических процессов, свойств, состояний;
- социальная сторона отражает основные качества и характеристики, позволяющие ей играть определённые роли в обществе, занимать определённое положение среди других людей [2].

Социально-психологическую характеристику формируют как внутренние, так и внешние факторы среды. Они выстраивают структуру личности в процессе её социализации, жизнедеятельности и развития, формируют деятельность индивида на протяжении всей его жизни. Свойства психики человека раскрывают склонности, способности, характер и темперамент личности.

Одной из приоритетных особенностей для менеджера по логистике будет специфика его мышления. Мышление представляет собой способность человека ориентироваться в новых данных, способность понимать их. Причём мышление – это, прежде всего, осознание и понимание не конкретных, а общих свойств и закономерностей, которые прямо, непосредственно человеку в его опыте не даны [3]. Потому при постановке задач, делегировании полномочий руководители должны учитывать индивидуальные особенности мыслительной деятельности подчинённых. Всего их выделяют пять: синтетический, аналитический, прагматический, идеалистический и реалистический [4].

Учитывая особенности работы и функциональных обязанностей менеджера по логистике, отметим, что для такой деятельности больше всего подходят люди с синтетическим или прагматическим типом мыслительной деятельности. Человек с синтетическим типом мышления обладает творческим воображением, способен комбинировать несхожие идеи, позиции, взгляды. Прагматик станет оценивать идеи, исходя из имеющихся ресурсов, сравнивая их с уже известными подобными случаями.

Не менее важным психологическим фактором для менеджера будет темперамент. Темперамент – совокупность индивидуальных особенностей, характеризующих динамическую и эмоциональную стороны поведения человека, его деятельность и общения [3]. Как известно, существуют четыре типа темперамента: холерик, сангвиник, флегматик, меланхолик. Не один тест не покажет стопроцентную приверженность к одному из типов, так как «чистых» типов просто не существует. Однако значительное преобладание одного из них у личности всегда присутствует. Для работы в сфере логистики наилучшим образом подойдут сотрудники с такими типами темперамента как сангвиник и флегматик. Обоим типам присуща рассудительность, но при этом не стоит забывать, что флегматики медлительны и не упускают детали, а сангвиники хорошие организаторы, но могут быть поспешны.

Помимо вышеуказанных социально-психологических характеристик также стоит принять во внимание направленность личности – ведущее психологическое свойство личности, в котором представлены система её побуждений к жизни и деятельности [5]. Различают 3 вида направленности: ориентация на личные достижения и выгоду; ориентация на поддержку коллектива, команды, группы; ориентация на качественное решение деловых проблем [6]. В логистической деятельности для менеджеров будет оптимальным ориентация на качественное решение деловых проблем. Данная

направленность способствует быстрому разрешению проблемных ситуаций, которые могут возникнуть в разных функциональных областях логистики.

В завершении отметим, что для достижения успеха в сфере логистического менеджмента нужны такие личностные характеристики, как системное мышление, аналитические и организаторские способности, высокая коммуникабельность, чтобы находить общий язык с разными людьми, от водителей грузовиков до чиновников Таможенного комитета, и гибкий ум шахматиста. Кроме того, далеко не вся информация в логистике поддаётся анализу, поэтому необходима также отличная интуиция и дар предвидения [1].

Выводы. Базовые знания и навыки логиста можно получить при обучении в колледжах и высших учебных заведениях. Но, к сожалению, этого недостаточно для того, чтобы получить должность менеджера по логистике в международной компании. Основной опыт специалисты получают в процессе операционной деятельности в современных рыночных условиях. Требуется около 2-х лет, чтобы изучить специфику рынка на достаточном уровне и найти высокооплачиваемую работу в сфере логистики. Помимо навыков и опыта работы, необходимо изначально иметь предрасположенность к данной профессии и сфере в целом. Так, особенности темперамента и социально-психологические характеристики кандидата на вакансию менеджера по логистике могут как способствовать приёму на работу, так и мешать этому.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Менеджер по логистике // Jobs.ua. — Режим доступа : <https://jobs.ua/career/view/105>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
2. Ищу работу // HeadHunter. — Режим доступа : <https://simferopol.hh.ru>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
3. Социально-психологическая характеристика // Психология и психиатрия. — Режим доступа: <http://psihomed.com/sotsialno-psihologicheskaya-harakteristika>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
4. Психология и педагогика /под ред. А. А. Радугина. — М. : ЦЕНТР, 2013. — 256 с.
5. Ячменева В. М. Управление персоналом : Учебное пособие / В. М. Ячменева, И. И. Цветкова. — Симферополь : АРИАЛ, 2013. — 632 с.
6. Направленность личности // Энциклопедия экономиста. — Режим доступа : <http://www.grandars.ru/college/psihologiya/napravlennost.html>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.
7. Найти работу // Indeed. — Режим доступа : <https://ru.indeed.com/jobs?q=логистика&l>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.

8. Работа и вакансии // Superjob. — Режим доступа : <https://www.superjob.ru/vakansii/>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.

9. Психология Сегодня // Эмоциональное выгорание. — Режим доступа : <https://psychologytoday.ru/public/emotsionalnoe-vygoranie-simptomu/>. — Дата доступа : 01 апреля 2018 г.

© М.Ю. Ваховская, Е.И. Ткаченко

УДК 339.137.2

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПУТЁМ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАСШИРЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

INCREASING ORGANIZATIONAL COMPETITIVENESS THROUGH IMPLEMENTATION OF THE EXPANSION STRATEGY

Грогуль Я.Д., обучающийся группы МО-433-о,
Мацова А.С., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

Y.D. Grogul, student, gr. MO-433-o,
A.S. Matsova, Senior Lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрено понятие конкурентоспособности организации, приведён пример комплекса мероприятий, направленных на реализацию стратегии расширения деятельности, изучена возможность и рациональность проведения таких изменений для организации, оказывающей услуги в области лабораторных медицинских исследований.

Annotation

In this paper the concept of the organizational competitiveness is considered, the example of a set of activities aimed at realization of the expansion strategy is given. The possibility and the rationality of the implementation of changes for the medical organizations are evaluated.

Ключевые слова: конкурентоспособность организации, способы повышения конкурентоспособности, стратегия расширения деятельности.

Keywords: organizational competitiveness, ways to improve the competitiveness, expansion strategy.

Введение. Современная тенденция мировой и, в частности, российской рыночной экономики такова, что субъектам экономики, занимающимся непосредственным производством продукции, оказанием услуг и выполнением работ, приходится осуществлять свою деятельность в условиях

увеличения количества соперников на рынке, а значит, ужесточения конкуренции. Такая тенденция наиболее ярко выражена во взаимодействии между субъектами малого предпринимательства.

Цель исследования. Определить и оценить рациональность предложенного способа повышения конкурентоспособности организаций, оказывающих услуги медицинского характера, путём реализации стратегии расширения деятельности.

Результаты исследования. Приведён пример практических действий, направленных на реализацию стратегии расширения деятельности, проведена оценка целесообразности применения такой стратегии на примере ООО «Виталис», оказывающего лабораторные медицинские услуги.

В настоящий момент актуальность повышения конкурентоспособности организации определяется таким фактором как глобализация экономики, что подразумевает снижение барьеров для внешнеэкономической деятельности и увеличение присутствия крупных компаний, которые действуют сразу в нескольких странах. Это создаёт определённые препятствия для деятельности сравнительно небольших организаций, к коим относится и исследуемая, что и требует от неё непрерывного поддержания и конкурентных преимуществ [1; 2].

Понятие «конкурентоспособность» является универсальным, так как применяется в экономике, политике, технике, науке и т. д. Общим признаком этого понятия при употреблении во всех сферах общества является его рыночный характер — оно показывает суть рыночных отношений и их законов. В настоящее время конкурентоспособность применительно к предприятию, предпринимательской деятельности или к бизнесу должна быть многоуровневой и многофункциональной, обладать системностью в применении и комплексностью в исследовании [3].

Конкурентоспособность частных предприятий подразумевает рассмотрение её исключительно в контексте конкурентного рынка, следовательно, без существующей конкурентной среды оценить, конкурентоспособно то или иное предприятие, не представляется возможным. Также наука о конкурентоспособности подразумевает, что характеристика предприятия как конкурентоспособного следует из наличия у него конкурентных преимуществ двух типов: конкурентных преимуществ самой организации и производимых товаров (услуг).

Для повышения конкурентоспособности организации, занимающейся оказанием услуг медицинского характера, предполагается использовать стратегию роста.

В основе такого способа развития лежит агрессивное расширение ассортимента оказываемых услуг, что в абсолютном большинстве случаев требует значительных капитальных затрат (например, на закупку оборудования, аренду дополнительной площади, наём необходимого персонала и т. д.). Таким образом, организация, выбирающая стратегию расширения деятельности, должна обладать значительным запасом финансовой прочности и устойчивым положением на рынке.

Изучить возможный вариант реализации стратегии расширения деятельности и рациональность её применения предлагается на основе ООО «Виталис», занимающегося оказанием услуг по проведению лабораторных медицинских исследований. Организация завершила этап активного развития, стабильно получает прибыль, располагает необходимыми ресурсами и занимает устойчивое положение на рынке.

Реализовывать стратегию роста предлагается путём создания специализированных условий оказания услуг для детей дошкольного и школьного возраста. Это потребует дополнительных затрат как первоначальных, в части закупки оборудования, мебели, проведения ремонта помещения, так и постоянных, таких как увеличения фонда заработной платы, закупка расходных материалов и другое. В зависимости от того, планируется ли выкупить помещение под открытие дополнительного офиса или арендовать его, затраты на это могут относиться как к единоразовым, так и к повторяющимся.

Чтобы провести расчёт эффективности применения данного решения в рамках выбранной стратегии роста, необходимо оценить потенциальный экономический эффект от его применения.

Организация в начале 2016 г. проводила анкетирование среди своих клиентов, имеющих в семье хотя бы 1 ребёнка. Доля потребителей, отвечающих данным требованиям, в 2016 г. составила 45% от общего количества анкетированных. Были опрошены 400 пациентов ООО «Виталис». Согласно результатам исследования, более 80% респондентов согласились бы привести своего ребёнка для получения необходимых медицинских услуг, если бы такие специализированные услуги оказывались. За 2016 год клиентами изучаемой организации, имеющими в семье ребёнка, стали 8430 человек. Таким образом, есть возможность оценить объём продаж в стоимостном выражении (за вычетом вознаграждения компании, занимающейся обработкой биоматериала).

Стоимость услуг в новом офисе планируется увеличить на 20% для сохранения рентабельности. С учетом среднего чека и прогнозируемого количества клиентов, можно рассчитать минимальную прогнозируемую сумму выручки (табл. 1).

Таблица 1

**Прогнозируемый годовой объём выручки ООО «Виталис»
при реализации стратегии роста**

Группа потребителей	Количество, чел., 2016 г.	Выручка, руб., 2016 г.	Средний чек, руб.	Прогнозируемая выручка, руб.
Действующие клиенты	8 430	5 456 000	647	—
Потенциальные клиенты	2 655	—	776	2 060 280

Источник: составлено авторами по данным предприятия и материалам анкетирования.

Таким образом, прогнозируемый прирост годовой выручки при реализации стратегии роста составит 2 060 280 рублей. Предполагается, что подготовка отдельного помещения для аналогичного предоставления медицинских услуг для детей сможет привлечь и клиентов, которые уже обслуживались ООО «Виталис», и людей, проживающих в шаговой доступности от офиса. Если допустить, что выборка является репрезентативной и средний чек останется неизменным, то 80% от обеих групп потребителей и составят минимальное прогнозируемое количество обслуженных клиентов, так как в нём не будут учитываться возможный спрос, исходящий от других групп потребителей.

Приблизительный план затрат (цены взяты для г. Москва) приведён в табл. 2.

Таблица 2

**Список объектов капитальных затрат на реализацию
стратегии расширения деятельности**

Наименование	Кол-во	Поставщики (новое оборудование)	Назначение	Стоимость ед., руб.	Общая стоимость, руб.
Лор-комбайн	1	ООО «ЕСМ»	Рабочее место отоларинголога	450 000	450 000
Аппарат ультразвуковой диагностический Mindray DP-50	1	ООО «Мед-комплекс АВК»	Ультразвуковая диагностика	367 495	367 495
Рециркулятор передвижной	4	ООО «Медприборы»	Обеззараживание помещений	8 400	37 600
Двойная раковина, смеситель и тумба	4	ИП Дидух Алексей Николаевич		4 900	19 600
Процедурный столик	5	ООО «Мед-комплекс АВК»	Хранение оборудования, одноразовых инструментов	1 811	9 055
Холодильник лабораторный Позис ХЛ-250	1	ООО «Мед-комплекс АВК»	Хранение биоматериала	37 294	37 294
Шкафы металлические	10	ООО «Мед-комплекс АВК»	Хранение личных вещей, документации, инструментов	2 826	28 260
Ремонт фасада и интерьера		ООО «СК-СТРОЙПРОМ»		500 000	500 000
Итого:					1 449 304

Источник: составлено авторами на основе прайс-листов, предоставленных потенциальными поставщиками.

Для того, чтобы обеспечить процесс обслуживания в новом офисе необходимо дополнительно принять на работу двух врачей-терапевтов, которые будут заниматься сбором биоматериала для последующей лабораторной обработки. Оклад и отчисления в социальные фонды указаны в табл. 3.

Таблица 3

Дополнительные затраты на увеличение фонда заработной платы

Должность	Кол-во штатных единиц	Должностной оклад, руб.	Занятость (полный / неполный рабочий день), %	Фонд оплаты за месяц, руб. (2*3*/4)	Фонд оплаты за месяц с начислениями	Фонд оплаты за год, руб.
Врач терапевт	2	17500	50	17500	22785	273420

Источник: составлено авторами.

Также для реализации планируемых изменений потребуется постоянно поддерживать деятельность организации, предоставляя ресурсы для функционирования нового офиса. Приблизительные затраты за год указаны в табл. 4.

Таблица 4

Список затрат на поддержание деятельности

Статьи расходов	Сумма за год руб.
Переменные расходы	
Пинцеты терапевтические	22 600
Бахилы	14 750
Перчатки	35 500
Халаты медицинские	19 000
Маски медицинские	23 200
Другие расходные материалы	53 200
Зарплата врачей	460 900
Оплата проведения лабораторных исследований (40% от выручки)	687 114
Итого переменные расходы:	1 128 784
Постоянные расходы	
Аренда помещения под офис	360 000
Коммунальные платежи	48 000
Услуги дератизации	12 000
Услуги по вывозу и уничтожению медицинских отходов	50 000
Итого постоянные расходы:	470 000

Источник: составлено авторами.

Таким образом, зная примерный прирост годовой выручки от применения стратегии роста и необходимые для этого затраты, можно оценить приблизительный финансовый результат и оценить рациональность введения данных изменений (табл. 5).

Таблица 5

Планируемый финансовый результат

Показатель	Планируемое значение за год., руб.
Выручка	2 060 280
Расходы, в т.ч.	1 598 784
переменные расходы	1 128 784
постоянные расходы	470 000
Налогооблагаемая прибыль (доходы-расходы)	461 196
Налоги (УСН 15%)	69 224,4
Чистая прибыль	391 971,6

Источник: составлено авторами.

Полученный результат указывает на то, что после реализации запланированных изменений увеличение годовой прибыли составит 391 971,6 руб., что даст более 15% прироста к существующей прибыли организации. Если оценить срок окупаемости затрат на расширение деятельности, он составит около 4 лет. Тем не менее, полученный прогноз значения финансового результата является пессимистическим, так как не учитывает возможный рост со стороны потребителей, не являющихся в данный момент клиентами ООО «Виталис».

Выводы. Таким образом, рассмотрен вариант реализации стратегии роста для изучаемой организации, оценены затраты на её проведение, определена рациональность предлагаемых изменений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Баринов В. А. Теория систем и системный анализ в управлении организациями : [учебное пособие] / В. А. Баринов, Л. С. Болотова. — М. : ИНФРА-М, 2012. — 848 с.
2. Веснин В. Р. Основы менеджмента : [учебное пособие] / В. Р. Веснин. — М. : Проспект, 2015. — 320 с.
3. Головачёв А. С. Конкурентоспособность организации / А. С. Головачёв. — М. : УП «Издательство «Высшая школа», 2012. — 244 с.

© Я.Д. Грогуль, А.С. Мацова

**КЛАССИФИКАЦИЯ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ
УРОВНЯ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

**THE CLASSIFICATION SYSTEM OF INDICATORS TO MEASURE
THE LEVEL OF QUALITY OF HOTEL SERVICES**

Желанковская Л.А., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

L.A. Zhelankovskaya, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Проанализирована система показателей оценки уровня качества гостиничных услуг, разработана классификация системы показателей оценки уровня качества гостиничных услуг, дана характеристика группе показателей оценки качества гостиничных услуг.

Annotation

The system of indicators for assessing the quality of hotel services is analyzed, the classification of the system of indicators for assessing the quality of hotel services is developed, the characteristic of the group of indicators for assessing the quality of hotel services is given.

Ключевые слова: показатель, критерий, параметр, система показателей оценки уровня качества гостиничных услуг, классификация системы показателей оценки уровня качества гостиничных услуг.

Keywords: indicator, criterion, parameter, system of indicators for assessing the quality of hotel services, classification of the system of indicators for assessing the quality of hotel services.

Введение. Несмотря на широкий спектр различных нормативно-правовых и законодательных актов, международных и государственных стандартов, соглашений, инструкций и других документов, качество предоставляемых услуг большинства отечественных организаций сферы гостеприимства, остается на низком уровне. Среди множества причин, далеко не последнее место занимает несовершенство существующих систем показателей оценки уровня качества гостиничных услуг и обоснованности использования самих показателей в оценке.

Цель исследования. Определить основные показатели системы оценки уровня качества гостиничных услуг и провести их классификацию.

Результаты исследования. Проведенные исследования показали, что на сегодняшний день, как в научной литературе, так и на практике не суще-

ствуется общепринятой системы показателей оценки уровня качества гостиничных услуг. Зарубежные и отечественные ученые, а также специалисты – практики, по-разному определяют показатели качества гостиничных услуг, кроме того при описании определенной системы показателей, одни авторы, вместо понятия «критерий», употребляют – «параметр», другие – «показатель» и наоборот.

На основании проведенных исследований, мы установили, что понятия «критерий», «показатель» и «параметр» имеют различную смысловую нагрузку и не являются взаимозаменяемыми, так как критерий – это основание для принятия решения по оценке уровня качества гостиничных услуг [1]; параметр – это величина; а показатель – это количественная или качественная характеристика одного или нескольких свойств услуги, берущихся во внимание при проведении оценивания уровня качества гостиничных услуг [2].

Следует отметить, что система показателей оценки уровня качества гостиничных услуг – это сгруппированные определенным образом количественные и качественные характеристики свойств услуги, являющиеся исходными при проведении процедуры оценивания [3].

Правильность оценки уровня качества гостиничных услуг зависит в первую очередь от цели исследования и условий, в которых происходит предоставление услуг и их реализация. В связи с этим соответствующие ограничения могут и должны быть установлены заблаговременно.

По своей сути показатели системы оценки уровня качества гостиничных услуг являются разноплановыми, классификация, которых представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Классификация системы показателей оценки уровня
качества гостиничных услуг**

Свойство классификации	Группы показателей оценки качества гостиничных услуг
По способу выражения	Натуральные единицы Стоимостные единицы
По количеству учтенных характеристик услуги	Единичные Комплексные Интегральные
По оценке уровня качества	Базовые Относительные
По этапам определения показателей	Прогнозируемые Проектные Производственно-эксплуатационные
По восприятию потребителей	Основные Ожидаемые Желаемые
По составляющим компонентам качества	Показатели технического качества Показатели социального качества Показатели функционального качества

Свойство классификации	Группы показателей оценки качества гостиничных услуг
По характеристикам услуги	Назначения Надежности Экономичности Эстетичности Стандартизации и сертификации Безопасности Патентно-правовые Экологические Доступность

Источник: составлено автором по материалам [1; 4].

Как выше было сказано, система показателей оценки качества гостиничных услуг состоит из количественных и качественных показателей. Качественные показатели выражаются относительными величинами и не имеют обозначенных единиц измерения, поэтому и имеют оценку субъективного характера. Количественные показатели – это абсолютные показатели, определяющиеся путем расчета.

По способу выражения показатели системы оценки уровня качества гостиничных услуг могут быть выражены в натуральных единицах (% (влажность воздуха), °С (температура), м² (площадь помещения) и т.д.) стоимостных единицах. Эти показатели относятся к единичным, т.к. характеризуют лишь одно свойство качества и имеют различные единицы измерения.

Комплексный показатель качества отображает сразу несколько свойств услуги. Этот показатель может быть обобщенным, групповым и интегральным.

При этом данным показателем пользоваться следует с предосторожностью не допуская перекрытие существенных недостатков одного показателя другими (например, благоустроенный на высоком уровне номер, не может компенсировать невнимательность обслуживающего персонала). Следовательно, если один из единичных показателей будет равен нулю, то и комплексный показатель также будет равен нулю.

Управление качеством требует количественной оценки уровня качества услуг гостиничной организации. Для этого необходимо определить базовый показатель качества, то есть эталонную величину при сравнительных оценках качества. В зависимости от цели оценки уровня качества гостиничных услуг базовые показатели могут иметь различные значения. Например, базовыми значениями могут быть показатели уровня качества лучших, как зарубежных, так и отечественных организаций, достигнутые в определенном периоде, показатели данной организации за указанный период или показатели, установленные исследовательским или теоретическим путем.

Относительные показатели оценки уровня качества гостиничных услуг – это соотношение фактического показателя уровня качества гостиничных услуг к базовому показателю.

Восприятие уровня качества гостиничных услуг потребителем – предусматривает разделение показателей оценки уровня качества гостиничных услуг на основные, ожидаемые и желательные. Основные показатели, это те, которые характеризуют составляющие предоставляемой услуги, и являются обязательными. Примером основных показателей оценки уровня качества гостиничных услуг могут быть: чистота в номере, исправность бытовой техники в номере и другое. Показатели ожидаемого качества охватывают как технические, так и функциональные характеристики услуги и определяют насколько услуга соответствует требуемым характеристикам. К ожидаемым показателям качества относят: уровень квалификации персонала, уровень комфорта гостиничного номера, уровень качества обслуживания и другое.

Желаемыми показателями оценки уровня качества гостиничных услуг является уровень внедрения инновационных технологий в деятельность гостиничной организации, постоянное повышение или поддержание уровня качества гостиничных услуг, внедрение дополнительных услуг.

Показатели оценки уровня качества гостиничных услуг можно рассматривать с точки зрения основных составляющих компонентов качества, а именно: качество потенциала (показатели технического качества), качество процесса (показатели функционального качества) и качество культуры (показатели социального качества).

Показатели технического качества характеризуют производственно-эксплуатационное состояние гостиницы: наличие и качество оснащения гостиницы, интерьер и другое. Показатели функционального качества определяют процесс предоставления гостиничной услуги, когда происходит непосредственное взаимодействие персонала с потребителем услуги: скорость бронирования, заселения, расчета, сопровождение к номеру и т.д.

Показатели социального качества характеризуют культуру, которая формируется поведением и становлением персонала к гостям, а именно вежливостью, гостеприимством, вниманием, умением разговаривать и слушать.

По характеристикам услуги выделяют следующие показатели: надежности, назначения, экономичности, эстетичности, стандартизации и сертификации, безопасности, патентно-правовые, экологические, доступность, коммуникативность, предусмотрительность, внимание и т.д.

Показатели надежности характеризуются способностью персонала предоставлять услугу в соответствии с нормативной документацией. В основе надежности – компетентность персонала.

Показатели назначения характеризуют полезный эффект от получения услуги (наличие служб дополнительного обслуживания т.д.).

Показатели технологичности характеризуют эффективность конструкторско-технических решений на предприятии, эффективность использования имущества гостиничного хозяйства для обеспечения высокой продуктивности труда при предоставлении основных и дополнительных услуг.

Показатели стандартизации и сертификации характеризуют степень разработки и использования нормативно-технической документации для решения существующих, потенциальных задач гостиницы с целью предоставления потребителям услуг оптимального уровня качества по доступной цене и наличие сертификатов на услуги гостиницы и системы качества.

Эргономические показатели определяют взаимодействие человека с услугами. Это комплекс гигиенических, физиологических и психологических характеристик, которые возникают при потреблении услуг.

Выводы. Система показателей оценки уровня качества гостиничных услуг – это сгруппированные определенным образом количественные и качественные характеристики свойств услуги, являющиеся исходными при проведении процедуры оценивания. Правильность оценки уровня качества гостиничных услуг зависит в первую очередь от цели исследования и условий, в которых происходит предоставление услуг и их реализация.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мазур И. И. Эффективный менеджмент / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро, Н. Г. Ольдерогге ; под общ. ред. И. И. Мазура. — М. : Высшая школа, 2003. — 555 с.
2. Экономико-математический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. И. Данилов-Данильян. — М. : Большая Российская энциклопедия : Издательский Дом «ИНФРА-М», 2013. — 688 с.
3. Большой толковый словарь бизнеса / К. Пасс, Б. Лоус, Э. Пендлтон, Л. Чедвик. — М. : Вече, 1998. — 688 с.
4. Ткаченко Т. І. Управління якістю готельних послуг : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. В. Новак. — К. : Київ. Нац. торг.-ек. ун-т, 2006. — 234 с.

© Л.А. Желанковская

ОПТИМИЗАЦИЯ НАЛОГОВОЙ НАГРУЗКИ АО «ТРЕТИЙ ПАРК» В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

OPTIMIZATION OF JSC «TRETY PARK» TAX LOAD IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMIC CRISIS

Краснощечков А.В.,
обучающийся группы 237434/0102,
ФГАОУ ВО «СПбПУ», Институт промышленного
менеджмента, экономики и торговли,
г. Санкт-Петербург

A.V. Krasnoshchekov, student, gr. 237434/0102,
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
Institute of Industrial Management, Economics and Trade,
Saint-Petersburg

Аннотация

Цель исследования – разработка мер по оптимизации налоговой нагрузки АО «Третий парк». Задачи исследования: изучить систему налогов компании, сформулировать предложения по их оптимизации. Основа оптимизации – замена основных средств фирмы. Налоговая нагрузка при этом сократится на 15%.

Annotation

The purpose of the research is to develop measures for optimization the tax load of JSC "Trety Park". The research tasks are: to study the company's tax system, to formulate proposals for tax optimization. The basis of optimization is the replacement of the firm's fixed assets. The tax load will be reduced by 15%.

Ключевые слова: налоговая оптимизация, антикризисное управление, основные средства, транспортный налог.

Keywords: tax optimization, anti-crisis management, fixed assets, transport tax.

Введение. «Третий парк» – акционерное общество, холдинговая компания в сфере транспорта и туризма Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Это один из крупнейших негосударственных автотранспортных перевозчиков Северо-Запада России [1].

Основная деятельность компании – автотранспортные пассажирские перевозки. Компания обслуживает 99 маршрутов, в собственности компании находится 1235 автобусов [1].

С 2014 года в экономике Российской Федерации прослеживаются кризисные явления. Они выражаются, в том числе, в негативных для пассажирских перевозчиков тенденциях, к которым можно отнести:

- рост цен на запасные части и комплектующие автотранспорта;
- повышение арендной платы автомобилей;

- рост цен на рынке страхования автомобилей [2];
- устойчивый рост цен на бензин [3].

Таким образом, можно спрогнозировать резкое повышение расходов АО «Третий парк». Кроме того, у компании нет возможности повысить цены за проезд пассажиров, поскольку они закреплены решениями городских властей. В этих условиях актуализируется проблема оптимизации налоговой нагрузки.

Цель исследования – разработка предложений по оптимизации налоговой нагрузки АО «Третий парк». Для достижения цели решены следующие задачи:

1. Рассмотрена система налогов и сборов, уплачиваемых АО.
2. Предложены меры по оптимизации налоговой нагрузки АО.
3. Произведен расчет экономического эффекта от внедрения мер.

Результаты исследования. За 2017 год компанией «Третий парк» были уплачены следующие налоги и сборы:

1. Транспортный налог (11 570 800 рублей).
2. Отчисления во внебюджетные фонды (35 909 400 рублей).
3. Налог на имущество организаций (35 645 775 рублей).
4. Налог на прибыль (11 006 800 рублей).
5. Налог на добавленную стоимость (4 237 400 рублей).

Таким образом, налоговая нагрузка компании «Третий парк» составляет 98 370 175 рублей [4].

Наибольшие доли в общей сумме налогов АО имеют на отчисления во внебюджетные фонды, налог на имущество организаций и транспортный налог. Следовательно, оптимизация налоговой нагрузки должна быть нацелена на сокращение этих платежей. Однако сокращение отчислений во внебюджетные фонды предполагает увольнение сотрудников, а это недопустимо в период экономического кризиса [2]. Таким образом, следует сократить только суммы транспортного налога и налога на имущество организаций.

Поскольку сумма транспортного налога и налога на имущества организаций зависит от особенностей основных средств (далее – ОС) АО – автобусов. В связи с этим в рамках оптимизации налогов предлагается заменить часть автобусов, принадлежащих компании, на микроавтобусы ГАЗель NEXT, оборудованные для людей с ограниченными возможностями.

Рассмотрим, как замена части транспортных средств автобусами ГАЗель NEXT для людей с ограниченными возможностями способствует оптимизации транспортного налога. Транспортный налог зависит от мощности автомобиля в лошадиных силах. В Санкт-Петербурге в настоящий момент действуют следующие налоговые ставки:

- 1) за автобус мощностью до 200 лошадиных сил ставка составляет 50 рублей за каждую лошадиную силу;
- 2) за автобус мощностью свыше 200 лошадиных сил ставка составляет 65 рублей за каждую лошадиную силу [5].

Мощность ГАЗель NEXT составляет 150 лошадиных сил [6]. В связи с этим предлагается заменить все транспортные средства АО с мощностью более 200 лошадиных сил на автобусы указанной модификации.

Всего в собственности и в пользовании АО «Третий парк» находится 308 автобусов с мощностью свыше 200 л.с. Это:

1. Автобусы Golden Dragon XML6112UE (3 штуки).
2. Автобусы Golden Dragon XML6125CR (80 штук).
3. Автобусы МАЗ-103 (225 штук) [4].

При их замене на автомобили ГАЗель NEXT для людей с ограниченными возможностями, сумма транспортного налога сократится за счет применения более низкой ставки.

Проведем расчет транспортного налога при замене автобусов:

1. Количество автобусов остается неизменным — 1235 штук.
2. Ставка транспортного налога составит 50 рублей за каждую лошадиную силу для всех автобусов.
3. Общая сумма транспортного налога составит 10 247 650 рублей.

Таким образом, при введении предложения по оптимизации прогнозируется снижение транспортного налога на 1 323 150 рублей.

Предложение по замене части транспортных средств АО автобусами ГАЗель NEXT для людей с ограниченными возможностями также ведет к сокращению налога на имущество организаций.

ГАЗель NEXT для людей с ограниченными возможностями – это автомобиль, оборудованный подъемником для инвалидов. Согласно Постановлению Правительства Российской Федерации от 01.01.2002 № 1 «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы», во вторую амортизационную группу входят транспортные средства, оснащенные подъемниками с рабочими платформами [7].

Согласно Закону Санкт-Петербурга «О налоге на имущество организаций» (от 26 ноября 2003 года), объекты основных средств, включенные в первую или во вторую амортизационную группу в соответствии с Классификацией основных средств, утвержденной Правительством Российской Федерации, освобождаются от уплаты налога на имущество организаций [8].

Таким образом, автобусы ГАЗель NEXT для людей с ограниченными возможностями будут освобождены от уплаты налога на имущество организаций, что сократит сумму налога в целом [6].

Проведем расчет налога на имущество организаций при внедрении предложения по оптимизации:

1. Общая стоимость ОС будет соответствовать показателю, отраженному в бухгалтерском балансе компании на 31 декабря 2017 года [9], поскольку предполагается не появление новых ОС, а замена уже существующих. При этом рыночная стоимость автобусов Golden Dragon, МАЗ-103 и ГАЗель NEXT приблизительно равна и составляет около 2 000 000 рублей [6].

2. Сумма облагаемых налогом основных средств составит общую стоимость ОС за вычетом стоимости автобусов ГАЗель NEXТ для людей с ограниченными возможностями. Общая стоимость ОС равна 1 620 262 500 рублей. Стоимость новых автобусов составит 2 000 000 рублей за каждый из 308 автобусов, то есть 616 000 000 рублей. Сумма облагаемых налогом ОС составит 1 004 262 500 рублей.

3. Налоговая ставка, согласно Закону Санкт-Петербурга «О налоге на имущество организаций» (от 26 ноября 2003 года), равна 2,2% [8].

4. Сумма налога на имущество организаций после внедрения предложения по оптимизации составит 22 093 775 рублей.

Таким образом, замена части транспортных средств акционерного общества «Третий парк» автобусами ГАЗель NEXТ для людей с ограниченными возможностями приведет к сокращению налога на прибыль организаций на 13 552 000 рублей.

В целом благодаря внедрению предложения по оптимизации общая сумма налогов сокращается на 14 875 240 рублей, то есть на 15,12%.

Денежные средства, сэкономленные в результате налоговой оптимизации, могут быть направлены компанией на компенсацию потерь, которые она несет вследствие экономического кризиса.

Выводы. Проблема оптимизации налоговой нагрузки крупных пассажирских автотранспортных перевозчиков актуализируется в условиях экономического кризиса.

В качестве меры по оптимизации налоговой нагрузки АО «Третий парк» предложена замена части автобусов, принадлежащих компании, на микроавтобусы ГАЗель NEXТ, оборудованные подъемниками для людей с ограниченными возможностями.

В результате реализации предложения по оптимизации налоговая нагрузка АО «Третий парк» сократится на 15%.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт открытого акционерного общества «Третий парк». — Режим доступа : <http://3park.ru>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

2. Краснощеков А. В. Комплексный анализ деятельности АО «Третий парк» на основе четырехфакторной рейтинговой методики / А. В. Краснощеков // Научно-образовательный потенциал молодежи в решении актуальных проблем XXI века. — 2017. — № 7. — С. 25–28.

3. Официальный сайт службы автоматической обработки и систематизации новостей компании «Яндекс» – «Яндекс.Новости». — Режим доступа : <https://news.yandex.ru>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

4. Годовой отчет акционерного общества «Третий парк» за 2017 год от 29.03.2018.

5. Официальный сайт Федеральной налоговой службы Российской Федерации. — Режим доступа : <https://www.nalog.ru>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

6. Официальный сайт компании «Луидор», официального дилера компании «ГАЗ». — Режим доступа : <http://luidor-msk.ru>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

7. Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 (ред. от 07.07.2016) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34710/. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

8. Закон Санкт-Петербурга от 26.11.2003 N 684-96 (ред. от 26.12.2017) «О налоге на имущество организаций» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=SPB&n=191858&dst=1000000001>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

9. Бухгалтерский баланс акционерного общества «Третий парк» на 31.12.2017. — Режим доступа : <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=9619&type=3>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

© А.В. Краснощеков

УДК 338.48

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАСШИРЕНИЮ АССОРТИМЕНТА УСЛУГ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ПАРАДИЗИО»

DEVELOPMENT OF ACTIVITIES TO EXPAND THE RANGE OF SERVICES OF A HOTEL ENTERPRISE LLC «PARADISIO»

Кукурудза А.В., обучающаяся группы МО-434-о,
Мацова А.С., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.V. Kukurudza, student, gr. MO-434-o,
A.S. Matsova, Senior Lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрено понятие ассортимента гостиничных услуг и его виды. На примере гостиничного предприятия ООО «Парадизио» предлагается разработка мероприятий по расширению ассортимента предоставляемых услуг путем строительства крытого бассейна и обоснование его эффективности.

Annotation

The paper considers the concept of assortment of hotel services and its types. The example of the hotel company «Paradisio». proposes the development of activities to expand the range of services provided through the construction of an indoor swimming pool and the rationale for its effectiveness.

Ключевые слова: ассортимент, гостиничная услуга, расширение ассортимента услуг.

Keywords: assortment, hotel service, expansion of services assortment.

Введение. На сегодняшний день клиенты гостиниц предъявляют высокие требования к ассортименту гостиничных услуг. Неспособность гостиницы удовлетворить запросы клиентов снижает ее конкурентоспособность на рынке гостиничных услуг, что негативно сказывается на показателях ее деятельности.

В связи с этим появляется необходимость в разработке хозяйствующими субъектами мероприятий по расширению ассортимента услуг, который позволил бы предприятию укрепить конкурентную позицию или занять лидирующее положение на рынке.

Целью исследования является обоснование эффективности мероприятий по расширению ассортимента услуг гостиничного предприятия ООО «Парадизио».

Результаты исследования. Ассортимент – это «логическое распределение любого множества, образованного по наиболее общим признакам, на отдельные категории или звенья разного уровня» [1]. Анализируя гостиничные услуги, следует объединять их в совокупность, то есть в ассортимент гостиничных услуг, соответствующий потребительским характеристикам и удовлетворяющий определенные потребности. Под ассортиментом гостиничных услуг Е. И. Мазилкина понимает «набор услуг, объединенных по какому-либо одному признаку или их совокупности» [2].

На гостиничных предприятиях ассортимент предоставляемых услуг, наличие разнообразных видов удобств, их комфорт и качество характеризуют уровень сервиса.

Ассортимент гостиничных услуг подразделяют на горизонтальный и вертикальный.

К горизонтальному ассортименту относятся:

- основные услуги – основное направление деятельности гостиничного предприятия и главный источник дохода;
- сопутствующие услуги – используемые в процессе оказания основных услуг и способствующие увеличению прибыли;
- дополнительные услуги – услуги, которые являются конкурентным преимуществом гостиничного предприятия и способны повышать привлекательность основных услуг.

К вертикальному ассортименту можно отнести:

- услуга по замыслу – польза, которую клиент гостиницы сможет получить от совокупности свойств услуг;
- услуги в реальном исполнении, то есть реальные материальные и нематериальные характеристики услуг;
- услуги с подкреплением, заключаются в реальных услугах с совокупностью дополнительных выгод, которые предоставляются гостю бесплатно.

Предприятие ООО «Парадизио» (находится в городе Судак, поселке городского типа Новый Свет) осуществляет гостиничную и ресторанный деятельность [3]. Гостиничное предприятие предлагает разнообразный ассортимент услуг.

К основным услугам относятся услуги проживания и питания. Отель «Винтаж» предоставляет 40 номеров различной категории: одноместный стандарт, двухместный стандарт с видом на море, двухместный стандарт невидовой, люкс, апартаменты, студио с видом на море, студио невидовой. Ресторан черноморской кухни «Вино Рыба» предлагает широкий выбор блюд на любой вкус.

К дополнительным услугам ООО «Парадизио» относятся:

- банный комплекс (русская баня на дровах);
- салон красоты, с предоставлением парикмахерских услуг, визажа, массажа, услуг маникюра и педикюра;
- услуги аниматора, а также детская площадка, оборудованная детским городком – лабиринтом, батутами, горкой, песочницей;
- трансфер из любой точки прибытия до гостиницы;
- дегустационные экскурсии на завод шампанских вин «Новый Свет».

Для того, чтобы увеличить количество гостей и обеспечить конкурентоспособность гостиницы вне зависимости от сезона, предлагается внедрение стратегии расширения деятельности. Данная стратегия на гостиничном предприятии ООО «Парадизио» предусматривает строительство и введение в эксплуатацию крытого бассейна с морской водой.

Гостиниц, предоставляющих услугу крытого плавательного бассейна, в Крыму значительно меньше, чем гостиниц с открытым бассейном, что способствует их эксклюзивности и увеличивает конкурентные преимущества гостиничных предприятий в низкий сезон. Число гостей, желающих посетить бассейн для оздоровления и поддержания спортивной формы, постоянно возрастает. Следовательно, есть потенциальные клиенты, готовые воспользоваться услугой как приобретая абонемент, так и в виде разового посещения.

Предполагается, что на строительство крытого бассейна ООО «Парадизио» будут привлечены собственные финансовые средства.

Общая сумма затрат на строительство и оборудование крытого бассейна с морской водой составит 10 638 306 руб.

Земельный участок под строительство находится в частной собственности предприятия.

Строительство должно осуществляться подрядной организацией, которая, по результатам конкурсных торгов, выиграет тендер.

В строительстве предполагается задействовать 34 человека с общим фондом оплаты труда 3 193 806 руб. При готовности строительства на 85%, планируется покупка и монтаж оборудования.

Общая стоимость строительства крытого бассейна с морской водой представлена в табл. 1.

Таблица 1

Общая сумма расходов на строительство крытого бассейна

Вид расходов	Сумма, руб.
Строительство	10 638 306
Оборудование	2 006 800
Итого	12 645 106

Источник: составлено авторами.

Предполагаемый общий план продаж услуг на ближайшие три года с момента ввода крытого бассейна в эксплуатацию представлен в табл. 2.

Таблица 2

Общий план продаж на 2018-2021 гг.

Год, квартал		Человек	Год, квар- тал		Человек	Год, квар- тал		Человек	Год, квар- тал		Человек
2018	I	—	2019	I	1800	2020	I	3300	2021	I	4200
	II	—		II	1950		II	2900		II	3230
	III	—		III	1700		III	2850		III	3000
	IV	1400		IV	3100		IV	4200		IV	4950
	Σ	1400		Σ	8550		Σ	13250		Σ	15380

Источник: составлено авторами.

Предполагается, что потенциальными покупателями услуги будут клиенты гостиницы, а также жители и гости поселка.

Для анализа эффективности внедрения стратегии расширения ассортимента услуг необходимо сделать прогнозный расчет прибылей и убытков (табл. 3).

Таблица 3

Прогнозный расчет прибылей и убытков, руб.

Наименование статей	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Доходы				
Услуги бассейна для отдыхающих гостиницы	300000	2040000	3300000	3840000

Наименование статей	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Услуги бассейна для жителей и гостей поселка (разовое посещение)	60000	340000	440000	500000
Абонемент на 8 посещений для жителей и гостей поселка	600000	1200000	150000	1740000
Абонемент на 12 посещений для жителей и гостей поселка	180000	1800000	2340000	2700000
Всего доходы	1140000	5380000	6230000	8780000
Расходы				
Переменные	312953	1314402	1380513	1449136
Постоянные	900740	3618874	3813864	4092382
Изначальные (предварительные) расходы за счет инвестиций	12645106			
Всего расходы	1213693	4933276	5193992	5541518
Налогооблагаемая прибыль (доходы-расходы)	-73693	446724	1036008	3238482
Налоги	0	134018	310803	971545
Прибыль после налогообложения (Чистая прибыль)	-73693	312706	725205	2266937

Источник: составлено авторами.

Исходя из проведенных расчетов видно, что услуги крытого бассейна начнут приносить доход через год после ввода в эксплуатацию, что является хорошим показателем и говорит об эффективности внедрения стратегии расширения.

Выводы. Для гостиничных предприятий одной из основных задач является подбор такого ассортимента услуг, который удовлетворил бы предпочтения максимального числа потребителей из целевого сегмента рынка, а также который принес бы максимальную прибыль.

Строительство бассейна позволит: расширить ассортимент услуг, обеспечить более полную заполняемость гостиницы вне зависимости от сезона, увеличить в целом прибыль гостиничного предприятия ООО «Парадизио».

Наличие в гостинице крытого бассейна с морской водой в первую очередь означает, что гостиничное предприятие принимает гостей круглогодично. У туристов появится возможность оздоровиться не только в период летнего сезона, но и в любое время года. Помимо этого, не только клиенты гостиницы смогут пользоваться услугами бассейна, но и любой желающий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт предприятия ООО «Парадизио». — Режим доступа : <http://vintage-crimea.ru/>. — Дата доступа : 27 марта 2018.

2. Мазилкина Е. И. Организация продаж гостиничного продукта: учеб. пособие / Е. И. Мазилкина. — М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2017. — 207 с.

3. Технология и организация гостиничных услуг : Учебник / Л. Н. Семеркова, В. А. Белякова, Т. И. Шерстобитова, С. В. Латынова. — М. : ИНФРА-М, 2016. — 320 с.

© А.В. Кукурудза, А.С. Мацова

УДК 338.242

ЛОГИСТИЧЕСКАЯ СТРАТЕГИЯ И ЕЁ РОЛЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

LOGISTIC STRATEGY AND ITS ROLE IN ENTERPRISE ACTIVITIES

Нагиленко А.П., обучающийся группы МГ-141-о,
Ваховская М.Ю., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A. Nagilenko, student, gr. MG-141-o,
M. Vakhovskaya,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Определено понятие логистической стратегии, ее предмет и объект, роль и значение логистической стратегии в деятельности предприятия, перечислены основные логистические стратегии, а также причины их отсутствия у большинства российских предприятий.

Annotation

The concept of logistic strategy, its subject and object, the role and significance of logistical strategy in the enterprise's activity are listed, the main logistical strategies are listed, as well as the reasons for their absence at the majority of Russian enterprises.

Ключевые слова: логистическая стратегия, логистическая система, материальный поток, издержки, оптимизация.

Keywords: logistics strategy, logistics system, material flow, costs, optimization

Введение. Логистическая система является одной из самых сложных на предприятии, состоящей из множества элементов, в тоже время к ней предъявляются высокие требования по четкости и безотказности работы. Бесперебойность работы логистической системы напрямую зависит от точности работы каждого составляющего ее элемента и обусловлена эффективностью используемых технологий и техник.

«Актуальность изучения роли логистики в управлении предприятием связана с тем, что, по данным Международного валютного фонда, затраты на логистику составляют на уровне предприятий – от 4% до более чем 30% доходов, у европейских предприятий этот показатель колеблется в пределах от 9% до 11%» [1].

Целью исследования является определение понятия логистической стратегии, ее значения и роли в деятельности предприятия, а также причины отсутствия логистической стратегии у большинства российских предприятий.

Результаты исследования. Изучением проблемы организации логистических систем на предприятии и разработки логистической стратегии занимались многие зарубежные и российские исследователи, среди которых можно отметить работы таких ученых, как Д. Бауэрсокс, Т. Клосс, Т. Уайтин, Ю. А. Аникин, И. Н. Омельченко, О. Д. Проценко, А. М. Гаджинский и многие другие.

Назначение логистической стратегии заключается в поддержке основной корпоративной и всех функциональных стратегий предприятия при помощи управления материальными и сопутствующими им потоками с оптимальными ресурсозатратами. В рамках деятельности предприятия логистическая стратегия выполняет ряд функций, среди которых наиболее значимыми являются управление и оптимизация материальных потоков, а также поддержка и консолидация стратегий всех уровней.

Главной задачей логистической стратегии является образование связей между стратегиями всех уровней с целью оптимизации материальных и сопутствующих потоков на каждом из уровней. Объектом логистической стратегии является материальный поток, а точнее – процесс его прохождения от поставщика сырья (товаров) через подразделения предприятия до доставки последнего заказчику.

Существует ряд основных логистических стратегий, среди которых можно отметить следующие:

- стратегия минимизации общих логистических затрат, которая заключается в сокращении логистических издержек в различных логистических функциях;
- стратегия улучшения качества логистического сервиса, при которой предприятие фокусируется на высоком качестве логистического сервиса, что повышает его стоимость;
- стратегия минимизации инвестиций в логистическую инфраструктуру, которая заключается в оптимизации конфигурации логистической цепи;
- стратегия логистического аутсорсинга, которая состоит в передаче логистических функций сторонней организации для сосредоточения на основной деятельности.

Американский ученый Д. Уотерс отмечал, что предприятия выбирают определенную направленность в своих логистических стратегиях по принципу приоритетности факторов. Таким образом, для одних важным пунктом являются затраты, и одни стараются максимально удешевить услуги, другие же делают акцент на сроках, максимально сокращая процесс доставки. Также часто среди приоритетов присутствуют такие факторы, как надежность, высокое качество или оптимизация маршрута [1; 3].

«Следует отметить, что в условиях жесткой конкуренции на рынке любое предприятие ищет способы минимизировать затраты. Анализ, проведенный сотрудниками Международного центра логистики Государственного университета – Высшая школа экономики среди своих слушателей показал, что лишь около 3% обследованных предприятий имеют логистическую стратегию и сознательно ее формируют. Указанные три процента в основном формируют крупные зарубежные компании, работающие на российском рынке» [1].

Ярким примером использования логистической стратегии на российском рынке является деятельность «Нестле фуд». Предприятие является одним из лидеров отрасли, специализируется на производстве и реализации продуктов питания. Одним из факторов успеха является успешная реализация логистической стратегии, для максимального обеспечения эффективности которой используются концепции ERP, ECR, SCM. Данные инструменты позволяют эффективно управлять материальными потоками на каждом этапе, так как включают в себя анализ спроса на рынке, планирование закупок, транспортировки, складирования, хранения, а также продаж. В целом предприятие придерживается стратегии улучшения качества логистического сервиса, непрерывно совершенствуя звенья и процессы логистической цепи [2].

Упомянутое ранее исследование Международного центра логистики Государственного университета – Высшая школа экономики выявило основные причины отсутствия логистической стратегии у 97% российских предприятий. Первая причина – отсутствие понимания у управленческого персонала предназначения логистики, как инструмента, позволяющего оптимизировать материальные потоки на предприятии. Вторая причина – недостаточное количество квалифицированных специалистов в сфере логистики [2].

Выводы. Таким образом, необходимо заключить, что логистическая стратегия – это направление долгосрочного развития логистической системы, касающееся форм и средств ее реализации на предприятии, межфункциональной и межорганизационной координации и интеграции, сформированное высшим менеджментом в соответствии с корпоративными целями. Основное предназначение логистической стратегии – минимизировать затраты, связанные с логистикой, а также она может выступать поддерживающей силой для остальных стратегий предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Логистика. Все о логистике // УЦ «ЛОГИСТИКА». — Режим доступа : <http://www.ec-logistics.ru/logistika.htm>. — Дата доступа : 27.03.2018.
 2. Сергеев В. И. Логистика снабжения : учебник / В. И. Сергеев, И. П. Эльяшевич. — М. : Юрайт, 2014. — 522 с.
 3. Ивуть Р. Б. Транспортная логистика : [учебно-методическое пособие: для вузов] / Р. Б. Ивуть, Т. Р. Кисель. — Минск : БНТУ, 2012. — 377 с.
- © А.П. Нагиленко, М.Ю. Ваховская

УДК 338.22.01

ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТАРИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

POSSIBILITIES OF USING THE STRATEGIC PLANNING TOOL

Савченко Д.Д., обучающаяся группы МО-432-о,
Хороших Н.С., обучающаяся группы МО-432-о,
Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

D.D. Savchenko, student, gr. MO-432-o,
N.S. Khoroshikh, student, gr. MO-432-o,
T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье обоснованы принципы и методические подходы к стратегическому планированию на предприятиях, функционирующих в условиях развитых рыночных отношений, с целью выявления наиболее адекватных российской экономической системе инструментов стратегического планирования хозяйственной деятельности. Исследуется их влияние на эффективность деятельности предприятия.

Annotation

In article the principles and methodical approaches to strategic planning at the enterprises functioning in the conditions of the developed market relations for the purpose of identification of the most adequate to the Russian economic system of instruments of strategic planning of economic activity are proved. Their influence on efficiency of activity of the enterprise is investigated.

Ключевые слова: статическое планирование, принципы планирования, инструменты статического планирования.

Keywords: static planning, principles of planning, instruments of static planning.

Введение. В настоящее время российские предприятия оказались в ситуации, при которой стратегическое планирование осуществляется в условиях глубокой неопределенности, а важные стратегические решения принимаются при недостатке практического опыта работы и экономических знаний в сфере рыночных отношений.

Стратегическое планирование, как функция управления, заключается в стремлении заблаговременно учесть по возможности все внутренние и внешние факторы, обеспечивающие благоприятные условия для оптимального функционирования и развития предприятий. Такой подход предусматривает разработку комплексных мероприятий, определяющих последовательность достижения целей с учетом возможностей наиболее эффективного использования ресурсов как всего предприятия, так и каждого производственного подразделения в целом. Поэтому стратегическое планирование призвано обеспечить взаимное согласование между отдельными структурными подразделениями предприятия, включающие всю технологическую цепочку: научные исследования – разработки – производство – сбыт.

Эта деятельность опирается на выявление и прогнозирование потребительского спроса, на анализ и оценку имеющихся ресурсов, на определение перспектив развития хозяйственной конъюнктуры. Стратегическое планирование направлено на оптимальное использование возможностей предприятия, в том числе наилучшее использование всех видов ресурсов, и предотвращение действий, которые могут привести к снижению эффективности деятельности предприятия [1].

Отечественные исследователи отмечают, что «в период перехода к рыночным отношениям большинство предпринимательских структур осознало значение и стремится использовать методы стратегического планирования в своей практической деятельности. Широкое применение стратегического планирования в отечественной практике хозяйствования сдерживается низким уровнем знаний о методах и средствах разработки стратегических планов и их недостаточной адаптированностью к условиям национального рынка» [2, с. 41].

В российском планировании всегда присутствовал элемент неоправданного обобщения частного опыта. Присутствует он и сегодня: единые принципы и форматы планирования, включая критерии эффективности и методы контроля, использовались практически без изменений во всех регионах, отраслях, для всех предприятий, холдингов и групп, в основном, без учета особенностей организационных структур, систем управления, систем распределения, делегирования полномочий, взаимосвязей между текущими и стратегическими задачами, региональными и отраслевыми особенностями предприятий.

Характерной чертой является также неумение выделять приоритеты [1]. На отечественных предприятиях стратегическое планирование практически не проводится, и потому их специалисты и руководители не имеют

опыта, знаний и не осознают его преимуществ [3]. Одна из причин заключается в том, что методы стратегического планирования, используемые в зарубежной практике, не в полной мере адаптированы к отечественному рынку, и, как следствие, результаты их использования оказываются не всегда эффективным.

Для хорошо отлаженного процесса стратегического планирования деятельности отечественных предприятий необходимо более широко использовать имеющийся инструментарий, учитывающий специфику отраслей экономики, проблематику отечественных предприятий и современную экономическую ситуацию в государстве.

Анализ основных научных исследований и публикаций. Проблемы внедрения стратегического планирования на предприятиях рассматриваются в трудах ряда отечественных и зарубежных ученых. Особо следует отметить научные работы Акофф Р., Алексеевой М.М., Аронова А.М., Барнетт Д., Уилстед У., Борнера С., Ведера Р., Вайсман А., Виссема Х., Котлера Ф., Ламбена Ж.Ж., Мамедова А.О. и других авторов [1-13].

Особое внимание в публикациях по этой тематике отводится рассмотрению:

- сущности и принципов стратегической деятельности, понятия стратегии, видов стратегий и методов их формирования [1; 6-8];
- стратегического анализа и его методологии [4];
- современного инструмента стратегического планирования, информационной базы стратегического планирования [2; 5];
- портфельного анализа в разработке стратегий организаций, диагностики внешней и внутренней среды организации [6; 9; 12; 13];
- основных подходов к выбору стратегии [1; 3; 11];
- современного состояния и перспектив развития стратегического управления [7; 10] и др.

Обзор публикаций [1-13] указывает на недостаточность раскрытия проблемы выявления возможностей использования существующего инструментария стратегического планирования на отечественных предприятиях. Авторы рассматривают стратегическое планирование в общих чертах, освещая только отдельные его аспекты.

Цель исследования. Целью работы является исследование возможности использования существующих стратегических инструментов для планирования деятельности отечественных предприятий в современных условиях.

Результаты исследования. В настоящее время экономика России переходит к новым рыночным отношениям, ее предприятиям предоставлена возможность самостоятельно хозяйствовать в условиях рынка. Особое значение приобретает способность этих предприятий так планировать свою деятельность, чтобы избежать банкротства, получать прибыль и тем самым повышая благосостояние населения.

Исходя из разнообразия характеристик предприятий, возможны различные подходы к организации системы стратегического управления в целом и стратегического планирования в частности. Обобщая мировой опыт, ученые отмечают, что «...на основе общих принципов каждое предприятие выбирает ту или иную систему, делает акцент на отдельных сторонах деятельности предприятия, вводя этот ориентир в качестве основы планирования» [4, с. 431].

В отечественной и зарубежной теории и практике стратегического планирования выработался определенный инструментарий выбора стратегий. Под инструментарием следует понимать «систему методов и моделей, способов и механизмов обоснованного выбора стратегий по четко определенным критериям» [2, с. 48].

К инструментам стратегического планирования относятся: модели и методы, направленные на достижение целей предприятия (табл. 1).

Таблица 1

Модели стратегического планирования

Модели	Характеристика
Модель «стратегические проблемы»	Позволяет достигнуть высоких экономических показателей: дохода, прибыли, рентабельности и т.д. Экономический анализ возможностей эволюционного развития предприятия позволяет рассчитать показатели деятельности, которых можно достичь на основе трендов.
Модель, основанная на учете рыночных преимуществ	Тесно связана с использованием результатов SWOT-анализа. Основное внимание уделяется учету интересов акционеров.
Модель, ориентированная на создание и поддержание конкурентоспособности предприятия	Целевая направленность на долгосрочную конкурентоспособность.
Модель, ориентированная на создание положительного имиджа	Охватывает разработку и реализацию мероприятий по созданию продукции (услуг) в соответствии с требованиями потребителей и общества.
Модели, учитывающие размеры предприятий	Планирование в полном объеме, с прохождением необходимых этапов.
Метод анализа динамики расходов и кривая опыта	Основным направлением стратегии фирмы должно стать завоевание наибольшей доли рынка.
Модель жизненного цикла товара	Используется графическое изображение зависимости объема продаж и прибыли от времени нахождения товара на рынке.
Модель «продукт - рынок»	Представляет собой матрицу, включающую классификацию рынков и классификацию продуктов.

Источник: составлена авторами по материалам [1-13]

К инструментам, учитывающих влияние различных факторов внутренней и внешней среды относятся другие модели.

SWOT-анализ предполагает анализ внешней и внутренней среды предприятия. Анализируются сильные и слабые стороны внутренней среды, а также возможности и угрозы внешней среды организации. Рассматриваются все возможные парные комбинации между угрозами, возможностями, сильными и слабыми сторонами, а установленные связи служат для выбора стратегий.

Матрица Бостонской консультационной группы (BCG) определяет соотношение «рост рынка (спроса)» и «относительной доли на рынке». Матрица позволяет определить стратегическую позицию по каждому из стратегических экономических элементов предприятия, то есть стратегическую позицию бизнеса предприятия, и на основе анализа этой позиции выбрать правильную стратегию действий. Матрица «GE / McKinsey» («привлекательность конкурентоспособность») является развитием и обобщением матрицы BCG.

Комплексный показатель привлекательности рынка и комплексный показатель конкурентоспособности предприятия, предназначен для определения стратегии привлечения инвестиций и развития для стратегических позиций бизнеса.

Матрица «Shell» – DPM («матрица направленной политики») внешне похожа на матрицу «GE / McKinsey» и является своеобразным развитием идеи стратегического позиционирования бизнеса, заложенной в основу модели BCG. Модель «Shell» дает возможность выбрать определенную стратегию в заданных приоритетах: ориентации на жизненный цикл конкурентного вида продукции или денежный поток. Особенностью матрицы является то, что в ней могут рассматриваться виды бизнеса, находящиеся на разных стадиях жизненного цикла.

Модель ADL обеспечивает оригинальный метод стратегического планирования, а также предоставляет мощный инструмент для определения оптимальной диверсификации деятельности многоотраслевой компании. В основе метода ADL лежит матрица, построенная по двум многомерными (Многофакторным) переменным (параметрам): конкурентной позицией предприятия на рынке; степенью зрелости рынка. Обоснованность принятых фирмой стратегических решений во многом определяется полнотой и достоверностью используемой информации.

Модель PIMS обеспечивает конкретным материалом для принятия стратегических решений. Модель предусматривает «30 показателей деятельности предприятия, которые влияют на уровень прибыльности и объединены в три группы: конкретное предложение бизнеса, характеристика и привлекательность рынка, производственная структура предприятия» [2].

В условиях неопределенности и нестабильности внешней среды для повышения успешной деятельности предприятия недостаточно спланировать и реализовать комплекс мер. Система стратегического планирования

предусматривает постоянную проверку и корректировку стратегии предприятия в соответствии с изменениями, происходящими в пределах внешней и внутренней среды. Оценка стратегии происходит путем сравнения результатов деятельности с целями.

Результаты оценивания являются базой для реализации обратной связи с целью корректировки стратегии. Для повышения эффективности такую оценку нужно проводить системно и непрерывно [12]. Как известно, стратегическое планирование предполагает прогнозируемые оценки возможностей рынка, конкурентов, клиентов, поставщиков и т.д. Поэтому, когда информационная база предварительного анализа состояния объектов неточная, соответственно, база сравнения может быть выбрана неверно. Необходимо использовать механизм многоуровневого сравнения (переменной базы) и рассматривать несколько сценариев развития рыночных ситуаций.

В дальнейшем целесообразно использовать метод мультипликаторов определения состояния внутренней и внешней среды предприятия для создания банка информационных нормативов, зависящих от макроэкономических показателей развития соответствующей отрасли.

Выводы. Проведенные исследования показали, что, существует большое количество инструментов стратегического планирования, которые помогают повысить эффективность предприятий в той сфере деятельности, на которую они направлены.

Таким образом, если правильно использовать данные инструменты в деятельности российских предприятий, существует реальная возможность стабильной и эффективной работы. Чтобы достичь больших успехов, необходимы дальнейшие исследования по проблеме в направлении разработки нового адекватного для деятельности отечественных предприятий инструментария стратегического планирования по отраслевой привязке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акофф Р. Планирование будущего корпорации : Пер. с англ. / Р. Акофф ; под ред. В. И. Данилова-Данильяна. — М. : Прогресс, 1985. — 328 с.
2. Алексеева М. М. Планирование деятельности фирмы : Учебно-методическое пособие / М. М. Алексеева. — М. : Финансы и статистика, 2001. — 246 с.
3. Аронов А. М. Стратегическое планирование в условиях диверсификации производства : монография / А. М. Аронов. — СПб. : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та экономики и финансов, 2001. — 167 с.
4. Барнетт Д. Формулирование стратегии / Д. Барнетт, У. Уилстед // Проблемы теории и практики управления. — 1992. — № 1. — С. 118–127.

5. Борнер С. Концепция стратегического менеджмента / С. Борнер, Р. Ведер // Проблемы теории и практики управления. — 1992. — № 5. — С. 90–92.

6. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха : Пер. с нем. / Арнольд Вайсман. — М. : АО «Интерэксперт» : Экономика, 1995. — 343 с.

7. Виссема Х. Стратегический менеджмент и предпринимательство возможности для будущего процветания : Пер. с англ. / Х. Виссема. — М. : Издательство «Фин-пресс», 2000. — 272 с. — (Сер. : Маркетинг и менеджмент в России и за рубежом).

8. Котлер Ф. Основы маркетинга: краткий курс : Пер. с англ. / Ф. Котлер. — М. : Прогресс, 1990. — 736 с.

9. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : Пер. с фр. / Жан-Жак Ламбен. — СПб. : Наука, 1996. — 589 с.

10. Мамедов А. О. Стратегическое бизнес-планирование на российских промышленных предприятиях в современных условиях : монография / А. О. Мамедов. — М., 2001. — 166 с.

11. Подлесных Н. Н. Стратегическое планирование на предприятии : монография / Н. Н. Подлесных ; Воронеж. гос. техн. ун-т. — Воронеж : ВГТУ, 2003. — С. 113–117.

12. Семенов С. А. Стратегическое планирование: выбор стратегии отраслей экономики / С. А. Семенов ; Рос. акад. гос. службы при Президенте Рос. Федерации. — М. : Изд-во РАГС (ОПМТ РАГС), 2002. — 201, [2] с.

13. Тренев Н. Н. Стратегическое управление / Н. Н. Тренев. — М.: ПРИОР, 2002. — 282 с.

© Д.Д. Савченко, Н.С. Хороших, Т.Н. Чугунова

УДК 65.01

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ТОРГОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

FORMING THE COMPETENCY APPROACH IN MANAGING TRADE ORGANIZATIONS

Серова Л.Б., обучающаяся группы МГ-241-о,
Цветкова И.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

L.B. Serova, student, gr. MG-241-o,
I.I. Tsvetkova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье проведено обоснование необходимости использования компетентного подхода для формирования конкурентоспособности торгового предприятия. Компетенции, необходимые сбытовому персоналу, сгруппированы в две категории: общие и технические. Приведены характеристики, которыми должны обладать компетенции в формируемой в организации модели.

Annotation

The article substantiates the necessity of using a competence approach to form the competitiveness of a trading enterprise. The competencies required by sales personnel are grouped into two categories: general and technical. The characteristics that the competence in the model formed in the organization should have.

Ключевые слова: компетентный подход, компетенции персонала, сбытовой персонал, конкурентоспособность, навыки, эффективность.

Keywords: competence approach, personnel competence, sales staff, competitiveness, skills, efficiency.

Введение. В настоящее время многие исследователи акцентируют внимание на определяющей роли персонала в формировании и поддержании конкурентоспособности организации, указывая, что «высокая конкурентоспособность всего персонала организации является предпосылкой формирования конкурентоспособности товара, а, следовательно, и предприятия в целом» [1]. Говоря об обеспечении конкурентоспособности предпринимательской деятельности, следует констатировать тот факт, что на формирование конкурентных преимуществ большое влияние оказывают личностные компетенции персонала. Организация процесса формирования личностных компетенций персонала, как правило, предполагает использование компетентного подхода, при помощи которого решаются цели развития кадрового потенциала и повышения эффективности деятельности предприятия.

Целью исследования является формирование компетентного подхода в управлении торговыми организациями для обеспечения их конкурентоспособности.

Результаты исследования. Особую роль компетентный подход играет в современных торговых организациях, которым регулярно требуются новые формы действий в процессах продаж. «Компетенции – базовые качества индивидуума, имеющие причинные связи с эффективной деятельностью после обучения» [2].

Потребности клиентов быстро меняются, а давление конкуренции нарастает ускоренными темпами. Компании пытаются внедрять новые формы продаж, основанные на установлении тесных взаимоотношений с клиентами, что влечет за собой ужесточение требований к сбытовому персоналу. Таким образом, на данном этапе задачей является определение по-

требности рынка и выявление необходимого набора характеристик и ключевых компетенций для достижения профессионализма в профессии продавца. Понимание характеристик и компетенций, требуемых от кандидатов на работу в розничном секторе, могут определить изменения в системе образования таких лиц с целью улучшения их последующего функционирования на рынке труда.

Наиболее типичные компетенции, которыми должен обладать сбытовой персонал, сгруппированы по двум категориям: общие и технические. Подчеркнем, что в данную модель включены только те компетенции, которые в той или иной степени необходимы сбытовому персоналу разного уровня (высшего, среднего и низового звеньев). К общим компетенциям отнесены навыки, оказывающие влияние на эффективность трудовой деятельности, и основой которых являются не столько знания, сколько способности человека проявлять соответствующие поведенческие реакции в определенных ситуациях:

- навыки управления временем;
- коммуникативные навыки;
- навыки коллективной работы;
- аналитичность мышления;
- умение применять имеющиеся знания;
- способность ставить цели и достигать результатов;
- мотивация к результативному труду;
- ориентация на клиента.

К категории технических компетенций отнесены навыки, основанные на конкретных знаниях о реализуемых товарах и методах продаж:

- знание методов продаж;
- знание иностранных языков;
- компьютерные навыки;
- знание ассортимента товара;
- навыки управления конфликтами.

Однако, необходимо понимать, что значимость каждой компетенции для разных уровней персонала может быть различной, что отражается в значении соответствующего весового коэффициента. Кроме того, значимость той или иной компетенции в каждой организации будет разной, поэтому установление какого-либо стандарта или ориентира мы считаем нецелесообразным.

«Набор компетенций организации определяет ее способность решать определенный круг задач, отвечая на вопросы среды и потребности внутреннего развития. В теории конкурентных преимуществ выделяется ряд характеристик компетенций, которые являются важными элементами устойчивости конкурентного преимущества» [3].

К таким характеристикам можно отнести: долговечность; мобильность; прозрачность; воспроизводимость.

При реализации компетентностного подхода в управлении достигаются цели организации, связанные с повышением эффективности ее деятельности. Немаловажным является и то, что при этом удовлетворяются потребности работников в:

- повышении квалификации;
- продвижении по карьерной лестнице;
- обогащении труда;
- максимальном использовании своих способностей, знаний и навыков.

Выводы. Целью формирования компетентностного подхода в управлении является выявление и дальнейшее развитие таких навыков персонала, которые впоследствии можно использовать в качестве конкурентного преимущества для обеспечения конкурентоспособности организации. Для организаций, осуществляющих сбытовую деятельность, жизненно важно разработать модель компетенций сбытового персонала, соответствующую целям и задачам организации, а также конъюнктуре рынка. Профессионально разработанная модель должна формировать требования к компетенциям по двум категориям: общие и технические, и соответствовать определенным характеристикам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Сохацкая А. В. Принципы формирования системы управления конкурентоспособностью товара / А. В. Сохацкая // Материалы III Международной научно-практической конференции «Маркетинговые исследования в Украине». — К. : КНЭУ, 2004. — С. 116–117.

2. Челышкова М. Б. Оценка профессиональных компетенций / М. Б. Челышкова. — М., 2015. — 59 с.

3. Ксенофонтова Х. З. Модели компетенций управленческого персонала как фактор конкурентоспособности организации / Х. З. Ксенофонтова // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 4. — С. 123–125.

© Л.Б. Серова, И.И. Цветкова

УДК 338

АУДИТ РИСКОВ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

RISK AUDITS AS TOOL FOR MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECTS

Солодилова В.М., обучающаяся группы ВМ-1602,
Калашникова С.Е., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ)
имени И. М. Губкина», г. Москва

V.M. Solodilova, student, gr. VM-1602,
S.E. Kalashnikova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Gubkin Russian State University of Oil and
Gas (National Research University)», Moscow

Аннотация

Главной целью данной работы является определение места аудита рисков в проектном менеджменте и выявление роли данного инструмента в повышении эффективности управления инвестиционным проектом.

Annotation

The article aims to define the meaning of risk audits in project management and to find out the role of this tool in improving management process of the investment project.

Ключевые слова: риски проекта, аудит рисков, управление проектом, управление рисками проекта.

Keywords: project risks, risk audit, project management, project risk management.

Введение. На сегодняшний день в проектном менеджменте возрастает актуальность управления рисками. Грамотное управление рисками один из ключевых факторов успешного завершения проекта, в то же время — это сложный процесс идентификации, анализа вероятностных событий, оказывающих влияние на процессы проекта. Риск-менеджмент связан с максимизацией положительных и минимизацией отрицательных последствий наступления рискованных событий. В последнее время наблюдаются тенденции к изменению подходов в организации процесса управления рисками. Особое внимание уделяется процессу аудита, который может быть использован для повышения эффективности управления инвестиционным проектом посредством извлеченных уроков и накопленного опыта.

Целью исследования является определение понятия «аудит рисков» в проектном управлении, оценка влияния аудита рисков на эффективность управления рисками проекта и на управление инвестиционным проектом в целом.

Результаты исследования. Аудит – финансовый анализ, бухгалтерский контроль, ревизия финансово-хозяйственной деятельности предприятий, организаций, фирм, акционерных обществ, проводимые квалифицированными специалистами, как правило, независимых служб (аудиторскими службами, аудиторами). Кроме того, аудит может рассматриваться как процесс снижения информационных рисков. Использование данного инструмента необходимо для того, чтобы разработать проект, контролировать расходование средств, оценивать результативность, поэтому участникам проекта требуется достоверная финансовая информация, выражающей все аспекты от принятий решений по источникам капитала до материализованных

результатов инвестиционной деятельности. Эффективность российской экономики, зависит от многих факторов, в том числе и международных. Встает вопрос расширения используемых принципов сертифицированной независимой профессиональной деятельности экспертов для оценки уровня рисков по различным аспектам хозяйствования. Это приводит к более широкому применению понятия «аудит» и практическому использованию его результатов. Обычно выделяется ценовой, налоговый, управленческий и аудит хозяйственной деятельности. В некоторых научных источниках аудит подразделяют на: экологический, операционный, социальный и т.д. Эксперты в области управления проектами выделяют, как задачу мониторинга и управления рисками, особый вид аудита – аудит рисков.

Аудит риска проектов сочетает различные процедуры, включающие в себя: определение, оценку, контроль и управление риском [1]. Другими словами, в ходе аудита предполагается, что может произойти и что должно произойти в проекте при изменении обстоятельств. Аудит риска – инструмент выбора оптимального варианта решения задач на всех этапах проекта. Также данное средство может стать эффективным механизмом прогнозирования развития последующих проектов. В процессе аудита проводится четкая граница между двумя типами рисков: оправданным и неоправданным. С помощью аудита рисков проект можно рассматривать как систему с отдельными элементами подсистемы, а это в свою очередь дает возможность анализировать неопределенность, имеющую связь с каждым из них, изучать уровень зависимости между элементами проекта и рисками, оценивать степень влияния каждого из них [2].

В рамках процесса аудита рисков в первую очередь происходит проверка достоверности внутренней информации, оцениваются варианты реагирования на риски и степень их реализации, контролируется соответствие документации законодательству и внутренним нормам, происходит мониторинг качества налоговой и статистической отчетности, анализируются планы управления и компетентность управляющих проектом. Иными словами, происходит налоговый, маркетинговый, финансовый, юридический анализ всех аспектов проекта.

Особенностью аудита риска инвестиционных проектов является необходимость учета альтернативных издержек. С одной стороны, это стоимость привлеченных для реализации проекта средств, с другой – норма прибыли от аналогичных вложений капитала. В свою очередь такой показатель как норма прибыли должен учитывать вероятность не реализации или неполной реализации проекта из-за влияния внешних и внутренних факторов.

Для того, чтобы учесть все эти факторы и проводится аудит рисков через количественную идентификацию рисков, но на основании не только информации внутри проекта, а также и на данных о конкретной обстановке на рынке, о поставщиках, потребителях и конкурентах. То есть аудит рисков позволяет рассматривать риск как систематическое, а также как индивидуальное явление, что дает возможность идентифицировать риск не только по

ключевым показателям эффективности, но и в разрезе всех процессов проекта [4].

В «Руководстве к своду знаний по управлению проектами (руководство РМВОК)» процесс аудита рисков рассматривается как один из методов контроля рисков. Процесс аудита рисков в виде алгоритма (рис. 1) можно представить, как:

1. Проведение совещаний по аудиту рисков.
2. Определение формата и цели аудита.
3. Отслеживание идентифицированных рисков.
4. Выявление причин рисков.
5. Оценка эффективности мероприятий по реагированию на риски.
6. Документирование полученных результатов аудита.
7. Оценка результативности процесса управления рисками.

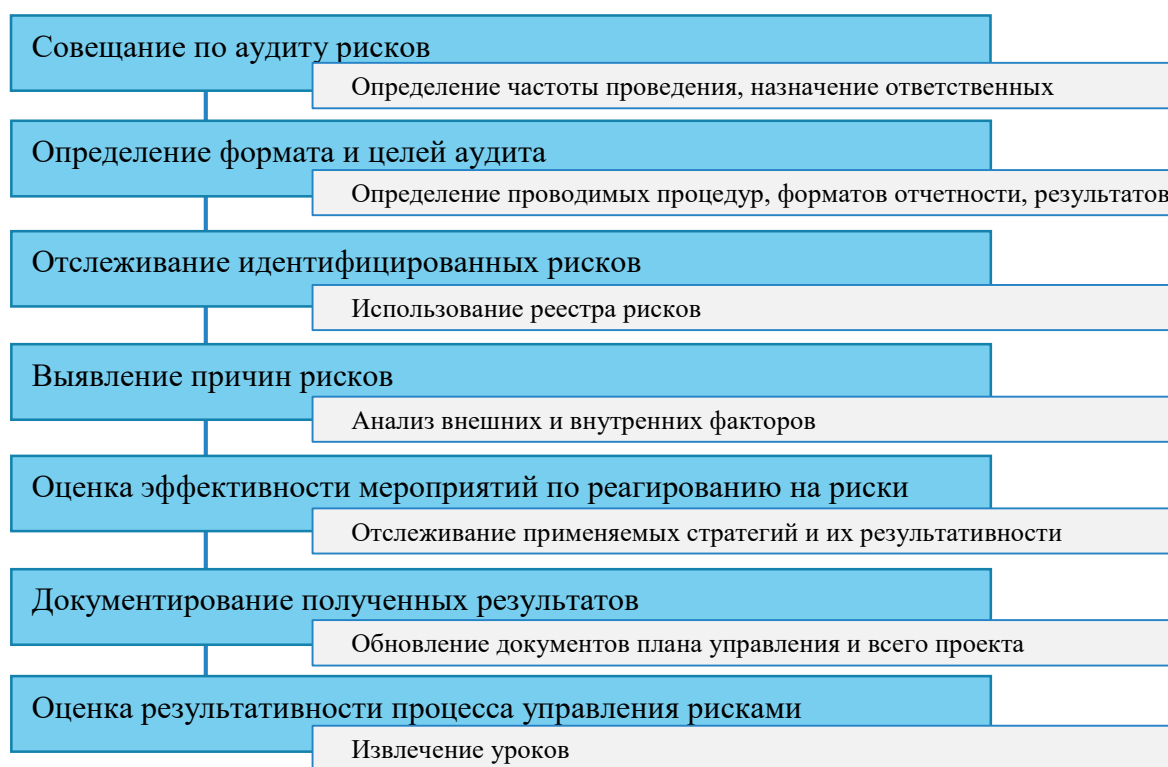


Рис. 1. Процесс аудита рисков в виде алгоритма [3]

Однако у такого инструмента как аудит рисков есть свои недостатки, главным из которых является выбор базисного показателя, на основании которого будет оцениваться уровень риска. Такой показатель должен максимально учитывать внутренние и внешние факторы влияния на проект.

При выборе наиболее эффективных методов и технологий аудита учитывается вид деятельности, цели проекта, окружающая среда и соответствующий набор свойственных рисков. Основную ответственность за функционирование системы аудита несет руководитель проекта, а инвесторы заинтересованы в эффективности данной системы, поскольку это способствует уменьшению рискованности их вложений. Отличительной особенностью

аудита рисков от других средств контроля является нацеленность на независимость оценок, квалифицированный анализ процессов и причин риска, совершенствование системы контролирования, снижение влияния угроз и эффективное использование возможностей проекта.

Выводы. Таким образом, применение процесса аудита рисков позволяет координировать процесс управления в рамках всей организации, быстро и гибко реагировать на изменения внутри проекта и вне его. Преимущество использования аудита риска в том, что данный процесс непрерывен и позволяет рассмотреть все возможные риски, предусматривает исследование и документирование результатов оценки эффективности планов по реагированию на риски, которые относятся к идентифицированным рискам, выявление ключевых причин их возникновения, а также оценку эффективности процесса управления рисками.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Библиотека on-line // Лекции по управлению программными проектами. — Режим доступа : http://citforum.ru/SE/project/arkhipenkov_lectures/10.shtml — Дата доступа : 02 марта 2018 г.

2. Аудиторско-консультационная группа «Развитие бизнес-систем» (РБС) // Пресс-релизы, публикации, анонсы. — Режим доступа : <http://www.rbsys.ru/print.php?page=193&option=public> — Дата доступа : 01 февраля 2018.

3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). — Sixth Edition. — Pennsylvania : Project Management Institute, Inc., 2017. — 537 с.

4. Риск-менеджмент инвестиционного проекта / Под ред. д.э.н., проф. М. В. Грачевой, д.ф.-м.н., проф. А. Б. Секеринд. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 544 с.

© В.М. Солодилова, С.Е. Калашникова

УДК 336.581

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ РЕСТОРАНА

PECULIARITIES OF FORMATION OF THE INVESTMENT STRATEGY OF RESTAURANT

Сулыма А.И., к.э.н., доцент,
Тимошенко Е.С., обучающаяся группы МГ-433-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.I. Sulyma,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
E.S. Timoshchenko, student, gr. MG-433-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье раскрыта сущность и особенности инвестиционной стратегии предприятия. Исследована специфика ресторанного бизнеса. Обозначены проблемы, которые замедляют развитие сферы ресторанных услуг. Представлена процедура формирования инвестиционной стратегии ресторана. Проанализированы основные перспективные направления инвестирования ресторанного бизнеса.

Annotation

The essence and peculiarities of the enterprise investment strategy are disclosed in the article. The specificity of the restaurant business has been explored. The problems that slow the development of the sphere of restaurant services are indicated. The procedure of forming the investment strategy of the restaurant is presented. The main perspective directions of investing the restaurant business are analyzed.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, ресторан, инвестиции, развитие.

Keywords: investment strategy, restaurant, investments, development.

Введение. Общественное питание было и остается одной из самых инвестиционно-привлекательных сфер предпринимательской деятельности. Отличительной чертой ресторанного бизнеса является то, что он не требует привлечения масштабных инвестиций, в отличие от производственной сферы и является одной из самых ликвидных отраслей отечественной экономики, а к тому же модной – инвестируют в этот бизнес представители нефтяной и газовой промышленности, пивоваренные компании и производители продуктов питания [2]. Инвестиционная деятельность служит основой дальнейшего развития предприятия любой отраслевой принадлежности и формы собственности. В свою очередь, залогом успеха деятельности ресторана в современной экономической ситуации является правильный выбор инвестиционной стратегии. В связи с этим исследование особенностей формирования инвестиционной стратегии для ресторана является актуальным.

Цель исследования – выявить особенности формирования инвестиционной стратегии для ресторана.

Результаты исследования. Н. И. Лахметкина дает такое определение инвестиционной стратегии: «Система долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией, а также выбор наиболее эффективных путей их достижения» [3, с. 41]. Инвестиционная стратегия играет важную роль в деятельности предприятия и является главным фактором обеспечения эф-

эффективного развития так как: обеспечивает механизм реализации долгосрочных целей предприятия; является одной из первоначальных предпосылок стратегических изменений общей организационной структуры управления и организационной культуры предприятия; обеспечивает возможность быстрой реализации перспектив предприятия; отображает преимущества предприятия в инвестиционной деятельности перед его конкурентами; обеспечивает четкую связь всех уровней управления предприятием (от стратегического до оперативного); дает возможность реально оценить возможности предприятия, обеспечить максимальное использование его внутреннего потенциала и возможность активно маневрировать инвестиционными ресурсами [5].

Главной особенностью инвестиционной стратегии предприятия является то, что она должна формироваться на основании общей стратегии его экономического развития. Следовательно, инвестиционная стратегия имеет подчиненный характер и должна согласовываться с целями и этапами реализации общей стратегии.

При формировании инвестиционной стратегии ресторана важно учитывать специфику данного вида деятельности. Отметим, что ресторанный бизнес, как и весь сектор экономики, связанный с общественным питанием, является наиболее передовым, прогрессивным и мобильным во всей индустрии рынка услуг. Ресторанный бизнес – это интегрированная сфера деятельности, которая предполагает организацию производства и управления рестораном. Основной целью этой деятельности является удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также получение прибыли. В свою очередь, ресторан – это предприятие питания, предоставляющее гостям широкий ассортимент блюд, напитков, кондитерских изделий, в том числе фирменных и сложного приготовления, а также высокий уровень обслуживания в сочетании с организацией отдыха и развлечений [1].

Для обеспечения эффективности деятельности ресторана первостепенной задачей является формирование ассортиментной политики и обеспечение высокого качества обслуживания, которые должны быть взаимосвязаны. Ресторан должен быть оборудован качественным оборудованием, посудой, мебелью и главное должен быть подобран высококвалифицированный персонал. Основным критерием обеспечения положительной репутации ресторана является команда, которая должна осознавать, что в работе ресторана всё взаимосвязано. При выборе ресторана потребители ориентируются на качество и ассортимент блюд, уровень предоставляемых услуг, сервиса, отношение персонала к потребителям, общую атмосферу заведения, внешний и внутренний дизайн, соотношение места расположения предприятия и цены на блюда и напитки.

Следует отметить, что по уровню рискованности ресторанный бизнес занимает четвертое место в мире среди других видов предпринимательской деятельности. В ходе исследования были выявлены такие общеотраслевые

проблемы данного вида деятельности как: высокая степень зависимости от основных фондов (недвижимое имущество, производственное оборудование); высокая степень зависимости от квалификации персонала; низкая инвестиционная привлекательность ресторанных проектов. Так же можно выделить и специфические отечественные проблемы, которые во многом замедляют развитие сферы ресторанных услуг, а именно: низкий уровень жизни основной части населения; нехватка образовательных программ в сфере предоставления коммерческих услуг; отсутствие собственной развитой предпринимательской инфраструктуры, которая бы обеспечила ресторанный бизнес необходимыми ресурсами и сырьем. Указанные особенности и проблемы отражают специфику ресторанного бизнеса и их необходимо учитывать при формировании инвестиционной стратегии ресторана [2].

При формировании инвестиционной стратегии ресторана целесообразно использовать процедуру, состоящую из девяти этапов [3]:

1. Определение периода формирования инвестиционной стратегии;
2. Изучение внешней инвестиционной среды ресторана и конъюнктуры инвестиционного рынка
3. Изучение состояния внутренней среды ресторана и особенностей, присущих его инвестиционной деятельности;
4. Формирование стратегических целей инвестиционной деятельности ресторана;
5. Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегических направлений и форм инвестиционной деятельности ресторана;
6. Формирование инвестиционной политики по основным аспектам инвестиционной деятельности ресторана;
7. Определение стратегических направлений формирования инвестиционных ресурсов ресторана;
8. Разработка системы организационно-экономических мероприятий обеспечения процесса реализации инвестиционной стратегии ресторана;
9. Оценка эффективности разработанной инвестиционной стратегии ресторана.

Отметим, что можно использовать три вида инвестиционных стратегий. Первая, инвестиционная стратегия поддержки, которая направлена на поддержание первоначально заданного технического уровня производства, объема и качества продукции и услуг. Для нее характерна направленность на простое воспроизводство средств производства, она почти не содержит элементы расширенного воспроизводства средств производства. Вторая, экстенсивная – направлена на расширенное производство, не предвидит существенного повышения технического уровня производства, обновления продукции, повышения ее качества. Третья, интенсивная – направлена на всестороннюю поддержку инновационной стратегии предприятия, т.е. на существенное повышение технического уровня производства путем внедрения новой технологии, принципиальное обновление продукции и услуг, по-

вышение их качества, улучшение дизайна [5]. Для повышения конкурентоспособности ресторана и обеспечения развития его деятельности наиболее перспективным является применение интенсивной инвестиционной стратегии.

Проанализируем основные перспективные направления инвестирования ресторанного бизнеса. На сегодняшний день каждый ресторан старается чем-то удивить искушенного гостя. Особой популярностью пользуется кухня фьюжн, где нет строгих правил в приготовлении блюд и они сочетают в себе разные кулинарные особенности мировых традиций приготовления пищи. Также из-за растущей популярности здорового образа жизни, перспективным вложением инвестиций является направление здоровой, низкокалорийной еды. Ресторанный бизнес в современном мире начинает охватывать все новые и новые сферы. Так, во Франции открыли первый в мире ресторан гипоаллергенной кухни, который, по словам его владельца, положит начало новому витку ресторанной индустрии. Одним из прогрессивных направлений ресторанного бизнеса в Европе является молекулярная кухня. Сущность такого ресторана в том, что в нем процесс приготовления пищи рассматривается с нестандартной точки зрения – с точки зрения законов физики и химии. Все блюда, приготовленные в таком ресторане, полностью отличаются от привычных блюд формой, вкусом, цветом и другими возможными характеристиками. И именно в этом заключается основная перспектива в развитии этого направления [1; 4]. Главная задача молекулярной кухни – удивить, а не накормить. Блюда очень малы и в соответствии с этим, в таких ресторанах обычно подается 10-20 блюд за один раз. В России данный вид кухни только набирает темпы и поэтому есть все шансы на успех в этом бизнесе.

Выводы. В ходе исследования было выявлено, что залогом успеха деятельности ресторана в современной экономической ситуации является правильный выбор инвестиционной стратегии. Инвестиционная стратегия имеет подчиненный характер и должна согласовываться с целями и этапами реализации общей стратегии. Для повышения конкурентоспособности ресторана и обеспечения развития его деятельности наиболее перспективным является применение интенсивной инвестиционной стратегии, которая предполагает внедрение инноваций. Изучив специфику данного вида деятельности, выявлено, что инвестиционная стратегия ресторана должна включать мероприятия по уменьшению производственных потерь в неактивные сезоны. Предполагает вложения в основные фонды с целью повышения качества продукта. Перспективным направлением, является так же повышение квалификации персонала и расширение ассортиментной политики. Сегодня именно эти направления в большей мере определяют перспективы развития ресторанного бизнеса в России. Выявленные тенденции должны быть положены в основу формирования инвестиционной стратегии ресторана.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инвестиции в ресторанный бизнес // Интернет-проект PRO-Biznes.ru. — Режим доступа : <http://www.catalog.horeca.ru/newspaper/business/178>. — Дата доступа : 14 марта 2018 г.

2. Как улучшить современное состояние ресторанного бизнеса в России // Все про ИП. — Режим доступа : <http://ipinform.ru/razvitie-biznesa/idei-biznesa/sostoyanie-restorannogo-biznesa.html>. — Дата доступа : 18 марта 2018 г.

3. Лахметкина Н. И. Инвестиционная стратегия предприятия : [учебное пособие] / Н. И. Лахметкина. — 6-е изд., стер. — М. : КНОРУС, 2012. — 232 с.

4. Молекулярная кухня // Сайте о творчестве во всех его проявлениях svistanet.com. — Режим доступа : http://svistanet.com/eda_i_kulinariya/molekulyarnaya-kuxnya.html. — Дата доступа : 14 марта 2018 г.

5. Чернов В. А. Инвестиционная стратегия: [учебное пособие для вузов] / В. А. Чернов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 158 с.

© А.И. Сулыма, Е.С. Тимощенко

УДК 005.95/.96

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ МОДЕЛЕЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

COMPARATIVE ANALYSIS OF FOREIGN AND NATIONAL MODELS OF MOTIVATION OF PERSONNEL

Фокина Н.А., к.э.н., доцент,
Алядинова М.А., обучающаяся группы МО-141-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N.A. Fokina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
M.A. Alyadinova, student, gr. MO-141-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе представлен сравнительный обзор отечественной и зарубежных моделей мотивации персонала. Выявлены проблемы и предложены подходы к формированию эффективных систем мотивации на российских предприятиях.

Annotation

The paper presents a comparative survey of domestic and foreign models of staff motivation. The problems are identified and approaches to the formation of effective motivation systems at Russian enterprises are proposed.

Ключевые слова: мотивация, методы мотивации, зарубежные и отечественные подходы к мотивации сотрудников, модели мотивации.

Keywords: motivation, methods of motivation, foreign and domestic approaches to staff motivation, motivation models.

Введение. Мотивация играет огромную роль в системе управления персоналом предприятия. Производительность труда отдельного работника, а также эффективность деятельности организации в целом находятся в прямой зависимости от степени мотивированности работников. Одной из наиболее распространенных проблем, с которой сталкивается большинство руководителей предприятий – это внедрение новых способов мотивации труда. Часто изменения не принимаются коллективом, или же, наоборот, коллектив принимает новые подходы к мотивации, но они становятся основой его дезинтеграции и внутренних конфликтов.

Цель исследования – сравнение отечественной и зарубежных моделей мотивации персонала.

Результаты исследования. Традиционно методы мотивации персонала подразделяют на три основные группы: административные, экономические и социально-психологические [1; 2]. Системы мотивации строятся на основе сочетания методов каждой группы. В деятельности большинства российских предприятий акцент делается на материальном стимулировании, которое часто не отличается прозрачностью. Кризис, обнаруживший недостаток финансовых средств для экономического стимулирования, заставил руководство предприятий обратиться к опыту зарубежных стран в части нематериального стимулирования и построения понятных и справедливых систем оплаты труда работников. Однако, системы мотивации труда в различных культурах не одинаковы, и во многом определяются ментальностью жителей той или иной страны. Так, М. Вебер считал, что «для того, чтобы понять общество, необходимо определить мотивы индивидов и характер общественных норм, в которых действуют эти индивиды» [3]. Обобщение зарубежных моделей мотивации персонала представлено в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика моделей мотивации персонала

Модель	Характеристика
Российская модель	Ориентация интересов: на личный успех. Материальное стимулирование: заработная плата, а также денежные поощрения либо наказания в виде лишения премий и штрафов. Нематериальное стимулирование: слабо развито, в основном выражается в корпоративных праздниках и совместных поездках
Японская модель	Ориентация интересов: общие интересы стоят выше индивидуальных потребностей; ярко выражена готовность пойти на личные жертвы ради всеобщего блага.

Модель	Характеристика
	Материальное стимулирование: рост заработной платы; премии и бонусы, выплачиваемые минимум раз в полугодие; оплата расходов на дорогу в офис и обратно; медицинская страховка, частичная оплата жилья; займы для приобретения недвижимости; оплата обучения в вузах Японии, Европы и США; Нематериальное стимулирование: система пожизненного найма; система корпоративного общения, направленная на формирование у сотрудника чувства глубокой приверженности компании; повышение квалификации без отрыва от основного места работы
Американская модель	Ориентация интересов: на личный успех и достижение высокого уровня благосостояния. Материальное стимулирование: гибкая система оплаты труда (почасовая оплата труда и премии; зависимость оплаты труда от квалификации и дополнительно приобретаемых знаний) Нематериальное стимулирование: медицинская страховка; курсы повышения квалификации; бесплатные обеды; корпоративные праздники; совместные поездки; высокое значение корпоративной культуры
Французская модель	Ориентация интересов: на личный успех Материальное стимулирование: индексация зарплат и индивидуализация оплаты труда (начисление выплат с учетом отработанного времени, качества работы, образования, квалификации, уровня мобильности сотрудника); медицинская страховка; частичное погашение ипотеки; бесплатные обеды; Нематериальное стимулирование: гибкий график работы; удаленная работа; укороченная рабочая неделя
Британская модель	Ориентация интересов: на личный успех и достижение успеха деятельности предприятия Материальное стимулирование: системы оплаты труда, подразумевающие зависимость зарплаты сотрудников от общей прибыли предприятия. Нематериальное стимулирование: создание в коллективе дружеской благоприятной атмосферы; высокое значение корпоративной культуры

Источник: [4; 5]

В деятельности российских предприятий должны найти свое отражение такие позитивные черты формирования системы мотивации персонала западных предприятий, как:

- детальная проработка, прозрачность и обоснованность системы оплаты труда;
- продуманная система показателей оценки деятельности персонала и результатов его труда;
- сформированная и действенная система внутрифирменного обучения персонала;
- формирование и соблюдение норм корпоративной культуры.

Выводы. Анализ наиболее распространенных моделей мотивации персонала показал, что системы мотивации труда в различных культурах не одинаковы и во многом определяются ментальностью жителей той или иной страны. Перенимать зарубежный опыт мотивации следует с осторожностью. При этом необходимо помнить, что материальные методы мотивации первичны. Они должны быть понятны и прозрачны для персонала, а также должны быть связаны с результатами труда и достижениями сотрудников.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Чекмарев О. П. Мотивация и стимулирование труда: учебно- методическое пособие / О. П. Чекмарев. — СПб., 2013. — 343 с.
2. Ячменева В. М. Управление персоналом организации : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, И. И. Цветкова. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2013. — 632 с.
3. Захаров Н. Л. Специфика социальной системы России / Н. Л. Захаров. — Ижевск : Изд-во УдГУ, 2000. — 219 с.
4. Зарубежный опыт мотивации персонала: [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://searchinform.ru/kontrol-sotrudnikov/motivatsiya-personala/zarubezhnyj-opyt-motivatsii-personala/> (дата обращения: 21.03.2018).
5. Никитина В. В. Зарубежный опыт мотивации персонала и возможность его применения в отечественной практике [Электронный ресурс] / В. В. Никитина // Вестник ИрГТУ. — 2015. — № 4 (44). — URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-motivatsii-personala-i-vozmozhnost-ego-primeneniya-v-otechestvennoy-praktike> (дата обращения: 25.03.2018).

© Н.А. Фокина, М.А. Алядинова

УДК 005.95/.96

РОЛЬ СОВРЕМЕННОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

THE ROLE OF MODERN STRATEGIC MANAGEMENT OF THE PERSONNEL OF THE ORGANIZATION IN THE FORMATION OF INNOVATIVE ECONOMY

Фокина Н.А., к.э.н., доцент,
Монахова К.В., обучающаяся группы МГ-241-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

N.A. Fokina,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
K.V. Monakhova, student, gr. MG-241-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе определена роль стратегического управления персоналом организации, выявлены его основные цели и задачи. Обоснована необходимость внедрения кадровой стратегии в управление деятельностью современной организации и проанализированы стадии этого процесса.

Annotation

The role of strategic management of the personnel of the organization is defined, its main goals and tasks are revealed. The necessity of introduction of personnel strategy is substantiated and the stages of this process are analyzed.

Ключевые слова: стратегическое управление персоналом, персонал, кадры.

Keywords: strategic management of personnel, personnel, cadres.

Введение. В настоящее время стратегический подход к управлению персоналом приобретает особое значение для деятельности предприятия. Это обусловлено изменением и усложнением целей, задач и функций кадровых служб, вызванного признанием человека основным ресурсом организации. Подразделения традиционных кадровых служб меняют свой статус и становятся полноценными службами управления персоналом организаций. Руководителями служб управления персоналом часто назначаются представители высшего руководства и даже совета директоров. Происходящие изменения приводят к необходимости мониторинга современных подходов к стратегическому управлению персоналом.

Цель исследования – изучить роль, цели и задачи стратегического управления персоналом.

Результаты исследования. Суть стратегического управления заключается в «формировании и реализации стратегии развития организации на основе непрерывного мониторинга и оценки текущих изменений в ее деятельности с целью сохранения способности выжить и эффективно работать в нестабильной среде» [1]. Способность выжить и эффективно работать в нестабильной среде нередко обуславливается возможностями организации к реализации инноваций. В свою очередь, такие возможности во многом зависят от человеческого потенциала или от качества человеческих ресурсов, которыми обладает предприятие. Стратегия управления персоналом, наряду с маркетинговыми и финансовыми стратегиями, является ключевой функциональной стратегией организации. Это обусловлено тем, что челове-

ский ресурс, на который руководство компании способно оказывать воздействие, способствует развитию компании, ее выживанию в жестких конкурентных условиях.

Одной из особенностей современной российской экономики является то, что стратегия управления персоналом становится все более значимой не столько благодаря логике желаемого стратегического развития, а как единственно возможный стратегический фактор совершенствования деятельности предприятия. Анализ конкретных управленческих ситуаций показывает, что в подавляющем большинстве случаев стратегические изменения в организации обусловлены именно человеческим фактором.

Однако, даже хорошо продуманная модель деятельности сотрудников без четкой формулировки целей, стоящих перед предприятием, не обеспечит его успешную работу. Поэтому кадровая политика основывается на таких фундаментальных понятиях, как миссия и видение организации; предназначается для достижения стратегических целей организации через реализацию различных функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, сбытовой и т. д.).

Е. И. Велесько и А. А. Неправским сформулированы ключевые цели и задачи стратегического управления персоналом организации [2]:

- обеспечение предприятия рабочей силой, которая по своим количественным и качественным характеристикам отвечала бы перспективам развития этого предприятия;
- создание эффективной системы мотивации сотрудников;
- развитие лидерства на ключевых позициях;
- оптимизация коммуникационного взаимодействия между сотрудниками и подразделениями;
- внедрение эффективных учебных программ и курсов повышения квалификации работников.

Стадии внедрения кадровой стратегии соответствуют стадиям внедрения любой другой стратегии предприятия и укрупненно выглядят следующим образом: оценка и анализ; планирование; реализация. На стадии анализа следует определить и оценить факторы, имеющие ключевое значение для развития организации. Среди инструментов анализа самым распространенным считается определение угроз и вероятностей внешнего окружения и SWOT-анализ. На этапе планирования формулируются вероятные стратегии и выбирается наиболее приемлемая для воплощения альтернатива. После формулирования общей стратегии начинается этап ее реализации.

Основным преимуществом подготовки и реализации стратегии управления персоналом для современной организации является связь между долгосрочными задачами управления персоналом и общей стратегией компании: участие, использование и развитие сотрудников не является спонтанным, а определяется в соответствии с видением и миссией компании и ее долгосрочными задачами.

На многих предприятиях Российской Федерации технологии подготовки и внедрения стратегического управления персоналом еще не разработаны, что является причиной порождения различных трудностей в управлении предприятием, вызванных следующим [3-5]:

- нехваткой финансовых средств, приводящей к вынужденному сокращению персонала в условиях кризиса и экономического спада;
- изменением вида деятельности или относительно быстрой заменой технологий производства и процессов обслуживания, что приводит к необходимости поиска компетентных сотрудников и/или переобучению штатных;
- увеличением стоимости программ повышения квалификации (дополнительного обучения) и расходов на получение поддержки сторонних специалистов и консалтинговых компаний;
- трудностями долгосрочного прогнозирования численности и структуры сотрудников компании в связи с возникающими флуктуациями при формировании и обеспечении «портфеля» заказов.

Выводы. Таким образом, в существующих условиях постоянных изменений и усиления конкуренции важно сформировать эффективную кадровую стратегию. Такая стратегия должна отвечать миссии организации и ее стратегическим целям, обеспечивая реализацию различных функциональных стратегий (маркетинговой, финансовой, сбытовой и т.д.).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. В. Стратегический менеджмент: учебник / А. В. Александрова, С. А. Курашова. — М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. — 320 с.
2. Велесько Е. И. Стратегический менеджмент / Е. И. Велесько, А. А. Неправский. — Минск : Мисанта, 2015. — 348 с.
3. Стратегическое управление персоналом на предприятии: цели, задачи, особенности [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://opersonale.ru/upravlenie-personalom/upravlenie-personalom-upravlenie-personalom/strategicheskoe-upravlenie-personalom-na-predpriyatii-i-v-organizacii-celi-zadachi-osobennosti.htm> (дата обращения: 21.03.2018).
4. Ячменева В. М. Управление персоналом организации : [учебное пособие] / В. М. Ячменева, И. И. Цветкова. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2013. — 632 с.
5. Фокина Н. А. Разработка классификации кадровых рисков / Н. А. Фокина, Э. Т. Таканаев // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVII научно-практической конференции, пгт. Гурзуф, 04 декабря 2015 г. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2016. — С. 243–246.

© Н.А. Фокина, К.В. Монахова

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

THE DEVELOPMENT STRATEGY OF ENTERPRISE OF FOOD INDUSTRY

Чернецова Г.М., к.э.н., доцент,
Таранец А.Е., обучающаяся группы МГ-433-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

G.M. Chernetsova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
A.E. Taranets, student, gr. MG-433-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе исследованы проблемы деятельности предприятия пищевой промышленности, выявлены возможности и угрозы внешней среды. Определены стратегические направления развития предприятия.

Annotation

The article studies the problems of activity of enterprises of food industry, identified opportunities and threats in the external environment. Defined the strategic directions of development of the enterprise.

Ключевые слова: стратегия, факторы внутренней среды, факторы внешней среды, развитие.

Keywords: strategy, factors of the internal environment, environmental factors, development.

Введение. Руководители большинства российских предприятий пришли к пониманию того, что необходимо уделять внимание не только изменениям во внутренней среде. Основой повышения конкурентоспособности предприятия является наличие продуманной стратегии развития и функционирования, которая поможет им выжить на рынке, а также позволит контролировать изменения, происходящие в окружающей их среде. Стратегия – важнейший экономический документ, определяющий ключевые направления развития [1].

Целью исследования является анализ проблем деятельности ПАО «Симферопольский консервный завод им. С.М. Кирова» и определение направлений развития предприятия.

Результаты исследования. Выбор стратегии – центральный момент стратегического управления. Разработка любой стратегии отталкивается от

поставленной цели. Надо иметь видение того продукта, который обеспечит достижение этой цели, видение самого предприятия, способного одновременно с выпуском текущей продукции создавать и выпускать новые продукты. Причем необходимо видение и на ближнюю, и на дальнюю перспективу [2].

Организация выбирает стратегию из нескольких возможных вариантов. Каждый путь открывает разные возможности. При этом должны приниматься во внимание многочисленные факторы: риск, опыт прошлых стратегий, фактор времени, внутренние слабые и сильные стороны организации, возможности и угрозы внешней среды. В настоящее время разработано достаточно много методов и инструментов обоснования стратегии, и руководство предприятия имеет большие возможности для выбора наиболее подходящей в конкретной ситуации [3]. Вследствие этого процедура формирования стратегии для каждого предприятия является индивидуальной.

При разработке стратегии развития предприятия за основу был принят подход Гарвардской школы бизнеса. При поведении стратегического анализа использовались такие инструменты как SWOT-анализ, PEST-анализ, портфельный анализ.

ПАО «Симферопольский консервный завод имени С.М. Кирова» является одним из старейших предприятий Республики Крым. В настоящее время занимается переработкой и консервированием рыбо- и морепродуктов; производством продуктов из мяса и мяса птицы. Небольшую долю составляет производство фруктовых и овощных соков. На данный момент на рынке наблюдается небольшой рост спроса на основную продукцию завода – на рыбные консервы (около 4%). Снижение продаж мясной продукции завода (тефтели, фрикадельки, котлеты в жестяных банках) происходит из-за роста спроса покупателей на свежее мясо и полуфабрикаты из мяса.

Основными целями предприятия является повышение эффективности деятельности предприятия, выход на лидирующие конкурентные позиции среди производителей консервов на внутреннем рынке.

Предприятие имеет два производственных участка в г. Симферополь, общая площадь которых составляет 9,5 га. Предприятие активно проводит политику, направленную на обновление технологического оборудования в консервном цехе. Установлена новая парогенерирующая система, позволяющая значительно сократить потребление газа и тем самым снизить себестоимость продукции. Планируется закупка новой закаточной машины для расфасовки продукции в жестяную банку с ключом.

На предприятии отмечается тенденция снижения объемов производства, сокращения рабочих мест. За последние три года выручка от реализации сократилась на 20%, численность персонала – на 15%. В то же время, финансовое состояние предприятия улучшилось. В 2016-2017 гг. предприятие после периода убыточной работы получило чистую прибыль. Предприятие занимает хорошую позицию на рынке благодаря доступным ценам,

большому опыту в данной сфере и стабильному выпуску продукции хорошего качества.

В целом, деятельность подсистем предприятия оценивается как слабая и средняя. Предприятие знает о существующих проблемах, но у него не хватает ресурсов для их устранения. Основными слабыми сторонами завода являются:

- 1) Изношенность зданий и оборудования;
- 2) Наличие неиспользуемых основных фондов;
- 3) Недостаточная финансовая устойчивость предприятия;
- 4) Недостаточный объем работ в маркетинговой подсистеме управления;
- 5) Уязвимость для конкурентного давления.

Для предприятия во внешней среде существуют как угрозы, так и возможности. Проведенный PEST-анализ показал, что в группе политических факторов наибольшее влияние на деятельность завода оказывают изменения в законодательстве и налоговая политика. Возможностью для предприятия являются государственные программы поддержки производства импортозамещающей продукции.

Наибольшее влияние на предприятие среди экономических факторов оказывают уровень инфляции, безработицы, платежеспособность населения, цены на энергоресурсы. Увеличение уровня безработицы может повлиять на предприятие как положительно (удешевление рабочей силы), так и отрицательно (ухудшение качества труда). Среди рыночных факторов можно выделить: низкий спрос на продукцию в сегментах потребителей с доходами выше среднего и высокий уровень конкуренции в отрасли.

Среди социальных факторов наиболее значимыми для предприятия являются демографические изменения и изменения в образе жизни населения. Повышение уровня образования населения, предпочтение здорового образа жизни можно рассматривать с двух сторон: как угрозу и как возможность. Потребители могут стать требовательнее к качеству и ассортименту продукции. С другой стороны, может повыситься спрос на плодоовощные консервы и сухофрукты.

К технологическим факторам внешней среды, имеющим наибольшее влияние на деятельность завода, можно отнести: новые производственные технологии, развитие социальных сетей и использование Интернета в повседневной жизни. Появление новых производственных технологий и высокая скорость их обновления может привести к потере доли рынка, если предприятие ими не воспользуется, или если конкуренты первыми освоят данные технологии. Широкая популяризация сети Интернет может при правильном использовании стать средством продвижения продукции.

Анализ внешней и внутренней среды показал, что предприятию целесообразно придерживаться стратегии умеренного роста. Данная стратегия является для ПАО «Симферопольский консервный завод имени С.М. Ки-

рова» наиболее приемлемой, поскольку исключает большой риск и дает гарантию её осуществления, так как отталкивается от достигнутых результатов. Быстрый рост в условиях неустойчивого спроса не нужен, так как может спровоцировать кризис. Для данной организации важнее стабильное функционирование и обеспечение существующего уровня прибыли.

В соответствии с выявленными проблемами и их значимостью для завода можно определить главные стратегические направления его развития в ближайшей перспективе: вовлечение в производственную деятельность не задействованных производственных мощностей завода; расширение ассортимента продукции; модернизация материально-технической базы.

На первом этапе реализации данной стратегии предлагается расширить ассортимент выпускаемой продукции за счет внедрения на предприятии новой линии по производству яблочных чипсов. Производство яблочных чипсов российские производители пока еще только осваивают, несмотря на его популярность во многих странах мира. Впоследствии чипсы можно делать не только из яблок, но и из многих других фруктов, овощей и ягод. Данный вид деятельности не требует больших инвестиций, затраты окупаются в течение года.

Выводы. Проблемы, выявленные на исследуемом предприятии, являются типичными для небольших консервных заводов. Неполное использование производственных мощностей, отсутствие маркетинговой политики, а также изношенность производственного оборудования приводят к снижению эффективности и финансовой устойчивости предприятия. В условиях жесткого конкурентного давления со стороны крупных компаний в сегменте традиционных консервов, предприятию необходимо расширять ассортимент за счет перспективных продуктов, в частности фруктовых снеков. Успешная реализация данной стратегии даст возможность повысить эффективность использования производственных мощностей, создать новые рабочие места, выйти на рынок с качественно новым продуктом, повысить конкурентоспособность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Квинт В. Л. Стратегическое управление и экономика на глобальном формирующемся рынке / В. Л. Квинт. — М. : Бизнес-Атлас, 2012. — 627 с.
2. Жемчугов А. М. Разработка стратегии предприятия. Современный подход / А. М. Жемчугов, М. К. Жемчугов // Проблемы теории и практики управления. — 2011. — № 10. — С. 58–66.
3. Инструменты реализации стратегии / Под ред. Ю. Н. Лапыгина. — Владимир : ВГПУ, ВлГУ, 2005. — 165 с.

© Г.М. Чернецова, А.Е. Таранец

РЕСУРСОЗАВИСИМОСТЬ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

DEPENDENCE: THEORY AND PRACTICE

Ячменева В.М., д.э.н., профессор,
Педан Е.М., обучающаяся группы МГ-241-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
K.M. Pedan, student, gr. MG-241-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе проведен анализ теоретических и практических исследований ресурсной концепции. Рассмотрена роль ресурсов в организации. Ресурсы определены как составные элементы, которые превращают возможности организаций в реальные результаты. Сформированы понятия «ресурсное проклятие» и «голландская болезнь». Рассмотрены примеры «ресурсного проклятия» в мировой и в Российской практике. Даны характеристики «голландской болезни».

Annotation

The paper analyzes the theoretical and practical research of the resource concept. The role of resources in the organization is considered. Resources are defined as building blocks that translate organizational capabilities into real results. Formed the concept of «resource curse» and «Dutch disease». The examples of «resource curse» in the world and in the Russian practice are considered. Characteristics of «Dutch disease» are given.

Ключевые слова: ресурсы, ресурсозависимость, «ресурсное проклятие», «голландская болезнь».

Keywords: resources, resource dependence, "resource curse", "Dutch disease".

Введение. Ресурсы – это совокупность средств, которые необходимы и могут быть использованы в основных, обеспечивающих и управленческих бизнес-процессах предприятия. Они являются источниками и предпосылками достижения поставленных целей, составными элементами, которые превращают возможности организации в реальные результаты.

Карпухин Д. Н. в своем труде «Современное управление», определил ресурсы организации как, все, что может быть задействовано ею для достижения поставленных целей, для удовлетворения собственных потребностей и потребностей субъектов внешней среды [1, с. 45].

Изучение и анализ развития ресурсных регионов в области экономики и социальной сферы являются одним из традиционных направлений не

только экономической науки, но и других сфер исследования. К ним можно отнести географию, специальные разделы права, социальные науки.

Ресурсозависимая экономика определяется изменчивыми, запутанными и нередко противоречивыми взаимосвязями. Ее можно охарактеризовать, как сложную систему в условиях неопределенности. На сегодняшний день сложившаяся в современном российском обществе ситуация, приводит к возникновению острой необходимости в разработке стратегий по снижению ресурсозависимости. Россия является страной богатой природными ресурсами и не избежала «ресурсного проклятия», согласно которого, страны с высокой долей природного сектора экономики развиваются медленнее, чем те, которые лишены этих благ [2, с. 92].

Куралбаева К. З. и Эйсмонт О. А. в своей статье «Истощение природных ресурсов и долгосрочные перспективы российской экономики» раскрыли особенности ресурсообеспеченности России определив, что в последние годы экспорт природных ресурсов в стране превышает 10% ВВП, что гарантирует положительное сальдо текущего счета. В России данный факт рассматривают с двух сторон. Во-первых, ответственность и вина перед будущим поколением за растраченные невозпроизводимые ресурсы. Во-вторых, обеспеченность природными ресурсами является значительным конкурентным преимуществом страны на мировом рынке, отказаться от использования которых является нерациональным решением в нынешнем положении.

Цель исследования – проведение анализа теоретических и практических исследований ресурсной концепции.

Результаты исследования. В России практически не уделяется внимание проблемам в сфере влияния ресурсозависимости на экономическое развитие страны, в то время как данный вопрос приобретает все большую актуальность на мировой арене.

Его начали изучать еще в 1950-х годах – в период становления экономики развития, как научной дисциплины. Именно в этот период появилась достаточно противоречивая гипотеза о том, что богатство природных ресурсов может способствовать замедлению развития экономики регионов.

В 1970 – 1980 гг. для определения парадоксального явления – падения уровня жизни в странах – экспортерах нефти, английский экономист Р. Аути ввел термин «ресурсное проклятие» [3, с. 68].

На протяжении более чем двух десятилетий после установления «нефтяного эмбарго» в 1974 г. (что поспособствовало стремительному росту цен на нефть) показатель ВВП на душу населения, являющийся определяющим экономическим показателем уровня жизни в странах ОПЕК, снижался в среднем на 1,3% в год. В то время как в остальных развивающихся странах показатель ВВП рос в среднем более чем на 2% в год. Впервые факт более медленного развития стран, которые богаты ресурсами был выявлен в статье Дж. Сакса и Э. Уорнера.

Эконометрическим путем в своей публикации о «проклятии природных ресурсов» при наличии значительного числа контролируемых переменных ученые установили отрицательную статистическую зависимость между богатством природных ресурсов и темпом экономического роста.

Они выявили, что факт более медленного развития стран, которые богаты ресурсами, вполне подтверждается исследованиями в области исторического анализа экономического роста: в XVII в. лишенные ресурсов Нидерланды опередили в развитии Испанию, богатую драгоценными металлами, а в конце XIX – н. XX в. Япония опередила Россию.

Несмотря на проявления «ресурсного проклятия», в экономической практике имеются примеры стран, которые, обладая природными ресурсами, смогли верно ими распорядиться и избежать ресурсозависимости. К таким странам можно отнести США и Ботсвану. В работах Р. Торвика, К. Мене и Х. Мелума отрицательная связь между ресурсным богатством и потенциалом и темпами роста показательна только для стран с низким уровнем развития институтов.

В отечественной практике также наблюдалось проявления данного явления. Е. Т. Гайдар в своем исследовании показал наглядный пример «проклятия природных ресурсов» в истории позднего СССР. В начале 1960-х годов наблюдалось резкое падение уровня жизни населения и массовые забастовки. В середине 1960-х годов новое руководство ввело «косыгинские реформы». Данные реформы были введены с целью повышения эффективности плановой экономики путем повышения стимулов экономических агентов.

Но, не смотря на запланированное повышение уровня жизни населения, в конце 1960-х годов в Западной Сибири, в результате открытия крупных месторождений газа и нефти, была пересмотрена политика реформирования. Свою известность впервые приобрели такие города, как Нижневартовск, Сургут, Нефтеюганск. В советской экономике стали фигурировать нефтедоллары. Именно это событие привело к приостановке реформ, а со временем и к полному их уничтожению.

Термин «проклятие природных ресурсов» имеет разные обозначения, к одному из них можно отнести «голландскую болезнь» – это более широкое понятие, так как источником полученных страной благ является не только увеличение добычи или изменение конъюнктуры рынка природных ресурсов, но и иностранная помощь в виде кредитов, субсидий и т.п. [4, с. 379-380].

Характерные черты проявления «голландской болезни» определены в табл. 1. Она основана на публикациях западных ученых-экономистов в области ресурсозависимости, которые в своих исследованиях практически не рассматривают российскую экономику. Тем не менее, данные таблицы показывают, насколько точно основные характеристики и особенности современной экономики совпадают с определением «голландской болезни» [5, с. 150-152].

Черты проявления «голландской болезни»

Характеристика	Форма проявления
1. Реструктуризация	1.1. Деиндустриализация 1.2. Трудовые ресурсы перемещаются из обрабатывающей промышленности в сектор услуг, строительство и ресурсный сектор. 1.3. Падает объем расходов на научные исследования и опытно-конструкторские разработки.
2. Сдвиг реального обменного курса	2.1. Уменьшение чистого экспорта. 2.2. Протекционизм, как результат высокого реального обменного курса.
3. Вытеснение инвестиций	3.1. Сбережения аккумулируются в иностранной валюте или уходят из страны.
4. Рост реальных зарплат	4. Заработная плата увеличивается, чтобы обеспечить реструктуризацию.
5. Изменчивость	5.1. Неустойчивость источников дохода приводит к циклическим колебаниям, к примеру, в ценах на ресурсы. 5.2. Повышение колебаний обменного курса.
6. Коррупция и борьба за ренту	6.1. Сосредоточение богатств и власти, рост неравенства доходов и повышение бедности, подрыв демократии.
7. Падение качества образования	7.1. Кризис технического образования. 7.2. Уменьшение спроса на человеческие ресурсы. 7.3. Ослабление связи между размером заработной платы и качеством образования.
8. Рост оборонных расходов	8.1. С целью защиты источников дохода увеличиваются расходы на оборону.
9. Ложная уверенность в завтрашнем дне	9.1. Несерьезное отношение к «легкому доходу». 9.2. Рост финансовой зависимости.

Источник: [4]

Естественным этапом в изучении роли богатства природных ресурсов в экономическом развитии является исследование моделей роста с производственными функциями. Рассматриваются функции, имеющие в своем составе природные ресурсы как факторы производства. Одним из центральных направлений классической политэкономии А. Смита и неоклассической экономики Дж. Б. Кларка стало исследование моделей, которые включали три фактора производства – земля с ее недрами, труд и капитал.

В 1984 г. на основе трехфакторной модели с производственной функцией общего вида с постоянной отдачей от масштаба, Бруно изучал краткосрочные и долгосрочные последствия для промышленно развитых стран, а именно повышения цен на сырье и энергоносители.

В 1999 г. Куралбаева К. З. и Эйсмонт О. А. рассмотрели зависимость темпа роста ВВП ресурсоэкспортирующих стран от доли ресурсного сектора в их экономике на основе трех- и двухсекторной моделей.

Гилфасон и Зоega Ситер в 2002 и 2004 гг. исследовали влияние изменения долей факторов на стационарное состояние односекторных моделях с трехфакторными функциями Кобба-Дугласа. В первой из этих работ, в качестве третьего фактора производства рассматривались природные ресурсы, а во второй – человеческий труд (капитал) [6, с. 1-17].

Выводы. На сегодняшний день неясно, в какой степени институциональные проблемы России связаны именно с ресурсным благосостоянием. Проблема «ресурсного проклятия» затруднена и тем, что, кроме ресурсного фактора, на развитие экономики страны влияет и большое множество других факторов, обусловленных продолжительным существованием командно-административной системы, ее падением и характерными особенностями последующего переходного периода. Очевидно, что ресурсное богатство России значительно повлияло на все эти процессы и сыграло в них не последнюю роль.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Карпухина Д. Н. Современное управление / Д. Н. Карпухина, Б. З. Мильнера. — М. : Издатцентр, 2007. — 260 с.
2. Замараева З. П. Ресурсно-потенциальный подход в системе социальной защиты населения / З. П. Замараева. — Пермь : Издатцентр, 2009. — 124 с.
3. Auty R. Resource Abundance and Economic Development / R. Auty. — Oxford : OUP, 2001. — 82 с.
4. Сухенко А. В. «Голландская болезнь» российской экономики и специфика ее проявления / А. В. Сухенко, Э. Н. Семенова // Студенческая наука XXI века. — Чебоксары : ЦНС «Интерактив плюс», 2015. — С. 379–383.
5. Малахова О. А. Голландская болезнь России: миф или угроза? / О. А. Малахова // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы Междунар. науч. конф. — М. : РИОР, 2011. — С. 150–152.
6. Antras P. Is the U.S. aggregate production function Cobb-Douglas? / P. Antras // New estimates of the elasticity of substitution. Contributions to Macroeconomics. — 2004. — Vol. 4. — P. 1–17.

© В.М. Ячменева, Е.М. Педан

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА И УСТОЙЧИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ РЕГИОНА

УДК 630*338

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛЕСОЗАГОТОВИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

FACTORS INFLUENCING EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE LOGGING ENTERPRISES

Безпалько А.Р., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

A.R. Bezpalko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

В статье изложены актуальные проблемы лесного комплекса. Освещены современные трудности лесозаготовительных предприятий. Рассмотрен вопрос влияния экономических санкций на лесозаготовительную промышленность. Вынесены предложения по повышению эффективности деятельности лесозаготовительных предприятий.

Annotation

The article describes the current problems of the forest complex. The modern difficulties of logging enterprises are highlighted. The question of the impact of economic sanctions on the logging industry is considered. Proposals were made to improve the efficiency of logging enterprises.

Ключевые слова: экономическая эффективность, лесозаготовительные предприятия, влияние факторов на экономическую эффективность, экономические санкции.

Keywords: economic efficiency, logging companies, the impact of factors on economic efficiency, economic sanctions.

Введение. Лесозаготовительные предприятия являются единственными и основными поставщиками лесных ресурсов для всего лесоперерабатывающего комплекса страны. Они формируют лесосырьевое обеспечение перерабатывающих предприятий лесного сектора.

Повышение эффективности лесозаготовительного производства является одной из актуальных проблем в современных условиях, и успешное ее

решение дает большие возможности для дальнейшего развития лесного комплекса и экономики страны в целом.

В течении последних 10 лет рентабельность лесозаготовительных предприятий составляет не более 5%. А у некоторых предприятий на протяжении нескольких лет, вообще, наблюдается убыточная деятельность.

Цель исследования. Показать влияние факторов на экономическое положение лесозаготовительных предприятий.

Результаты исследования. Сформулированы основные факторы, влияющие на эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий и рассмотрены варианты по повышению экономической эффективности предприятий лесозаготовительного комплекса.

Экономическая эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий отражает действие многих экономических законов и определяется путем сопоставления результатов и затрат, обусловивших получение этого результата.

Результат работы лесозаготовительного предприятия зависит от таких показателей как объем заготовленных и реализованных лесоматериалов, цен на круглые лесоматериалы и полученной прибыли.

Себестоимость лесопродукции складывается из всей совокупности затрат стадий лесозаготовок: лесосечные работы, вывозка леса, нижнескладские работы. При этом технология лесозаготовок зависит в значительной степени от почвенно-грунтовых и климатических условий, рельефа местности, территориальной разобщенностью отводимых в рубку лесных участков, размеров лесосек. Поэтому даже в рамках одного предприятия лесозаготовительный процесс в разных лесопунктах может существенно отличаться, а, следовательно, различными могут быть состав, структура затрат на производство продукции, объем реализации продукции и эффективность деятельности лесозаготовительного предприятия.

Низкая рентабельность лесозаготовительной промышленности обусловлена многими факторами. Можно выделить несколько следующих факторов, оказывающих влияние на эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий:

Качество лесосечного фонда. Учеными неоднократно затрагивались вопросы об истощении лесосырьевых ресурсов. Наличие огромных лесных территорий, не является гарантом качества лесного фонда, который представлен низкобонитентными лесами и насаждениями с высокой долей лиственных пород. Около 50% площади хвойных пород представлено спелыми и перестойными насаждениями. Но их накопление в основном происходит в удаленных и труднодоступных участках леса, на землях с избыточным увлажнением почвы [2].

Сдерживающим фактором роста эффективной деятельности лесозаготовительных предприятий является недостаточная густота сети лесовозных дорог, определяющая технологическую доступность лесных массивов. В

настоящее время более половины всех лесовозных дорог являются сезонными, что означает большую зависимость объемов лесозаготовок от погодных условий, резкое сокращение вывозки леса в период весенне-осенней распутицы, накапливание древесины на верхних и промежуточных складах, и как следствие потерю части заготовленной древесины из-за отсутствия своевременной вывозки. Расстояние вывозки из года в год увеличивается и на сегодняшний день среднее расстояние вывозки в Европейско-Уральской части составляет 90 км. В России средняя плотность лесных дорог составляет 1,2 км на 1 тыс. га. И если учесть малую плотность лесовозных дорог, то вывозка древесины из труднодоступных районов становится экономически не выгодна. Некоторые лесозаготовительные предприятия за свой счет строят лесные дороги. Стоимость одного погонного километра такой дороги составляет около 3 млн рублей. Развитость транспортной лесной инфраструктуры напрямую влияет на объем заготовленной и вывезенной древесины и как следствие, на прибыль лесозаготовительных предприятий.

Одним из главных факторов роста эффективности лесозаготовительного производства является механизация производственных процессов при проведении лесозаготовок и освоение современных инновационных технологий. Внедрение современных технологий в лесном комплексе невозможно без применения качественной высокопроизводительной техники и оборудования. В настоящее время 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.

На экспорт хвойных лесоматериалов введены квоты. Контроль за квотой осуществляется при помощи лицензии, выдаваемой Министерством промышленности и торговли. При экспорте леса без лицензии экспортная пошлина составляет 80% от стоимости товара, что делает такую реализацию

экономически не целесообразной. Для компаний, имеющих квоту есть возможность получить лицензию при выполнении определённых условий. В этом случае пошлина составит 13% от стоимости лесоматериалов, но объем экспортируемой древесины строго квотируем.

Прямого влияния экономических санкций, устраиваемых западными странами на лесозаготовительные предприятия нет. На поставку лесозаготовительной техники и запасных частей к ней в Россию санкции не наложены. А вот косвенное влияние лесозаготовительные предприятия, как и предприятия других отраслей ощущают в увеличенной ключевой ставке Центрального Банка России, и очень высокой кредитной ставке, которая сводит прибыль лесозаготовительной компании к нулю.

Лесозаготовка как отдельный вид бизнеса не интересна для инвесторов из-за низкой рентабельности, больших бюрократических проблем и низкого качества экономически доступных деленок. Тем не менее, инвестиции в лесозаготовку будут расти со стороны вертикально и горизонтально интегрированных лесопромышленных холдингов, которые будут наращивать своё участие в лесозаготовительной деятельности с целью минимизации рисков лесоснабжения собственных перерабатывающих мощностей [3]. Параллельно с ограничением экспорта круглых лесоматериалов правительство ввело ряд мер по привлечению инвесторов для стимулирования глубокой переработки леса внутри страны. Но строительство «с нуля» нового завода по производству целлюлозы и бумаги мощностью около миллиона тонн обходится в 1-1,5 млрд. евро и окупается в лучшем случае за десять лет. Поэтому основными инвесторами в лесозаготовительную деятельность выступают и будут выступать целлюлозно-бумажные комбинаты как с российским, так и иностранным капиталом. По мере роста потребления древесного сырья и усиления сырьевой конкуренции, российские переработчики круглого сырья будут вынуждены заходить в лесозаготовку, так как это единственный путь повысить сырьевую безопасность производства. Следовательно, приток инвестиций в лесозаготовку будет продолжаться в долгосрочной перспективе, однако, скорее всего, это будут инвестиции с низкой доходностью.

Выводы. Круг очерченных факторов, возникающих в ходе реализации производимых реформ с российским лесным комплексом, влияющих на эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий, возникающих далеко не полон. Проблема заключается еще и в том, что если в начале 2000-х годов происходил быстрый рост производства за счет увеличения использования созданных еще в советские годы производственных мощностей, то теперь этот резерв уже практически полностью исчерпан. Для повышения экономической эффективности лесозаготовительной и лесоперерабатывающей промышленности в отрасли необходимо вводить в строй новые мощности, а они требуют больших финансовых вложений и развитой инфраструктуры.

Повышение эффективности деятельности предприятий лесозаготовительного производства является залогом успешного функционирования всей лесной отрасли в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Приказ Минпромторга РФ N 248, Минсельхоза РФ N 482 от 31.10.2008 «Об утверждении стратегии развития лесного комплекса Российской Федерации на период до 2020 года» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_99108/. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

2. Прогноз развития лесного сектора Российской Федерации до 2030 года. // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных Наций. — 2012. — Режим доступа : <http://www.fao.org/docrep/016/i3020r/i3020r00.pdf>. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

3. Инвестиционные перспективы ЛПК. Будущее и настоящее. // Журнал «Лесной комплекс Сибири». — Режим доступа : <https://lesks.ru/2017/02/investitsionnyie-perspektivy-lpk-budushhee-i-nastoyashhee/>. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

© А.Р. Безпалько

УДК 332.234

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕДРЕВЕСНЫХ ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ НА ПРИМЕРЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

THE STUDY OF REGIONAL PROBLEMS OF THE USE OF NON- TIMBER FOREST RESOURCES BY THE EXAMPLE OF NOVGOROD REGION

Богатова Е.Ю., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

E.Y. Bogatova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

В статье рассматривается проблема эффективности использования недревесных лесных ресурсов на уровне региона и оценивается возможность реформирования лесных отношений в сфере побочного пользования. Проведён опрос населения для определения цели посещения лесов, частоты посещений, готовности к платности сбора растительных ресурсов леса.

Annotation

The article deals with the problem of the effectiveness of the use of non-timber forest resources at the regional level and assesses the possibility of reforming forest relations in the field of collateral management. A population survey was conducted to determine the purpose of forest visits, the frequency of visits, the willingness to pay for the collection of plant resources of the forest.

Ключевые слова: эффективность использования недревесных лесных ресурсов, оценка цели посещения лесов, частота посещений, платность использования растительных ресурсов леса.

Keywords: efficiency of use of non-wood forest resources, assessment of the purpose of visit of the woods, frequency of visits, payment of use of plant resources of the wood.

Введение. Экономическая эффективность использования лесных ресурсов как проблема рассматривается в нашей стране уже не одно десятилетие. Тем не менее существующие подходы и методы оценки до сих пор имеют узкоотраслевое понимание: в основном лишь древесина учитывается как доминирующая часть лесного богатства. Недревесные лесные ресурсы не входят в состав ресурсного потенциала и не рассматриваются как экономический объект, способный приносить дополнительный лесной доход [3]. В нашей стране сложился устойчивый стереотип о «бесплатности и общедоступности» на ресурсы дикоросов. Однако если обратиться к заявленной повсеместно концепции устойчивого управления лесами, целью которой является переход к многоцелевому использованию земель Лесного фонда и разработанным нормативным документам, можно убедиться в необходимости оценки, мониторинга и инвентаризации недревесных лесных ресурсах в регионах [1].

Цель исследования. Особую роль недревесная продукция леса имеет для экономики сельской местности это не только источник дополнительных доходов и обеспечение самозанятости населения, но и ресурсная база для возможного развития перерабатывающей промышленности в регионах, что может помочь экономическому развитию лесных территорий, к которым относится Новгородская область.

Результаты исследования. Леса Новгородской области, находящейся на Северо-Западе РФ, представляют собой уникальные комплексы как с ботанико-географического, экологического, так и хозяйственно-исторического аспекта. Почти вся территория области отнесена к лесопокрытой зоне, площадь земель лесного фонда составляет 75% (4091,7 тыс. га.)

Проходящая по территории области граница южной подзоны тайги и зона хвойно-широколиственных лесов создаёт уникальную ландшафтную неоднородность, что обеспечило большое видовое и типологическое разнообразие лесов. Новгородские леса эксплуатируются уже не одно столетие, однако до сих пор на территории области сохранились коренные ельники и зеленомошные сосняки, плакорные и пойменные дубравы и многоярусные хвойно-широколиственные леса. Даже в своё время академик В.Н. Сукачев описывал многие типы лесов Новгородчины как эталонные.

Традиционно леса Новгородской области богаты грибами, ягодами и лекарственными растениями, так в нижнем ярусе ельников много черники, брусники, кислицы, кустарничковый ярус широколиственных лесов богат жимолостью, орешником, малиной, смородиной, крушиной. Наиболее ценные из грибов – белый гриб, груздь, волнушка, рыжик, подосиновик. Среди лесных и болотных трав, использующихся как лекарственное сырьё можно выделить малину, зверобой, мяту, шиповник, чистотел, донник желтый, одуванчик, тмин и т.д.

Основным сборщиком такого дикорастущего сырья по-прежнему остаётся население, для многих это традиционный вид деятельности направленный в основном на личное потребление, но возникающие экономические проблемы: безработица, низкий прожиточный минимум и т. п. заставляют многих заниматься преждевременным и бесконтрольным сбором в целях дальнейшей реализации продукции на рынке. В области растёт количество индивидуальных предпринимателей и организаций, которые ведут заготовку дикорастущей продукции, при этом большинство из них не оформляют такую деятельность никаким образом и не платят никаких обязательных платежей при этом. Такой неорганизованный и бесконтрольный сбор по мнению учёных в ближайшее время может привести к значительному негативному изменению в растительном покрове. При этом в области почти отсутствуют актуальные данные по объёму сбора недревесных продуктов, контроль осуществляется только по промышленным заготовкам, тогда как личное потребление не оформляется документами [1].

Для решения этой проблемы мы провели анкетирование населения нескольких районов Новгородской области путём опроса, с целью получить ответы на следующие вопросы:

- определить значимость недревесных ресурсов для населения;
- выделить время наибольших антропогенных нагрузок на лесные территории;
- готовность платить за сбор недревесной продукции и рекреационный отдых в лесу [4].

Нами были опрошены 112 человек методом случайной выборки, которая может только частично репрезентовать генеральную совокупность.

Социальная структура опрошенных представлена на рис. 1.

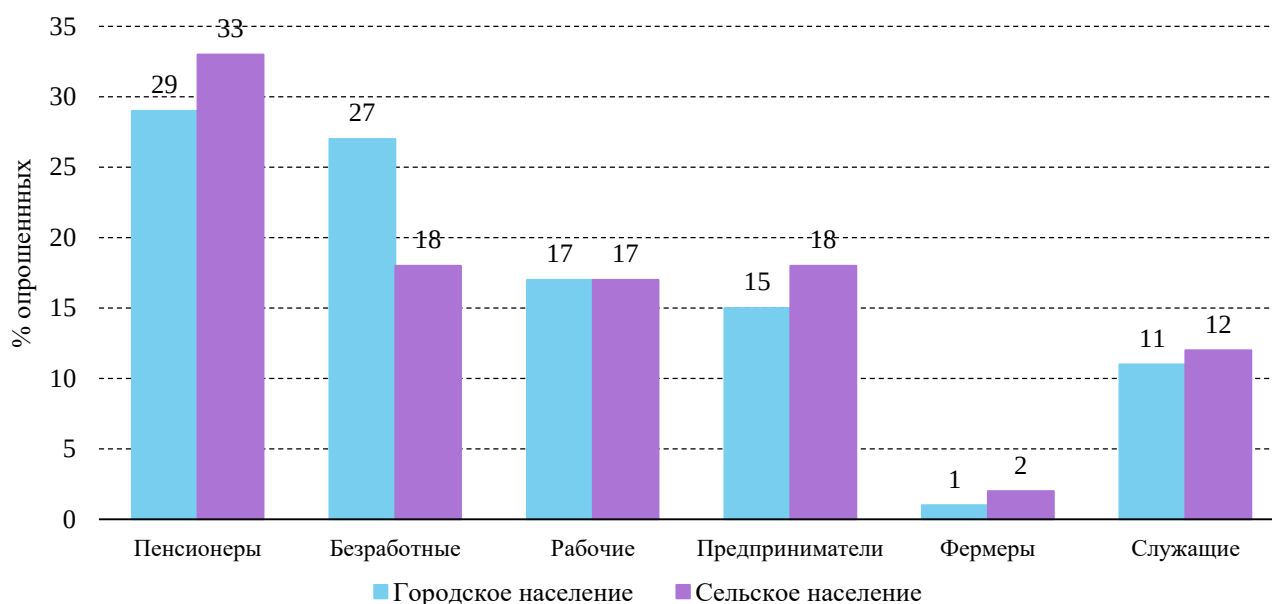


Рис. 1. Социальная структура опрошенных, %
(источник: составлено автором)

Полученные данные подтверждают, что основными сборщиками являются самые незащищённые слои населения: пенсионеры и безработные – это более половины опрошенных: 56% по городскому населению и 51% по сельскому. Самая низкая доля – это фермеры (1 и 2%) и служащие (11 и 12%), следует отметить достаточно высокий процент предпринимателей, что принципиально не меняет картину и позволяет сделать вывод, что сбор ведётся населением с более низким уровнем дохода и благосостояния.

Далее нами проанализирована информация о частоте посещения лесов (табл. 1)

Таблица 1

Информация по частоте посещения лесов среди опрошенных

Частота посещения	Категория населения	Лето, %	Осень, %	Зима, %	Весна, %
Каждый день	город	25,97	5,19	2,59	3,89
	село	42,51	22,7	14,97	19,32
Каждую неделю	город	29,87	16,88	6,37	16,88
	село	27,53	27,53	15,94	18,84
Несколько раз в месяц	город	29,87	48,05	32,46	49,35
	село	22,22	26,57	24,15	29,95
Почти не посещаю	город	11,68	19,48	46,75	22,07
	село	5,79	10,62	28,5	16,42
Нет ответа	город	2,61	10,4	11,71	7,81
	село	1,95	12,58	16,44	15,47

Источник: составлено автором.

Данные позволяют сделать очевидный вывод, что наибольшая частота посещения происходит летом и осенью, причём достаточно велика доля

ежедневных посещений как среди сельских, так и городских жителей. Сельские жители в целом намного чаще посещают леса в течение года, что объясняется близостью лесных массивов и лучшим знанием мест пригодных для сбора.

Далее представлены результаты опроса по цели посещения лесов (рис. 2). Полученные данные свидетельствуют о большей степени потребительского отношения к лесу как источнику «даровых благ» и главная цель посещения – это сбор недревесных лесных ресурсов. В свою очередь следует отметить большее значение рекреационной функции лесов для городского населения, что связано с урбанизацией городской среды в сравнении с сельской местностью, хотя для большинства опрошенных отдых на природе напрямую связан с собирательством.

Учитывая полученные результаты очень интересным становится вопрос о готовности населения платить за собираемые лесные ресурсы, ответы на данный вопрос представлены на рис. 3.

Полученные результаты очень показательны: во-первых, ответы городских и сельских жителей очень различны между собой, во-вторых очевидна ориентация на желаемую бесплатность недревесных ресурсов.

Ответы сельских жителей подтверждают факт их экономической зависимости от растительных даров леса, низкий уровень жизни и социальные проблемы не позволяют им положительно воспринимать дополнительные затраты на сбор.

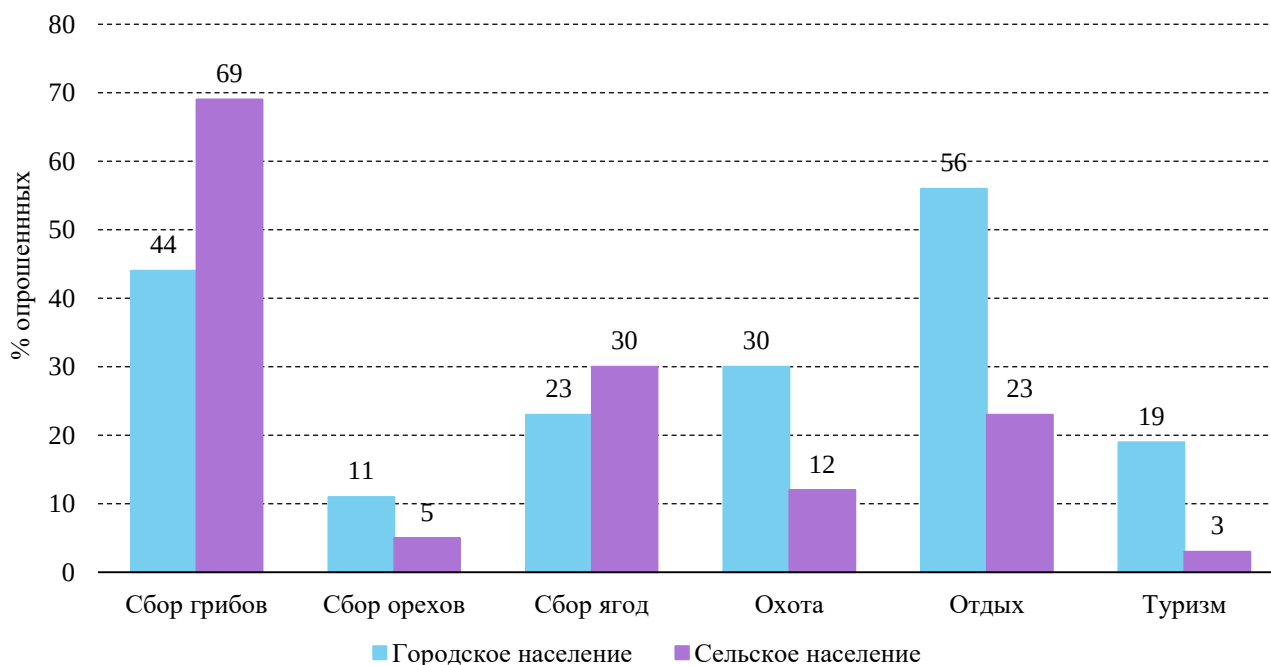


Рис. 2. Основная цель посещения лесов
(источник: составлено автором)

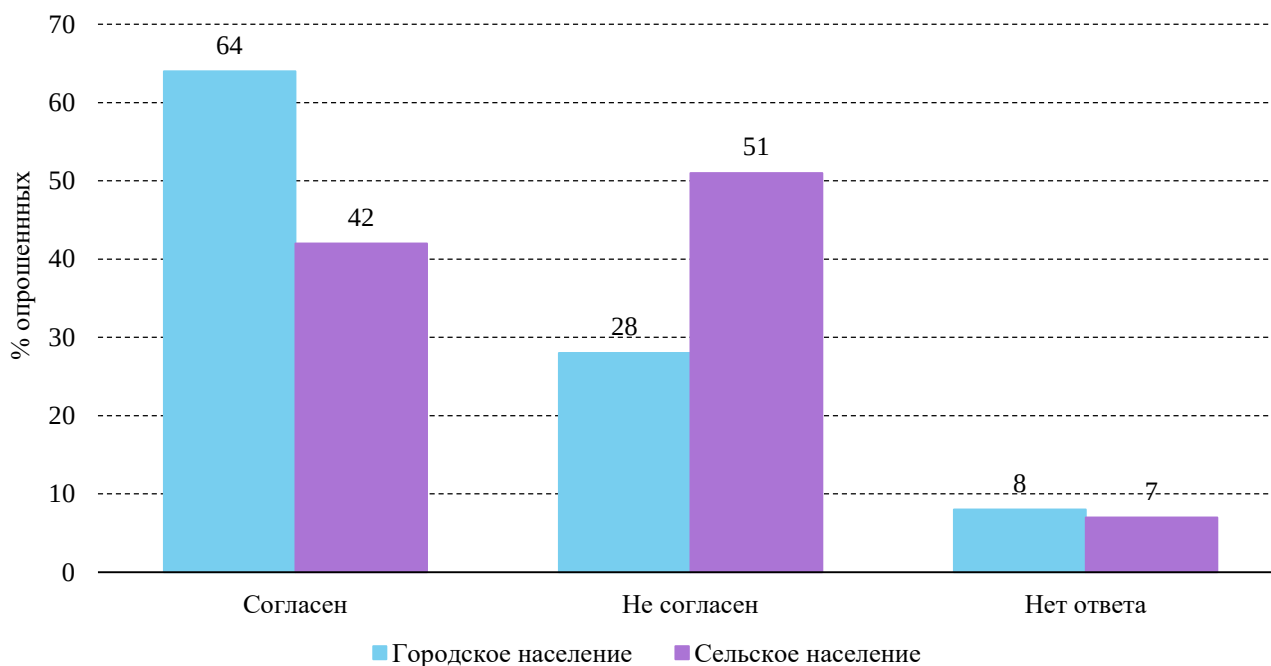


Рис. 3. Готовность респондентов платить за сбор недревесных лесных ресурсов (источник: составлено автором)

Однако такой потребительский менталитет приводит к целому ряду социально-этических проблем, а именно нерациональное отношение к ресурсам как чему-то «даровому», приводит к отсутствию возможности для аккумуляции средств на возобновление ресурсов, их охрану и усиления контроля за ведение лесного хозяйства. В связи с чем мы считаем необходимым реформировать лесные отношения в сфере побочного пользования и определить новый механизм использования недревесных лесных ресурсов экономически выгодный для всех субъектов этих отношений.

Выводы. На сегодняшний день не разработаны основные принципы лесных отношений в области использования недревесных лесных ресурсов, нет утверждённой методики определения размера платы за пользование, нет информации о размерах затрат на воспроизводство, нет системы показателей эффективности использования лесных ресурсов в отдельности и в целом [2]. Новые исследования в этой сфере позволят решить целый комплекс отраслевых задач: выявить экономически привлекательные земли для сбора, определить эффективность использования различных ресурсов по отношению друг к другу, обосновать альтернативное использование лесных земель, оценить эффективность лесохозяйственных мероприятий, стимулировать комплексное использование лесных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Богатова Е. Ю. Методические подходы к оценке экономической доступности лесных ресурсов региона / Е. Ю. Богатова // Вестник развития науки и образования. — 2010. — № 3. — С. 41–44.

2. Богатова Е. Ю. Анализ формирования платы за использование лесов на примере зарубежных стран с интенсивным использованием лесных ресурсов / Е. Ю. Богатова // Вестник Института экономики и управления Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2014. — № 2. — С. 39–43.

3. Лесное хозяйство. Терминологический словарь / Под общ. ред. А. Н. Филипчука. — М. : ВНИИЛМ, 2002. — 480 с.

4. Методология оценки состояния экосистем / Отв. ред. О. М. Кожова, В. В. Воробьев. — Новосибирск : Наука, Сиб. предпр. РАН, 2011. — 127 с

© Е.Ю. Богатова

УДК 330.16

ВИДЫ ПОСЛЕДСТВИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ИЗМЕНЕНИЙ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

IMPACTS OF ENVIRONMENTAL CHANGE IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE REGION

Зименкова Е.Н., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь,
соискатель ФГБУН «Институт проблем рынка РАН»,
г. Москва

E.N. Zimenkova, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol,
Applicant of FSBIS «Institute of Market Problems of
the RAS», Moscow

Аннотация

Статья посвящена исследованию сущности последствий экологических изменений в системе экономической безопасности региона. Проведен анализ существующих интерпретаций понятия «последствие», сформулировано определение понятия «последствия экологических изменений», определены виды последствий экологических изменений.

Annotation

The article is devoted to the study of the nature of the consequences of environmental changes in the system of economic security of the region. The analysis of the existing interpretations of the concept of «consequence», formulated the definition of «effects of environmental changes», defined the types of consequences of environmental changes.

Ключевые слова: экономическая безопасность, экологические изменения, последствия, последствия экологических изменений.

Keywords: economic security, environmental change, impacts, consequences of environmental change.

Введение. По мнению современных ученых изменения являются одной из движущих сил экономики, поэтому их роль в формировании экономической безопасности требует своевременного осмысления и определения степени влияния на достигаемый результат. Особого внимания в связи с беспощадной эксплуатацией окружающей природной среды в целях достижения максимального экономического эффекта заслуживают экологические изменения и их последствия. Именно глубина и степень интеграции экологических факторов в современную экономику позволяют с уверенностью заявить, что любые негативные изменения в состоянии окружающей природной среды и их последствия, обусловленные хозяйственной деятельностью человека, например, истощение почвы, истощение запасов полезных ископаемых, загрязнение атмосферного воздуха, загрязнение сточных вод, техногенные катастрофы различного масштаба отражаются в экономической безопасности. «Недооценка всех функций природного капитала и игнорирование экологического фактора является общим диагнозом традиционных моделей экономики (рыночной, плановой, административно-командной). В экономической системе стоимостной оценке чаще всего подвергаются только функции обеспечения человека природными ресурсами, при этом экологические услуги, как правило, не имеют цены. Это положение является причиной порождения глобальных экологических проблем, экономический ущерб от которых огромен, а в будущем может принять угрожающие размеры» [1, с. 9].

Цель исследования. Целью данной работы является определение сущности и видов последствий экологических изменений в системе экономической безопасности региона.

Результаты исследования. Роль экологических изменений в формировании экономической безопасности отмечена в Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [2], где указано существенное влияние факторов, связанных с истощением ресурсной базы топливно-сырьевых отраслей, глобальным изменением климата, способных вызвать дефицит пресной воды и продовольствия, обострить конкуренцию за доступ к возобновляемым ресурсам, при одновременном признании, что развитие энергосберегающих и «зеленых» технологий, исчерпание экспортно-сырьевой модели экономического развития являются основными

вызовами и угрозами экономической безопасности РФ. В.К. Сенчагов [3], исследуя экономическую безопасность, говорил о природно-климатических условиях, экономико-географическом положении и природно-ресурсном потенциале региона как об основных объективных факторах, оказывающих влияние на социально-экономическую ситуацию. При этом он считал, что «главная задача безопасности региона состоит в стремлении обеспечить обоснованную оценку ресурсных возможностей, определении ожидаемых результатов и прогнозировании последствий» [3, с. 577].

Любые изменения в окружающей природной среде сказываются на экономической безопасности в виде последствий различного масштаба и характера. Поэтому важно определить суть и виды последствий экологических изменений. Для начала определим как трактуется понятие «последствие». Интерпретации данного понятия отражены в табл. 1.

Таблица 1

Интерпретации понятия «последствие»

Источник	Понятие
Философский словарь [4]	то плохое, что следует за неразумной причиной действия вещей: природы, человека, общества.
Современный толковый словарь русского языка Т.Ф. Ефремовой [5]	результат, следствие чего-либо.
Новый объяснительный словарь синонимов русского языка [6, с. 1035]	то, что можно и нужно прогнозировать, предусматривать, часто – предотвращать.
	это не все возможные производные ситуации, а только ситуации, практически значимые при данном положении дел для заинтересованных лиц, для общества или природы.
	чаще всего бывают плохими или, по крайней мере, неизвестно какими;
Словарь технического переводчика [7]	результат события.
	результатом события может быть как одно, так и несколько событий.
	последствия можно ранжировать от позитивных до негативных, но при рассмотрении с позиции безопасности, последствия могут быть только негативными.
	последствия можно ранжировать от позитивных до негативных, но при рассмотрении с позиции безопасности, последствия могут быть только негативными.
Ячменева В.М., Святохо Н.В., Рахманова И.А., Османова З.О. [8, с. 57]	совокупность симптомов имеющих объективно негативный характер изменений объекта рыночной экономики как системы и его элементов, которые возникли во время его деятельности.

Источник: составлено автором

Основываясь на указанных интерпретациях понятия «последствия», можно сделать вывод, что последствия – это результат изменений или свершения событий чаще всего негативного характера.

Исходя из вышеизложенного и рассматривая последствия экологических изменений с позиции экономической безопасности, мы можем сказать, что последствия экологических изменений – это ситуация, сложившаяся в результате произошедших в окружающей природной среде изменений, имеющая чаще всего негативный характер для всех субъектов и объектов экономической безопасности.

Последствия экологических изменений можно разделить на три группы: экономические, экологические и социальные (см. рис. 1).



Рис. 1. Виды последствий экологических изменений в системе экономической безопасности (источник: составлено автором)

Указанным видам последствий присущ трансграничный характер. Это значит, что, проявляясь и оказывая влияние на одну из сфер, последствия экологических изменений оказывают влияние и на другую. Например, истощение запасов природных ресурсов приводит к сокращению производственной деятельности, а, следовательно, к сокращению рабочих мест и потерям от недопроизводства. Сокращение рабочих мест, в свою очередь, приведет к росту безработицы и снижению уровня жизни населения. Потери, связанные с недопроизводством, в конечном итоге, приведут к снижению уровня ВВП. Такие логические цепочки могут быть самыми разными в зависимости от возникающей ситуации. Неизменным является воздействие экологиче-

ских изменений на социальную и экономическую сферы деятельности человека и проявление последствий экологических изменений в указанных сферах.

В системе экономической безопасности региона в качестве последствий экологических изменений можно выделить: снижение темпов экономического роста; потери, возникающие из-за недополучения или потери продукции сельского и лесного хозяйства, рыболовной отрасли и т.д.; потери и недопроизводство, вызванные снижением количества ресурсов, которые можно использовать в качестве сырья, топлива, материалов, источников энергии т.д.; рост расходов на медицинское обслуживание населения и социальные программы в связи с повышением уровня заболеваемости трудоспособного населения; дополнительные затраты в связи с сокращением срока службы зданий и сооружений из-за неблагоприятных экологических условий; расходы на ликвидацию последствий стихийных бедствий и природных катастроф (восстановление производств и разрушенных территорий); расходы на ликвидацию последствий военных конфликтов, приведших к различного рода нарушениям состояния природной среды; расходы на ликвидацию последствий террористических актов, приведших к различного рода нарушениям состояния природной среды; снижение объемов ВРП и т. д.

Выводы. Без снижения нагрузки на природную среду, рационального использования природных ресурсов, внедрения новых экологически чистых технологий производства, контроля за состоянием окружающей природной среды и стимуляции природоохранных мероприятий невозможно сохранение и повышение существующего уровня экономического благосостояния региона, что подчеркивает необходимость анализа, учета и прогнозирования проявлений последствий экологических изменений в системе экономической безопасности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Эколого-экономическая безопасность : учеб. пособие / И. С. Белик, Л. А. Бурмакина, К. А. Выварец, Н. В. Стародубец ; под науч. ред. проф. И. С. Белик. — Екатеринбург : УрФУ, 2015. — 224 с.
2. Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 г. // Администрация Президента России. — Режим доступа : <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41921/page/1>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.
3. Экономическая безопасность России: общий курс : учебник / Под ред. В. К. Сенчагова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2017. — 815 с.

4. Философский словарь // Онлайн словари и энциклопедии в электронном виде. — Режим доступа : <http://slovariki.org/filosofskij-slovar/9776>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

5. Современный толковый словарь русского языка Т. Ф. Ефремовой // Сборник электронных толковых словарей. — Режим доступа : <http://slovorus.ru/index.php?ID=155958&pg=222&w=%CF%CE%D1%CB%C5%C4%D1%D2%C2%C8%C5&s=%CF&a=>. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

6. Новый объяснительный словарь синонимов русского языка. Второе издание, исправленное и дополненное. / В. Ю. Апресян, Ю. Д. Апресян, Е. Э. Бабаева и др. — М. : Вена : Языки славянской культуры : Венский славистический альманах, 2004. — 1488 с.

7. Словарь технического переводчика // Словари и энциклопедии на Академике. — Режим доступа : https://technical_translator_dictionary.academic.ru/181562. — Дата доступа : 30 марта 2018 г.

8. Изменения в деятельности предприятия: оценка негативных последствий послеинвестиционного периода / В. М. Ячmeneва, Н. В. Святохо, И. А. Рахманная, З. О. Османова. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2015. — 280 с.

© Е.Н. Зименкова

УДК 630*9

ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ РЕГИОНА

INDICATORS OF ASSESSMENT OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF NATURAL RESOURCES OF THE REGION

Каткова Т.Е., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

T.E. Katkova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

На основе системного подхода представлены показатели эффективности управления природными ресурсами, а именно лесными ресурсами. Оценка эффективности лесоправления в РФ на национальном и региональном уровнях основана на ресурсном подходе, не учитывает все экосистемные услуги лесов.

Annotation

On the basis of system approach indicators of effective management of natural resources, namely forest resources are presented. Assessment of effective forest management in the Russian Federation at the national and regional levels is based on resource approach, doesn't consider all ecosystem services of the woods.

Ключевые слова: природные ресурсы, лесные экосистемы, эффективность, лесоуправление.

Keywords: natural resources, forest ecosystems, efficiency, forest management.

Введение. Среди природных ресурсов лесным ресурсам отводится важнейшая роль, так как леса оказывают многочисленные экосистемные услуги: ресурсообеспечивающие, регулирующие, культурные, поддерживающие услуги. Качество жизни людей зависит от окружающей природной среды, важнейшей составляющей которой являются леса. В настоящее время усиливается многостороннее значение лесных экосистем в устойчивом развитии общества, поддержании экологического баланса на планете. Лесные экосистемы – один из глобальных факторов, обеспечивающих качество жизни человечества. Происходящие деградация лесных экосистем, нежелательная смена древесных пород усиливают актуальность повышения эффективности управления лесными ресурсами региона.

В развитие теории и методологии эколого-экономической оценки лесов, эффективности лесоуправления внесли вклад П. Т. Воронков [1], Н. И. Кожухов [2], Н. А. Моисеев [3], К. Г. Гофман и А. А. Гусев [4], В. Н. Петров [5] и другие.

Сравнительный анализ подходов к определению экономической ценности экосистемных услуг и биоразнообразия на региональном уровне представлен в международных исследованиях [6; 7].

Однако, не все вопросы оценки эффективности управления природными ресурсами являются достаточно изученными и разработанными, особенно с учетом региональных особенностей.

Целью исследования является обобщение и систематизация показателей оценки эффективности управления природными ресурсами региона на примере лесных ресурсов.

Результаты исследования. Эффективность управления природными ресурсами предполагает соизмерение разновременных результатов и затрат собственника ресурсов, то есть категория «эффективность» управленческих решений основана на сопоставлении понесенных ранее издержек с полученными в настоящее время результатами. Критерием эффективности может быть экономический, социальный, экологический эффект при сопоставлении с затратами на его достижение или предотвращение убытков.

Особенности оценки эффективности государственного лесоуправления в РФ определяются доминированием государственной (федеральной)

собственности на земли лесного фонда и децентрализованной формой лесопользования. Децентрализация в управлении лесами находит свое выражение в передаче части полномочий собственника (Российской Федерации) по управлению лесами субъектам РФ. При этом субъекты РФ получают субвенции из федерального бюджета на осуществление таких полномочий.

Считается, что эффективность управления лесами, независимо от формы собственности, определяется получением максимального чистого дохода от использования лесов.

На протяжении последних пятнадцати лет затраты на лесное хозяйство у государства больше, чем результаты, в виде поступлений от лесопользования (налогов, сборов и иных платежей), что показывает низкую эффективность лесопользования и доходность лесопользования.

Отношение доходов от использования лесов к расходам на лесное хозяйство можно выразить коэффициентом эффективности управления.

Коэффициент эффективности управления можно определить относительно субвенций из федерального бюджета как отношение объема платежей от использования лесных ресурсов в бюджетную систему Российской Федерации, уменьшенную на сумму недоимок, к объему бюджетных средств, выделенных на лесопользование и ведение лесного хозяйства.

Коэффициент эффективности управления можно определить относительно бюджетных средств субъекта федерации как отношение объема платежей от использования лесных ресурсов в бюджетную систему субъектов федерации, уменьшенную на сумму недоимок, к объему бюджетных средств субъекта федерации, выделенных на лесопользование и ведение лесного хозяйства.

Недоимки оказывают значительное влияние на поступление в бюджеты платежей за пользование лесными участками. Причины появления недоимок различны, но отчасти – это следствие управленческой деятельности. По величине недоимок можно косвенно оценить эффективность лесопользования в субъекте.

Все регионы по степени эффективности управления можно ранжировать следующим образом:

- убыточные: коэффициент эффективности управления < 0 ;
 - малоэффективные: $0,1 < \text{коэффициент эффективности управления} < 0,5$;
 - эффективные: $0,5 < \text{коэффициент эффективности управления} < 1,0$;
 - высокоэффективные: коэффициент эффективности управления $> 1,0$
- [5]. В этом случае регионы имеют определенные преимущества, обусловленные, как правило, наличием дифференциальной ренты по местоположению и плодородию.

Вышеизложенный методологический подход может быть применим и к другим природным ресурсам.

Оценивая экономическую эффективность, необходимо учитывать, что при принятии хозяйственных решений экономического анализа поступлений и расходов недостаточно, необходимо принимать во внимание изменение во времени стоимости инвестиционных активов, к числу которых относится лесной участок со всеми полезностями и произведенными неотделимыми улучшениями, например, создание лесной инфраструктуры. По оценкам зарубежных исследователей, инвестиции в лесной участок приносят низкий доход, но он является стабильным по сравнению с доходами от других видов инвестиций (например, вложений в ценные бумаги и другими) [6; 7].

Выводы. В России собственник на ресурсы лесов (государство) формирует экономические отношения с промышленными предприятиями, основываясь на экономико-административных инструментах. Экономическая эффективность таких отношений – отрицательная, государственные затраты на лесное хозяйство больше, чем поступления от лесопользования (налоги, сборы и иные платежи).

Особенности оценки эффективности лесопользования определяются тем, что лес является экосистемой.

К сожалению, применяемые отечественные методы управления лесопользованием основаны главным образом на ресурсном подходе, ориентированы на монетарные задачи и не учитывают при этом многообразие экосистемных услуг.

При определении эффективности лесопользования на национальном, региональном уровнях в России не оцениваются экосистемные услуги лесов, а, следовательно, не определяется общая экологическая эффективность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Воронков П. Т. Платежи за лесные ресурсы в XXI веке / П. Т. Воронков // Лесной экономический вестник. — 2000. — № 4. — С. 33–34.
2. Кожухов Н. И. Устойчивое управление лесным сектором экономики России в контексте современных проблем / Н. И. Кожухов // Лесной вестник. — 1998. — № 3 (4). — С. 18–25.
3. Моисеев Н. А. Как хозяйствовать в лесах многоцелевого значения / Н. А. Моисеев // Лесное хозяйство. — 1993. — № 6. — С. 5–9.
4. Охрана окружающей среды (Модели управления чистотой природной среды): монография / ред. К. Г. Гофман, А. А. Гусев. — М. : Экономика, 1977. — 230 с.
5. Петров В. Н. Экономико-правовое содержание лесных отношений и проблема оценки их эффективности / В. Н. Петров // Лесное хозяйство. — 2013. — № 1. — С. 24–29.
6. Haines-Young R. H., Potschin M. B. Methodologies for defining and assessing ecosystem services. Final Report, JNCC, Project Code C08-0170-0062,

2009. — 69 p. — Режим доступа : http://www.nottingham.ac.uk/cem/pdf/JNCC_Review_Final_051109.pdf. — Дата доступа : 10 марта 2017 г.

7. TEEB — The Economics of Ecosystems and Biodiversity for Local and Regional Policy Makers. — 2010. — 210 p. — Режим доступа : http://www.teebweb.org/media/2010/09/TEEB_D2_Local_Policy-Makers_Report-Eng.pdf. — Дата доступа : 10 марта 2018 г.

© Т.Е. Каткова

УДК 630*624.4

ПРОБЛЕМА УЧЕТА ЛЕСНЫХ ЭКОСИСТЕМНЫХ УСЛУГ В ЛЕСНОМ ПЛАНИРОВАНИИ

THE PROBLEM OF FOREST ECOSYSTEM SERVICES IN FORESTRY PLANNING

Петров В.Н., д.э.н., профессор,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

V.N. Petrov,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

Обосновывается идея перехода от ресурсно-ориентированного планирования в лесном хозяйстве к экосистемному, для территорий с высокой природоохранной ценностью.

Annotation

The idea of the transition from resource-oriented planning in forestry to ecosystem-oriented planning, for territories with high conservation value.

Ключевые слова: лесное планирование, лесные ресурсы, лесное законодательство, лесоуправление, экосистемные услуги лесов.

Keywords: forest plans, forest resources, forest legislation, forest management, forest ecosystem services.

Введение. Лес является самовоспроизводящейся экологической системой, в которой единичный цикл биологического производства длится нескольких десятков лет. Длительность биологического производства объективно требует наличия долгосрочного планирования в лесном хозяйстве.

Человек периодически вмешивается в естественный ход роста насаждений, пытаясь адаптировать свои действия к законам природы.

Но это требование выполняется не всегда даже теоретически, а на практике, современное лесное планирование не учитывает ни законов развития лесонасаждений, ни специфики регионов. Единая система лесного законодательства и управления природопользованием (в основном лесопользованием), основана на ресурсном подходе, ориентирована в основном на стоимостные показатели от заготовки древесины. Такое положение объясняется бытующим общественным сознанием о бесплатности лесных ресурсов и трудностью оценки невесомых полезностей лесов.

Зарубежная практика лесного планирования говорит о дифференцированном, региональном подходе к использованию и сохранению лесных ресурсов, однако стоимостная оценка невесомых полезностей на практике не производится.

Единое, шаблонное, ресурсное управление лесами нашей страны может нанести непоправимый ущерб отдельным региональным экосистемам, важными элементами которых являются защитные леса, особо охраняемые природные территории, ландшафтные природные парки, природные заказники, заповедники, памятники природы и пр. К таким регионам, с высокой природоохранной ценностью, относится Республика Крым. Это уникальная природная территория, требующая индивидуального подхода к правовому регулированию лесных отношений и лесному планированию по сохранению и использованию природных ресурсов.

Цель исследования – обоснование дифференцированного подхода в лесном планировании, основанного на функциональном назначении лесов в регионе.

Результаты исследования. Изучение специальной литературы по лесному хозяйству, знакомство с практикой лесного планирования, позволило сделать вывод о значительном расхождении между результатами теоретических исследований и практикой их реализации.

Суть расхождений заключается в том, что научные исследователи все убедительнее доказывают значение так называемых невесомых полезностей лесов и необходимости их оценки, а органы государственной власти в области управления лесами используют исключительно ресурсный подход в лесном планировании, ставя во главу угла освоение лесов.

Концентрированным выражением ресурсного подхода в лесном планировании является расчетная лесосека – обоснованный годовой объем заготовки древесины в м³.

Освоение расчетной лесосеки никак не связано с оценкой последствий для оставшихся компонентов лесной экологической системы: животного мира, микроорганизмов, земли и пр.

Расчетная лесосека – это показатель оккупационного способа освоения лесов.

Доказательством такого подхода является лесной план Республики Крым, который не является исключением и имеет ярко выраженную ресурсную направленность.

Практически все его три раздела посвящены освоению лесов:

- характеристика состояния лесов и их использования (возрасты рубок основных лесообразующих пород по лесным районам Республики Крым, характеристика лесосырьевого потенциала и его использования, определение потребности общества в лесах и лесных ресурсах),

- основные направления использования, охраны, защиты и воспроизводства лесов (показатели использования лесов – планируемые объемы использования лесов по видам использования, основные направления деятельности и перечень мероприятий по осуществлению эффективного использования лесов, охрана лесов от пожаров, защита от вредителей и болезней),

- оценка экономической эффективности реализации мероприятий по осуществлению планируемого освоения лесов (финансово-экономическое обоснование мероприятий по осуществлению планируемого освоения лесов, прогнозируемое поступление доходов от использования лесов по видам их использования и др.).

Согласно лесному законодательству лесной план составляется до десяти лет, применительно к Республике Крым, – до 2027 года.

Абсолютно точно такие же разделы содержатся в лесном плане Республики Саха (Якутия), территория которой находится в пределах трёх часовых поясов, а площадь земель лесного фонда в 882 раза больше площади земель лесного фонда Республики Крым (256102,7 тыс. га и 290,3 тыс. га соответственно). Площадь одного якутского Жиганского лесничества (52,5 млн. га.) более чем в тысячу раз больше площади самого большого по площади крымского Симферопольского лесничества (39,2 тыс. га).

Такие разные количественные показатели говорят о недопустимости шаблонного подхода к лесному планированию.

Для малолесных регионов, имеющих леса высокой природоохранной ценности, необходима система планирования, ориентированная на экологическую составляющую этих лесов. Для малолесных регионов допустима система планирования, основанная на ресурсном подходе, но с обязательным учетом остальных функций лесов.

Лесное планирование с учетом различных функций лесов, не является чем-то новым для отечественного лесного хозяйства. В истории развития лесного хозяйства лес всегда рассматривался как многофункциональная живая, динамическая система, как угодье со всеми его многочисленными полезностями.

Беря за основу труды отечественных ученых и недавний коллективный труд зарубежных коллег: «Оценка экосистемных услуг на пороге тысячелетия» [1; 3], мы видим, что во всех четырех экосистемных услугах основным экообразующим элементом выступают леса.

Однако, если рассмотреть экосистемные услуги с точки зрения целевых показателей по практическому государственному управлению лесами, то не все услуги могут стать предметом лесного планирования, т.к. некоторые из них не могут быть точно измеримы и оценены (табл. 1)

Таблица 1

Возможность оценки экосистемных услуг в лесном планировании

Показатель	Экосистемные услуги			
	ресурсные	регулирующие	культурные	поддерживающие
Конкретность	+	-	+	+
Измеримость	+	-	-	-
Достижимость	+	-	+	+
Значимость	+	+	+	+

Примечание: (+) означает возможность практического измерения и стоимостной оценки, (+ -) означает определенные трудности в измерении и оценке и (-) означает отсутствие возможности измерения и оценки.

Источник: [2].

Отечественная и зарубежная теория оценки невесомых полезностей лесов пока не может дать практике управления пригодные для повседневной деятельности показатели лесного планирования.

Основная сложность перехода к экосистемному лесному планированию лежит не в экономической организации лесного хозяйства, а в психологической плоскости, в изменении парадигмы мышления.

Изменение парадигмы мышления необходимо, прежде всего, у молодого поколения: школьников и студентов. Необходимо системное экологическое воспитание молодежи, введение в федеральные образовательные стандарты лесных вузов таких дисциплин как лесная политика, экологическое и лесное право, экономика природопользования, лесная педагогика и др. Подобное предложение относится не только к ВУЗам, необходимо срочно вводить в структуру государственного управления лесами на всех уровнях подразделения, отвечающие за пропаганду знаний о жизни лесов, за межведомственные связи.

Объектом лесного планирования на практике должен стать лес как уголье со всеми его функциями: сырьевой, защитной и рекреационной.

Исходя из вышеизложенных суждений, можно предложить новую структуру лесного плана региона, комплексно учитывающего основные функции лесов:

– сырьевая функция лесов: качественная и количественная характеристика хозяйственных лесов региона и показатели их использования по видам;

– защитная функция лесов: леса и почвы, леса и воздух, леса и водный режим, деревья и другие компоненты окружающей лесной экосистемы и др.;

– рекреационная функция лесов: сохранение ландшафта, памятники природы, возможности отдыха населения и др.

Система лесного картирования должна быть дополнена тематическими картами, с разбивкой территории на функциональные зоны. Система зонирования территории должна быть научно обоснована и закреплена лесным законодательством.

Выводы. Проведенные исследования кафедры лесной политики, экономики и управления СПбГЛТУ имени С.М. Кирова позволяют сделать выводы о необходимости дифференцированного подхода к лесному планированию в регионах. Для регионов с высокой природоохранной ценностью необходима система лесных планов, основанная на детальном учете защитных и рекреационных функций лесов и их сохранении для настоящего и будущих поколений.

Для практической реализации выдвинутого предложения необходимо изменить систему существующего лесного законодательства, в котором практически все полномочия в области лесных отношений сконцентрированы на федеральном уровне, а регионам переданы полномочия, не оказывающие существенного влияния на использование и сохранение лесных ресурсов.

Переход к лесному планированию, основанный на функциональном назначении лесов, предполагает изменение системы лесного законодательства, в которой основные лесные полномочия будут находиться на уровне регионов, а на федеральном останутся лишь рамочные законодательные нормы, регулирующие лесные отношения.

Подобное предложение покажет мировому лесному сообществу реальные изменения подхода при обращении с лесами в Российской Федерации, позволяющего увидеть за кубометрами древостоя лесную экосистему.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бобылев С. Н. Экосистемные услуги и экономика / С. Н. Бобылев, В. М. Захаров. — М. : ООО «Типография ЛЕВКО», Институт устойчивого развития / Центр экологической политики России, 2009. — 72 с.

2. Петров В. Н. Экосистемный подход к лесному планированию / В. Н. Петров // Леспротинформ. — 2014. — № 1 (99). — С. 22–24.

3. Millennium Ecosystem Assessment. Ecosystems and Human Well-being: Synthesis Report. — Washington, Covelo, London, 2005. — 236 p.

© В.Н. Петров

**АДМИНИСТРАТИВНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА ЛЕСНЫЕ
РЕСУРСЫ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

**ADMINISTRATIVE PRICING OF FOREST RESOURCES
IN A MARKET ECONOMY**

Петров В.Н., д.э.н., профессор,
Филинова И.В., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

V.N. Petrov,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
I.V. Filinova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

Административное ценообразование на лесные ресурсы, при отсутствии точных данных о их количественном и качественном составе приводит к занижению стоимости лесных ресурсов и снижению поступлений арендных платежей в бюджет.

Annotation

Administrative pricing of forest resources, in the absence of accurate data on their quantitative and qualitative composition, leads to underestimation of the value of forest resources and reduction of rental payments to the budget.

Ключевые слова: цена, лес, лесное хозяйство, лесной бизнес, государство, лесная собственность.

Keywords: price, forest, forestry, forest business, state, forest property.

Введение. Лесное хозяйство находится в самом начале экономико-технологических связей всех видов деятельности, составляющих лесной сектор экономики страны.

В свою очередь основу экономических отношений лесного хозяйства составляет собственность на леса. Леса, произрастающие на землях лесного фонда, находятся в собственности Российской Федерации и занимают около 70% всей территории страны.

Огромный лесной потенциал, со всеми многочисленными полезностями, экономически не оценен, достоверных данных о его качественном и

количественном составе не имеется. Часть объёмов заготовки многочисленных лесных полезностей (дикоросы, древесина, продукты охоты и др.) находится за рамками правового поля и официально не учитывается.

На протяжении десятилетий собственник лесных ресурсов директивно устанавливал корневые расценки, не учитывая изменение рыночных условий в лесном секторе. В настоящее время экономическая основа ценообразования леса на корню по своей сути осталась прежней. Изменилась лишь форма отношений между собственником лесов и частным бизнесом.

Таким образом, цена за лесной ресурс, образованная в начале этой цепочки, оказывает влияние на экономику всех оставшихся перерабатывающих и сопутствующих переработке производств.

Цель исследования. Провести анализ экономического содержания цены леса на корню в условиях государственной собственности на леса.

Результаты исследования. Многие процессы ценообразования в лесном хозяйстве России унаследования черты плановой экономики, а некоторые содержат элементы, оставшиеся без принципиальных изменений. К таким элементам можно отнести нормативное ценообразование на все работы лесного хозяйства, формирование начальной стоимости леса на корню.

Начальная стоимость леса на корню, находящегося в государственной собственности, зависит не только от законов спроса и предложения, она тесно связана с целевыми установками государственной лесной политики, установленными правами пользования лесными ресурсами, пополняемостью государственного бюджета и др. [1].

Согласно Лесному кодексу РФ лесные участки, находящиеся в составе земель лесного фонда, не могут находиться в частной собственности, они могут предоставляться лесному бизнесу только в пользование с максимальным сроком до 49 лет.

Таким образом речь идет не о реальной стоимости изымаемого лесного ресурса, а о стоимости права пользования этим ресурсом, что не одно и то же. Древостой не имеет рыночной стоимости до момента отделения его от корня, его стоимость никак не учитывается в экономической и бухгалтерской отчетности государственных лесничеств. Лишь после отделения дерева от корня древесина становится объектом рыночных отношений и получает реальную рыночную цену. Лесной ресурс, до момента его изъятия, не получает реальной экономической оценки.

Лесной участок можно получить частному бизнесу в пользование по результатам аукциона или конкурса. Основным и единственным критерием аукциона, для государственных органов управления лесами, является максимальная надбавка к стартовой цене, которую предложил участник аукциона. Максимальная цена будет являться арендной платой за право пользования лесным участком на протяжении всего срока пользования.

Лесной конкурс отличается от аукциона тем, что государственные органы управления лесами будут принимать решение о предоставлении лес-

ного участка в пользование учитывая не только предложенную лесным бизнесом цену, но и наличие производственных мощностей по переработке древесины. Причем перечень видов перерабатывающих производств устанавливается также директивным путем.

За право пользования лесами лесной бизнес обязан каждый год платить арендную плату.

Арендная плата по своему содержанию состоит из трех частей.

Первая часть – начальная федеральная цена, дифференцированная для всех лесов страны (руб./кубометр), устанавливается административным путем Правительством Российской Федерации.

Вторая часть – региональная цена, которая получается путем увеличения начальной федеральной цены на единый повышающий региональный коэффициент. Этот коэффициент может устанавливаться также административным путем правительством субъекта Российской Федерации для лесов соответствующего региона.

Третья часть – рыночная цена, которая получается путем увеличения региональной цены по результатам проведения аукциона или конкурса. Аукционы по продаже права пользования организуют региональные органы управления лесами.

Участник аукциона, который предложил максимальную цену за право пользования, признается победителем и с ним заключается договор аренды лесного участка до 49 лет.

Надо заметить, что средняя величина арендной платы в России в 2016 г. составила около 60 руб./кубометр.

Максимальная цена за право пользования, умноженная на ежегодный объем расчетной лесосеки – это и есть ежегодная сумма арендной платы арендатора лесного участка, которая поступает в бюджеты различных уровней. Анализ показал, что сумма поступлений почти в два раза меньше суммы расходов на государственное управление лесами.

Термин расчетная лесосека был заимствован у немецкого лесного хозяйства и введен впервые в России лесоустроительной инструкцией от 1911 года.

До сегодняшнего дня этот термин применяется в лесном законодательстве России. Расчетная лесосека для всех лесов России за последние годы составляет около 700 млн. куб. м. в год. Но это только теоретически возможный объем заготовки, в действительности реально доступных лесных ресурсов меньше, реальный объем составляет около 300 млн. куб. м.

Достоверность информации о лесах России и расчетной лесосеке очень низкая. Это объясняется снижением объема работ по лесоустройству и использованием имеющейся устаревшей лесоустроительной информации в текущей деятельности государственных органов управления лесами.

Так, по данным статистического сборника (Государственный лесной реестр, 2014 г.) на 01.01.2014 только 24% лесов имеют материалы лесо-

устройства со сроком давности до 10 лет, 16% лесов имеют материалы лесоустройства со сроком давности от 10 до 15 лет, 20% имеют материалы лесоустройства со сроком давности от 16 до 20 лет и 40% со сроком давности 21 год и более.

Расчетная лесосека устанавливается при лесоустройстве по принципу от частного к общему: от каждого лесничества до всех лесов России в целом.

Расчетная лесосека определяет допустимый ежегодный объем изъятия древесины в эксплуатационных и защитных лесах по каждому лесничеству.

Лесной кодекс Росси запрещает арендаторам заготавливать древесину в объеме, превышающем расчетную лесосеку (допустимый объем изъятия древесины), а также с нарушением возрастов рубок.

Возрасты рубок, порядок исчисления расчетной лесосеки, устанавливаются Министерством природных ресурсов России. Но проведение лесоустройства разрешено любым предпринимательским структурам, этот вид деятельности не лицензируется. Материалы лесоустройства утверждаются региональными государственными органами управления лесами.

Расчетная лесосека устанавливается на срок действия лесохозяйственного регламента лесничества (до 10 лет).

Так как денег на лесоустройство у государства не хватает, поэтому лесоустройство заказывают сами арендаторы за свой счет у сторонних организаций. Но материалы лесоустройства утверждаются региональными государственными органами управления лесами.

Договора аренды лесных участков могут заключаться до 49 лет, при этом после очередного лесоустройства происходит уточнение расчетной лесосеки в договорах аренды и соответственно ежегодной суммы арендной платы.

Ежегодная сумма арендной платы делится на три части: первая часть направляется арендатором в федеральный бюджет, вторая и третья части направляются в региональный бюджет.

В каждом договоре аренды лесного участка указано, что Правительство Российской Федерации в одностороннем порядке имеет право ежегодно повышать начальную федеральную цену.

Ежегодное повышение начальной федеральной цены происходит на единые повышающие коэффициенты, которые централизованно устанавливает Правительство России для всех лесов страны по отношению к цене 2007 года.

В постановлении федерального Правительства указывается конкретное значение повышающих коэффициентов. Согласно последнему постановлению федерального Правительства, ставки платы за заготовку древесины в 2018 году будут применяться с коэффициентом 2,17, в 2019 году – с коэффициентом 2,38 и в 2020 году – с коэффициентом 2,62 [2].

Хотя ранее, в 2016 году постановлением Правительства России [3] были установлены иные, более низкие коэффициенты: для 2018 года – коэффициент 1,58, для 2019 года – коэффициент 1,65.

Такая непоследовательность и непредсказуемость государственной власти повышает риск для лесного бизнеса, не дает возможности планировать лесную экономику, повышает затраты при заготовке древесины.

Таким образом, с 2018 года начальная федеральная цена увеличивается на 44% по сравнению с текущим годом и будет составлять в среднем по России 86,5 руб./кубометр.

При этом никакой финансовой поддержки лесного бизнеса или снижения других налогов со стороны государства в следующем году не планируется.

Выводы. В условиях монопольной собственности государства на леса существует единая схема ценообразования на лесные ресурсы. Такая схема представляет собой экономический симбиоз, в котором соединяются элементы плановой и рыночной экономики. Подобная форма взаимоотношений не может быть одновременно эффективной для малолесных и многолесных регионов страны, и взаимовыгодной для основных участников лесных отношений – государства и бизнеса.

Монопольное установление начальной цены на лесные ресурсы, в условиях, когда собственник лесов не располагает точными данными о количественном и качественном составе лесных ресурсов, на практике приводит к неточностям при предоставлении лесных участков в пользование, занижению реальной стоимости лесных ресурсов и снижению поступлений арендных платежей в бюджетную систему.

Директивно устанавливаемая начальная цена леса корню Правительством РФ по своему экономическому содержанию представляет собой абсолютную ренту собственника лесов.

Отсутствие мониторинга затрат лесозаготовительных предприятий, достоверных сведений о рыночных ценах на продукты переработки древесины снижают эффективность государственного управления лесным сектором.

Для преодоления негативных тенденций необходима достоверная информация о лесных ресурсах, установление двух видов платежей: разовый платеж за право пользования (устанавливается на аукционе) и периодический за само пользование (устанавливается дифференцированно в зависимости от рыночных цен на круглую древесину).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Петров В. Н. Новая экономическая политика в лесном хозяйстве России / В. Н. Петров // Леспроминформ. — 2016. — № 7 (121). — С. 18–25.
2. Постановление Правительства РФ от 11.11.2017 N 1363 «О коэффициентах к ставкам платы за единицу объема лесных ресурсов и ставкам платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной

собственности» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_282588/. — Дата доступ : 03 апреля 2018 г.

3. Постановление Правительства РФ от 14.12.2016 N 1350 «О коэффициентах к ставкам платы за единицу объема лесных ресурсов и ставкам платы за единицу площади лесного участка, находящегося в федеральной собственности» // Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_208857/. — Дата доступ : 03 апреля 2018 г.

© В.Н. Петров, И.В. Филинова

УДК 630*9

НОРМАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ КАРТЫ В УСЛОВИЯХ БЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ЛЕСНОГО ХОЗЯЙСТВА

STANDARD FLOW CHARTS IN THE CONDITIONS OF THE BUDGETARY FINANCING OF FORESTRY

Смирнова А.И., к.э.н., доцент,
ФГБОУ ВО «СПбГЛТУ им. С.М. Кирова»,
Институт управления и экономики лесного сектора,
г. Санкт-Петербург

A.I. Smirnova,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher
Education «Saint-Petersburg State Forest Technical
University», Institute of Management and Economics of
the Forest Sector, Saint-Petersburg

Аннотация

Доказано повышение эффективности результатов лесохозяйственных мероприятий и услуг путем применения нормативных технологических карт (НТК). Прозрачность производственного процесса, заложенного в НТК, позволяет контролировать расходы, проверять качество годовых комплексов работ.

Annotation

Increase in efficiency of results of forestry and landscape actions and services by application of the standard flow charts (SFC) is proved. The transparency of the production put in SFC allows to control expenses, to check quality of annual complexes of works.

Ключевые слова: нормативная технологическая карта, технологическая и экономическая организация лесохозяйственных мероприятий, годовые комплексы работ, продукция и услуги лесного хозяйства.

Keywords: standard flow chart, technological and economic organization of forestry and landscape actions, annual complexes of works, production and services of forestry.

Введение. Нормативная технологическая карта (далее НТК) является важнейшим документом в условиях бюджетного финансирования лесного хозяйства, так как показывает, какой конечный результат должен быть достигнут при выполнении лесохозяйственных мероприятий или услуг при финансировании их из бюджета или из другого источника.

Целью исследования является оптимизация материальных и финансовых затрат при условии достижения конечного результата в процессе проведения мероприятий по охране, защите и воспроизводству лесов.

Результаты исследования. В основу расчетов нормативной технологической карты положена рыночная концепция организации лесного хозяйства – конечным результатом должны быть не работы, а произведенная продукция, мероприятие, услуга.

Еще в 1968 году профессором Санкт-Петербургской лесотехнической академии Т. С. Лобовиковым было выдвинуто положение о том, что продукцией лесного хозяйства является не древесина, а «лес как угодие», «лес на разных этапах его развития» [1]. Это положение было развито его учениками [2], в результате весь длительный процесс лесовыращивания расчленяется на отдельные этапы, в границах которых устанавливаются результаты лесохозяйственных мероприятий. Этот подход и был заложен в основу разработки НТК.

Так, производство лесных культур характеризуется многолетним периодом (6-9 лет для Ленинградской области), включающий работы от подготовки почвы, посадки (посева) до перевода лесных культур в покрытые лесом земли. Продолжительность этого периода зависит от ряда факторов: древесиной породы, климатических и лесорастительных условий, типов почв, видов технологий и др.

Приемка конечной продукции должна производиться по специально разработанным стандартам, техническим условиям или другим документам, регламентирующим качество [3]. Для промежуточного контроля предусматриваются разбивки нормативов по годовым комплексам работ.

Нормативные технологические карты разрабатываются на 1 га лесных земель и состоят из трех частей:

1. Технологическая часть, где отражена технология выполнения работ, система агрегатов, состав звена и тарифные разряды рабочих в звене обслуживающих агрегатов или выполняющих работы вручную.

Подробно процессы механизации изложены в Федеральном регистре базовых технологий и Федеральном регистре технических средств для их выполнения 2004 г., они были положены в основу разработки технологий в НТК.

2. Нормативная часть, в которой рассчитаны затраты труда в человеко-часах, работа оборудования в агрегато-часах, расходы на оплату труда с отчислениями в социальные фонды, расходы на содержание и эксплуатацию агрегатов, стоимость израсходованных материалов.

Расчеты ведутся на основе действующих норм выработки и нормативов по разработанной методике [2, 3, 4].

3. Третья часть содержит очень важную информацию – требования к молоднякам, площади которых подлежат отнесению к покрытым лесной растительностью землям.

Научная новизна, заложенная в методику расчета НТК:

- расчеты выполнены по видам лесохозяйственной продукции, услуге;

- обеспечено единство технологической и экономической организации лесохозяйственных мероприятий;

- расчеты позволяют сформировать производственную и полную себестоимость продукции (с учетом общехозяйственных расходов), а также затраты на годовые комплексы работ;

- полная себестоимость по видам лесохозяйственной продукции, мероприятиям и услугам позволит рассчитать договорные цены на их реализацию;

- производство лесопродукции с применением НТК делает процесс прозрачным, освидетельствование продукции по годовым комплексам работ позволяет выявить брак на разных этапах производства и своевременно его ликвидировать.

Внедрение разработанных по предложенной методике НТК приведёт к следующим результатам:

1. Обеспечит сбалансированность выполнения всех фаз и переделов работ в мероприятиях. Это позволит уйти от той пагубной практики, когда основное внимание уделялось посадке лесных культур или посеву семян в плохо подготовленные лесокультурные площади. При этом качественной подготовке лесных земель и, особенно, своевременному проведению агротехнических уходов за лесными культурами в достаточном количестве уделялось недостаточное внимание, в результате чего, большая половина площадей, занятых лесными культурами, к моменту перевода их в покрытые лесной растительностью земли не соответствовала требованиям стандартов, что приводило к неэффективному расходованию государственных средств.

2. Позволит разрабатывать годовые и перспективные планы эффективного расходования финансовых средств на проведение лесохозяйственных мероприятий и услуг по охране, защите и воспроизводству лесов.

3. Нормативные технологические карты станут основными документами, разрабатываемыми в письменном виде, регламентирующими расходование средств из всех планируемых источников. Отсутствие таких документов в настоящее время говорит о бесконтрольном расходовании средств.

Выводы и рекомендации к применению:

1. Выполнение лесохозяйственных мероприятий и услуг с применением НТК резко повысит эффективность расходования бюджетных средств и приведет к повышению качества создаваемых молодых лесов.

2. НТК должны быть обязательной составной частью договоров на выполнение лесохозяйственных мероприятий и услуг.

3. Контроль за качеством, создаваемых лесных культур и других видов продукции лесного хозяйства или услуг должен осуществляться поэтапно (по годовым комплексам работ) в соответствии с промежуточными требованиями и конечными стандартами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лобовиков Т. С. Лес как экономическое явление / Т. С. Лобовиков. — Воронеж : Центрально-Черноземное книжное издательство, 1968. — 140 с.

2. Петров В. Н. Экономико-правовые отношения в управлении лесами и лесохозяйственном производстве / В. Н. Петров, В. А. Ильин, В. И. Гавриленко. — СПб. : СПбГЛТА, 2003. — 200 с.

3. Ильин В. А. Основы построения экономической организации лесного хозяйства РФ / В. А. Ильин // Леспротинформ. — 2017. — № 2 (124). — С. 20–28.

4. Петров В. Н. Новая экономическая политика в лесном хозяйстве России / В. Н. Петров // Леспротинформ. — 2016. — № 7 (121). — С. 18–25.

© А.И. Смирнова

УДК 330.52

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В КУРОРТНОМ РЕГИОНЕ

INFORMATION SUPPORT OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE RESORT REGION

Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассмотрена структура курортного региона. Определены цели и задачи экологического управления курортного региона. Отмечены особенности информационного обеспечения экологического управления курортного региона.

Annotation

The structure of the resort region is considered in the article. The goals and objectives of the environmental management of the resort region are defined. The features of information support for the ecological management of the resort region are noted.

Ключевые слова: информационное обеспечение, экологическое управление, курортный регион.

Keywords: economic security, economic security criteria, approaches to the evaluation of the economic security.

Введение. Явная зависимость прямого воздействия уровня антропогенного загрязнения окружающей среды на состояние здоровья населения вызывает необходимость принятия неотложных управленческих решений, направленных на обеспечение экологической безопасности населения, вложения все большего объема средств в природоохранные мероприятия. Особые требования к состоянию окружающей среды и природных ресурсов предъявляются в курортных регионах. Наличие природных лечебных ресурсов и условий является основным курортообразующим фактором, а отсутствие загрязнителей в них – обязательным условием развития курортной деятельности.

Целью исследования является изучение структуры курортного региона, определение цели и задач экологического управления и выявление особенностей информационного обеспечения экологического управления курортного региона.

Результаты исследования. Курортный регион рассматривается как сложный территориально-производственная система, основу которого составляют природная, социальная и курортно-рекреационная подсистемы, тесно взаимосвязанные между собой. Каждая из них имеет свои специфические свойства, структуру и функции.

Основной целью экологического управления является охрана окружающей природной среды, рациональное использование природных ресурсов и обеспечение экологической безопасности [1]. Равноправными задачами управления в курортном регионе является как обеспечение организации отдыха, полноценного курортного лечения, профилактики заболеваний и реабилитации рекреантов, так и обеспечение социально-экономических условий жизнедеятельности населения.

Для достижения указанных целей особая роль в общей системе управления отводится экологическому менеджменту. Наличие нескольких подсистем характеризует сложность формирования базы данных и требует использования специфической методологии, которая основана на модельных, вероятностных и программно-целевых подходах в экологическом управлении, на использовании современных геоинформационных систем, на комплексных экономических, социальных, ресурсных и экологических базах

данных и призвана обеспечить применение современных методов обоснования и принятия управленческих решений [2].

Особенность экологического управления проявляется, во-первых, в получении полноценной, достоверной информации о природных ресурсах и условиях на исследуемой территории, об источниках воздействия на природную среду, об изменениях системы расселения и размещения предприятий, о количественных и качественных параметрах загрязнения окружающей среды и использования природных ресурсов. Во-вторых, в формировании базы данных и применении современных технологий определения и прогнозирования состояния окружающей природной среды. И, наконец, в разработке и принятии управленческих решений, обеспечивающих выполнение государственной экологической политики, экологическую безопасность жизнедеятельности населения и охрану окружающей природной среды.

Экологический информационный процесс связан непосредственно со сбором и анализом полученных данных, построением модели управляющего воздействия, расчетом на основе этой модели альтернативных вариантов управленческих решений и выбора из них оптимального по заданным параметрам управляющего воздействия. В экологическом управлении оперативность, полнота и качество принимаемых решений зависят от полноты базы данных, информационного обеспечения системы управления и от информационных систем, обслуживающих эти процессы, а также от структуры, свойств и особенностей функционирования объектов управления [2].

Структура базы данных курортного региона должна быть дополнена необходимыми параметрами природных объектов и условий, обладающих лечебными свойствами, должна учитывать размещение санаторно-курортных учреждений и антропогенных объектов, деятельность которых оказывает негативное влияние на состояние природных лечебных ресурсов и условий.

Состав информационных систем может быть представлен в виде общих и специальных групп. Общая информационная система присуща всем подсистемам, поскольку ее назначением является обеспечение общего функционирования системы управления курортного региона. Общие информационные системы обеспечивают информацией весь процесс выработки, принятия и доведения управленческого решения к объекту управления. Кроме того, эти системы информируют субъект управления о состоянии, поведении и действиях объекта управления, т.е. выполняют контрольные функции и обеспечивают выработку оперативного корректирующего влияния. Специальные системы информационного обеспечения определяются задачами обслуживаемой подсистемы управления [3].

Экологическое управление курортного региона может рассматриваться как отдельное звено в иерархии системы государственного управления охраной окружающей среды и должна иметь с ней общие цели и задачи; методологическую, научную и стратегическую основу и общие основные

направления. В развитии информационных систем экологического управления первостепенная роль принадлежит государству.

В настоящее время в информационном обеспечении государственного управления окружающей средой выделяются следующие основные направления [1]:

- реализация государственной политики в области информационного обеспечения природоохранной деятельности, участие в развитии государственных информационных систем;

- методическая основа информационного обеспечения природоохранной деятельности, алгоритмизация управленческих задач, разработка и внедрение новых методов обработки информации;

- создание информационных систем для решения конкретных задач в виде программных продуктов, автоматизированных рабочих мест; баз и банков данных, коммуникационных систем; в том числе с использованием ГИС-технологий; систем связи и передачи данных и др.;

- доведение экологической информации до широких слоев общественности и заинтересованных организаций с использованием возможностей средств массовой информации, экологического образования и воспитания.

Проведенные исследования позволили сформулировать особенности специфического информационного обеспечения экологического управления.

1. Информационное обеспечение системы экологического управления курортного региона отражает, прежде всего, его структуру. Система экологического управления функционирует, с одной стороны, в социально-экономической информационной среде, отражающей совокупность производственных, инфраструктурных, демографических и других объектов управления. С другой – в экологической информационной среде, отражающей состояние природных ресурсов, динамику биотических процессов, состояние окружающей среды, размещение источников негативного воздействия на окружающую среду, состав, объемы и динамику поступающих загрязняющих веществ и другие данные, характеризующие экологические параметры региона. И, наконец, это курортно-рекреационная среда, характеризующаяся наличием санаторно-курортных учреждений, природных лечебных ресурсов и объектов курортной инфраструктуры, и функционирование которой является приоритетным для подобных территорий.

2. Информационная система экологического управления курортного региона является неотъемлемой составной частью как общей системы управления региона, взаимосвязанной с ее другими составляющими, так и государственной системы экологического управления, которая, в свою очередь, функционирует в соответствии с международными требованиями СЭМ.

3. Источниками информации являются экологические информационные системы предприятий, система государственного и ведомственного экологического мониторинга, государственные кадастры природных ресурсов, органы государственного статистического учета, служба государственной регистрации, кадастра и картографии, служба по гидрометеорологии и

мониторингу окружающей среды и другие ведомства, в компетенцию которых включены функции мониторинга и контроля окружающей природной среды.

4. Получаемая информация должна быть объективной и достоверной, детальной и полной, а также должна отражать особенности конкретных территориальных единиц на макро, мезо и микроуровне.

5. Управленческие решения экологического управления должны разрабатываться с использованием современных геоинформационных систем, иметь достаточное научное сопровождение, отвечать требованиям международных стандартов СЭМ.

Выводы. Таким образом, предлагаемый подход информационного обеспечения экологического управления в курортном регионе позволяет учитывать особенности экологического управления; курортно-рекреационную специализацию и состояние природно-ресурсного потенциала курортного региона; состояние окружающей природной среды, количественные и качественные параметры воздействия на нее; сформировать базу экологических данных, которая позволит разработать механизм управления природоохранной деятельностью предприятий в курортном регионе.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный Закон «Об охране окружающей среды» [утвержден 10.01.2002 года N 7-ФЗ).

2. Шевчук В. Я. Екологічне управління. Підручник / В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкин, Г. О. Білявський та ін. — К. : Либідь, 2004. — 432 с.

3. Чугунова Т. Н. Структурно-логическая модель информационного обеспечения управления природоохранной деятельностью: региональные аспекты / Т. Н. Чугунова, А. С. Фененко // Экономика и управление. — 2005. — № 2–3 (51–52). — С. 86–90.

© Т.Н. Чугунова

УДК 330.15

ПЛАТЕЖИ ЗА ЗАГРЯЗНЕНИЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИРОДООХРАННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

PAYMENTS FOR ENVIRONMENTAL POLLUTION AS AN INSTRUMENT OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Камбунова Э.О., обучающаяся группы МО-332-о,
Чугунова Т.Н., к.г.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.O. Kamburova, student, gr. MO-332-o,
T.N. Chugunova,
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В статье рассматриваются платежи за загрязнение окружающей среды как один из действенных инструментов природоохранного менеджмента. Отмечается их стимулирующая роль в реализации экологической политики предприятия и сложности внедрения системы экологического менеджмента на предприятиях малого бизнеса.

Annotation

The article considers payments for pollution of the environment as one of the effective instruments of environmental management. Their stimulating role in the implementation of the company's environmental policy and the complexity of implementing the environmental management system at small businesses are noted.

Ключевые слова: природоохранный менеджмент, платежи за загрязнение, инструмент экологического управления.

Keywords: environmental management, payments for pollution, an instrument of environmental management.

Введение. В настоящее время состояние окружающей природной среды вызывает повышенное общественное внимание, что определяется, прежде всего, пониманием зависимости состояния здоровья населения от уровня ее загрязнения. Загрязнение окружающей среды рассматривается как поступление в окружающую среду вещества и (или) энергии, свойства, местоположение или количество которых оказывают негативное воздействие на окружающую среду [1].

В соответствии с действующим законодательством негативное воздействие на окружающую среду является платным, а формы и особенности взимания платы за негативное воздействие на окружающую среду определяются Федеральным законом РФ «Об охране окружающей среды», иными федеральными законами, а порядок исчисления и взимания платы устанавливается Правительством Российской Федерации [1].

Разнопрофильные и разномасштабные организации желают показать благоприятные экологические характеристики, доказывающие наличие у них экологического контроля за воздействием на окружающую природную среду и выполнение необходимых природоохранных мероприятий.

Цель исследования является рассмотрение платежей за загрязнение окружающей среды как одного из действенных инструментов природоохранного менеджмента и выявление особенностей внедрения на предприятиях системы экологического менеджмента на современном этапе.

Результаты исследования. Основой системы экологического менеджмента (далее СЭМ) являются следующие мероприятия [2]:

- определение структуры СЭМ, разделение ответственности и наделение определенными возможностями исполнителей, их фактическое утверждение и доведение полномочий до исполнителей с целью содействия результативному управлению окружающей средой;
- осуществление обучения персонала, организация системы повышения квалификации персонала, чья деятельность оказывает влияние на окружающую среду;
- обмен данными в сфере природоохранных аспектов, формирование внутренней взаимосвязи среди подразделений фирмы, в том числе с внешними заинтересованными сторонами;
- создание документации СЭМ, установление и сохранение в действующем состоянии документации с отображением ключевых компонентов системы административного управления и их взаимодействия;
- создание процедуры управления операциями, которые объединены со значимыми экологическими аспектами, согласующимися с политикой, целевыми и плановыми показателями фирмы;
- установление и регулирование подготовленности к катаклизмам и аварийным ситуациям и процедуры реагирования на них с целью избежания и смягчения влияний на окружающую среду;
- установление режима выполнения внутреннего экологического аудита и корректирующих действий.

Центральным документом внедрения системы экологического менеджмента на современном этапе является стандарт ISO 14001 – «Спецификации и управление по применению систем экологического менеджмента», который определяет требования к системе природоохранной деятельности предприятия. Это даёт возможность каждому из них формулировать миссию и экологическую политику в соответствии с условиями природоохранительного законодательства своей страны. Кроме приведённых в стандарте ключевых определений и дефиниций, изложены также рекомендации в сфере формировании экологической политики, целей, задач и программы природоохранных мероприятий.

Но если крупные промышленные предприятия имеют финансовые и организационные возможности для внедрения и выполнения требований международных стандартов экологического менеджмента, то для малых предприятий, большинство которых относится к III и IV опасности, проведение таких достаточно сложных действий весьма затруднительно, что связано не только с финансовыми вопросами, но и невозможностью держать в штате специалиста-эколога.

К объектам выше указанных категорий опасности относятся объекты, оказывающие минимальное негативное воздействие на окружающую среду и которые должны удовлетворять следующим условиям: во-первых, иметь на объекте стационарные источники загрязнения окружающей среды, масса загрязняющих веществ в выбросах в атмосферный воздух которых не пре-

вышает 10 тонн в год, при отсутствии в составе выбросов веществ I и II классов опасности, радиоактивных веществ; во-вторых, не осуществлять сбросы загрязняющих веществ в составе сточных вод в централизованные системы водоотведения, другие сооружения и системы отведения и очистки сточных вод, за исключением сбросов загрязняющих веществ, образующихся в результате использования вод для бытовых нужд, а также отсутствие сбросов загрязняющих веществ в окружающую среду [4]. Тем не менее, такие объекты, в том числе, офисные помещения, школы, детские сады и пр., подлежат постановке на государственный учет.

Из всего перечня природоохранных мероприятий, этим предприятиям целесообразно ограничиться выявлением возможных источников негативного воздействия на окружающую среду и проведением их инвентаризации, разработкой мер по минимизации негативного воздействия, а также, согласно требованиям действующего законодательства, заполнением и представлением форм государственной статистики и налоговых деклараций в сфере охраны окружающей природной среды. Указанные действия направлены на определение платы за негативное воздействие на окружающую среду.

К негативному воздействию на окружающую среду относятся [1]:

- выбросы в атмосферный воздух загрязняющих веществ и иных веществ;
- сбросы загрязняющих веществ, иных веществ и микроорганизмов в поверхностные водные объекты, подземные водные объекты и на водосборные площади;
- загрязнение недр, почв;
- размещение отходов производства и потребления;
- загрязнение окружающей среды шумом, теплом, электромагнитными, ионизирующими и другими видами физических воздействий;
- иные виды негативного воздействия на окружающую среду.

В настоящее время в области охраны окружающей природной среды к субъектам предпринимательства применяется основной экологический принцип – «загрязнитель платит». Это позволяет, во-первых, предъявлять компенсирующие объективные претензии к загрязнителям; во-вторых, стимулировать их на выполнение природоохранных мероприятий, направленных на снижение негативного воздействия и, наконец, предоставлять им значительную свободу в поиске эффективных путей достижения общественно значимых природоохранных целей. Кроме того, платежи за загрязнение окружающей среды являются важнейшим современным рыночно ориентированным инструментом охраны окружающей природной среды, позволяющим формировать на уровне общества фонды финансирования природоохранных предприятий. Можно отметить [3] несомненные преимущества действия на предприятия экономических инструментов охраны окружающей среды, таких как высокая эффективность с точки зрения эко-

номии экологических затрат; гибкость механизма экологического управления и обеспечение возможности самостоятельного определения стратегии природоохранной деятельности; стимулирование сокращения объемов загрязнения и сохранения природных ресурсов. В тоже время отмечается сложность процедуры определения объемов загрязнений и, соответственно, расчета платежей; неопределенность достижения конечного природоохранного результата; влияние инфляционных процессов и риск снижения конкурентоспособности продукции из-за высоких совокупных издержек [3].

Выводы. Платежи за загрязнение окружающей среды как действующий инструмент природоохранного менеджмента, выполняют не только фискальные функции и способствуют наполнению экологических фондов, но и являются стимулом для реализации предприятием природоохранных обязательств, способствуют реконструкции и модернизации производства, внедрения инновационных «зеленых» технологий, экологизации производства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 10.01.2002 N 7-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «Об охране окружающей среды» // Официальный сайт компании «Консультант-Плюс». — Режим доступа : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/. — Дата доступа : 01.04.2018.

2. ГОСТ Р ИСО 14001-98. Государственный стандарт РФ. Системы управления окружающей средой. Требования и руководство по применению. — М., 1998. — 16 с.

3. Пахомова Н. В. Экологический менеджмент / Н. В. Пахомова, Э. Эндрес, К. Рихтер. — СПб. : Питер, 2003. — 554 с.

4. Офисы подлежат постановке на учет как объекты, оказывающие негативное воздействие на окружающую среду // PwC. — Режим доступа : <https://www.pwc.ru/ru/legal-services/assets/office-environment.pdf>. — Дата доступа : 01.04.2018.

© Э.О. Камбурова, Т.Н. Чугунова

КРУГЛЫЙ СТОЛ «ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ»

УДК 159.98

«БРЕЙН-ФИТНЕС» КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ УМСТВЕННЫХ СПОСОБНОСТЕЙ МЕНЕДЖЕРА

«BREIN-FITNESS» AS A METHOD OF INCREASING THE MENTAL CAPACITY OF THE MANAGER

Пушкарёва Е.В., старший преподаватель,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

E.V. Pushkaryova, Senior Lecturer,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе дано определение понятию «брейн-фитнес», обоснована актуальность тренировки умственных способностей личности, проанализированы эффективные способы для улучшения работы мозга, приведены упражнения для активизации умственной деятельности менеджера.

Annotation

In the work definition of the concept "brain-fitness" is given, the urgency of training of mental abilities of the person is proved, effective ways for improvement of brain work are analyzed, the exercises for activization of mental activity of the manager are given.

Ключевые слова: «брейн-фитнес», умственные способности, нейробика, нейропластичность.

Keywords: «brain-fitness», mental capacity, neurobic, neuroplasticity.

Введение. К числу важнейших навыков, помогающих менеджерам достигать поставленных целей, относятся: умение грамотно концентрироваться на мелких деталях, ориентироваться в потоках информации, быстро реагировать на смену обстановки и эффективно принимать управленческие решения. К сожалению, многие современные менеджеры отличаются неумением отследить даже самые очевидные причинно-следственные связи, неспособностью критически оценить ситуацию, неготовностью воспроизвести информацию в нужном объеме в нужное время, регулярностью попадания в ловушки стереотипов и т. п. В 2003 году Нобелевскую премию по экономике получил не экономист, а психолог и экспериментатор в области мышления Д. Каннеман за серию опытов, показывающих, что люди, даже

самые грамотные и образованные, часто совершают нелепые ошибки в принятии решений из-за неумения концентрироваться, отсеивать ненужную информацию и адаптироваться к изменениям внешней среды. Знания сами по себе не обеспечивают интеллектуальных навыков, их надо развивать и поддерживать в течение всей жизни. Так же, как и тело, мозг необходимо регулярно тренировать. Генри Форд говорил, что самое главное в жизни – это сохранить свой мозг молодым.

Целью исследования является выявление эффективной траектории повышения умственных способностей менеджера.

Результаты исследования. Ученые доказали, что возможности мозга используются человеком всего лишь на 3%-10%. Эффективная траектория повышения умственных способностей предполагает использование стандартных способов тренировки (нагрузку мозга через чтение, разгадывание кроссвордов, логических загадок, головоломок, изучение иностранных языков, заучивание текстов наизусть, пополнение словарного запаса) и целевого способа, т. е. концентрации внимания мозга на конкретной предметной области.

«Брейн-фитнес» (от английского brain – мозг, fitness – хорошая физическая форма) – это гимнастика для мозга, или когнитивный тренинг [1].

Фитнес для мозга – это регулярные умственные (интеллектуальные) нагрузки, интересные задачи и развивающие игры, помогающие сохранить гибкость и здоровье ума до глубокой старости.

Если ежедневно не тренировать мозг, он может разучиться думать. Это факт – без нагрузок мозг стареет, не хочет выполнять привычные мыслительные операции. При наличии нагрузок увеличивается количество серого вещества мозга [2]. Чем чаще тренировать мышление, тем больше образуется нервных связей, а чем выше активность головного мозга, тем больше в него поступает обогащенной кислородом крови, от чего и зависит интеллектуальное здоровье человека.

Для активного функционирования мозга необходима специальная активизация роста нервных связей с помощью новых впечатлений. В период обучения в школе или университете количество новой информации позволяло стабильно тренировать мозг. Для взрослого же человека, в жизни и работе которого преобладают рутинные процессы, для поддержки интеллекта приходится прибегать к стимуляции при помощи специальных упражнений для развития мозга. Поэтому решение типичных задач нестандартными методами – один из эффективных способов тренировки мозга.

Успехи «брейн-фитнеса» объясняются тем, что они становятся возможны во многом благодаря такому свойству нашего мозга, как нейропластичность.

От эффективности работы мозга зависит качество мышления и даже продолжительность человеческой жизни. Развитие подобных способностей делает человека более успешным, позволяет быстро анализировать ситуацию и принимать правильные решения. Увеличение мозговой активности

позволит быстрее находить выход из любой ситуации. Доказано, что нейропластичность присуща нашему мозгу на протяжении всей жизни, поэтому у каждого при желании есть возможность самостоятельно тренировать свой мозг.

Американский нейробиолог Л. Катц и писатель М. Рубин разработали уникальную методику, получившую название «нейробика», позволяющую расширить возможности мозга, улучшить память, усовершенствовать умственную деятельность. Основу методики составляют упражнения, которые задействуют сразу все пять органов чувств и сводятся к одному принципу – необходимо выполнять обычные действия необычным способом. Например:

- передвигаться в знакомом пространстве с закрытыми глазами;
- писать правой рукой (если вы левша). Это упражнение улучшает межполушарные связи и благотворно сказывается на интеллектуальных способностях;
- изменить привычный маршрут на работу или учебу, т. к. в новых «дорожных» впечатлениях кроется необходимый потенциал для развития пространственной памяти;
- вдыхать и распробовать аромат еды, цветов, духов;
- определять вещи на ощупь (например, монеты или ключи в кармане);
- выполнять новую работу;
- отвечать не по плану на привычные вопросы и т. д.

Непривычные действия, ощущения, запахи, обстановка провоцируют появление новых нервных связей, что, в свою очередь, помогает развитию интеллектуальных способностей. Чем больше связей, тем активнее происходит вовлечение в работу новых нейронов и, следовательно, улучшается функциональное состояние нашего мозга. Для этого необходимо регулярное усвоение нового материала, мозг все время должен получать новые раздражители, это могут быть свежие впечатления от путешествий, отношений, любая интеллектуальная работа, например, изучение нового иностранного языка, освоение игры на любом музыкальном инструменте.

Люди, которые постоянно учатся чему-то новому на протяжении жизни, автоматически, не замечая этого, выстраивают новые связи в мозгу и таким образом оберегают свой «главный процессор» от старения.

Для самостоятельной тренировки умственных способностей сегодня существуют инновационные и действенные компьютерные программы, например, Brain Age of Nintendo, Mind Fit или программа Lumosity, составленная совместно учеными Гарвардского и Колумбийского университетов [4]. Многие компьютерные программы можно подобрать под себя, делая акцент на то, что именно вы хотите улучшить: скажем, запоминание цифр и людей с первого раза, причем при тренировке чего-то одного, например, памяти, попутно совершенствуются, но в меньшей степени, концентрация и пространственная ориентация.

Этими упражнениями можно самостоятельно заниматься определенное количество времени. Например, «пятнадцать минут «брейн-фитнеса» в день – это гигиенический минимум в любом возрасте. Для закрепления новых навыков требуется три месяца, при этом минимальная нагрузка должна составлять два занятия в неделю по 30 минут каждое» – рекомендует американский нейропсихолог Э. Голдберг.

Многих управленцев на сегодняшний день беспокоит то, с какой отдачей работают их подчиненные. Исследования показали, что рядовой сотрудник офиса концентрируется примерно на полтора часа в течение рабочего дня. Все остальное время уходит у него на долгие обдумывания посторонних вопросов и проблем. Чтобы исправить ситуацию, компании приглашают брейн-тренера и планируют программу на 2 или 3 месяца, включающую в себя три занятия в неделю. Как отмечают специалисты, научить сотрудников концентрироваться хотя бы на 30 процентов – уже неплохой результат. Проведение отдельных исследований показало, что перестроившиеся таким образом фирмы увеличили свои прибыли на 30-50 процентов [3].

Тренировка памяти менеджера с помощью упражнений «брейн-фитнеса» позволит быстрее запоминать имена и лица людей, лучше ориентироваться в новых местах, эффективнее обучаться; тренировка внимания сделает возможной победу над рассеянностью, стать внимательнее и сосредоточеннее, научит доводить дело до конца [5]. Упражнения на развитие мышления менеджера повысят скорость принятия решений, научат находить оптимальные решения, повысят продуктивность деятельности. Развитие креативности с помощью «брейн-фитнеса» позволит менеджеру осознать свою индивидуальность, увидеть скрытые способности, мыслить «вне шаблона»; тренировка логического мышления улучшит способности мгновенного анализа ситуации и восприятия информации, определения причины и следствия событий.

Выводы. Таким образом, существует эффективная траектория повышения умственных способностей менеджера, которая состоит из двух способов: стандартный способ тренировки мозга через усиление нагрузки мозга (нецелевая нагрузка) и целевой способ, акцентированный на предметной области. Акцентами в тренировках могут быть два направления: бесцельное и целевое. Для современного менеджера «брейн-фитнес» является необходимым и действенным инструментом тренировки умственных способностей с целью развития памяти, внимания, мышления, креативности, логики и постоянного самосовершенствования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фитнес для мозга // Интеллектуальное развитие seria.ru. — Режим доступа : <https://seria.ru/brain/fitness>. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

2. Фитнес для мозга: нестандартные упражнения // Сайт bezmd. — Режим доступа : http://bezmd.net/publ/vdokhnovenie/fitnes_dlja_mozga_nestandardnye_uprazhnenija_kotorye_ehffektivno_razvivajut_tvoj_intellekt/2-1-0-332. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

3. Зигмунд Е. Заряди мозги / Е. Зигмунд // ООО «ЭргоСоло». — Режим доступа : <https://ergosolo.ru/reviews/health/brainfitness/>. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

4. Мураховский А. Lumosity — ваш тренер умственных способностей / А. Мураховский // Проект «Лайфхакер». — Режим доступа : <https://lifehacker.ru/2013/07/01/lumosity/>. — Дата доступа : 03 апреля 2018 г.

5. Ячменева В. М. Оценка уровня напряженности и интенсивности деятельности менеджеров в организации / В. М. Ячменева, Е. В. Пушкарёва, О. В. Царук // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы: материалы научно-практической конференции, г. Симферополь, 08 апреля и 15 апреля 2016 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2016. — С. 183–186.

© Е.В. Пушкарёва

УДК 331.108

ИМИДЖЕВАЯ РЕКЛАМА КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

IMAGE ADVERTISING AS ELEMENT OF FORMING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

Рыдаева К.В., обучающаяся группы МО-432-о,
Воробец Т.И., к.э.н., доцент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

K.V. Rydaeva, student, gr. MO-432-o,
T.I. Vorobets,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В работе рассмотрены слабые и сильные стороны предприятия ООО «Мураками». Предложено формирование конкурентных преимуществ предприятия с использованием имиджевой рекламы. В результате проведенных исследований выявлено, что эффективность сформированной рекламной компании позволит повысить выручку на предприятии более чем на 10%.

Annotation

The paper considers the weak and strong sides of the Murakami LLC. The formation of competitive advantages of the enterprise using advertising is offered. As a result of the conducted researches it was revealed that the efficiency of the formed advertising company will allow increasing the revenue at the enterprise by more than 10%.

Ключевые слова: развитие, конкурентные преимущества, предприятие, конкурентоспособность, развитие предприятия.

Keywords: development, competitive advantages, enterprise, competitiveness, enterprise development.

Введение. Изменения, вызванные экономическим и финансовым кризисом, влияют на деятельность любого предприятия, в том числе на рассматриваемое нами ООО «Мураками». Данные изменения нашли свое проявление в срыве производственных, экономических и финансовых связей предприятия в отношении с потребителями и поставщиками. Реалии современной действительности заставляют руководство ООО «Мураками» заниматься преимущественно тактическими задачами в ущерб стратегическим целям (вплоть до полного сокращения производственного потенциала), что может повлиять на улучшение ситуации в перспективе [1].

Цель исследования – изучение возможных методов и способов формирования конкурентных преимуществ предприятия в условиях санкций.

Результаты исследования. Корпоративная стратегия ООО «Мураками» должна быть направлена на то, чтобы выделить предприятие на конкурентном рынке, создавая уникальный источник ценностей [2; 3]. По нашему мнению, предприятие должно начать формирование имиджевой рекламы. Цель, которой для «Мураками» – развитие и укрепление имиджа современной сети ресторанов посредством рекламной коммуникации, для получения конкурентного преимущества в сегменте японских ресторанов.

Рассмотрим ее составляющие:

I. Имиджевую кампанию необходимо разбить на 2 этапа с небольшим перерывом. Количество рекламных носителей в двух этапах должно быть одинаковое.

II. Охват целевой аудитории будет достигаться через использование рекламных носителей, размещающихся как на ключевых магистралях, ведущих к ресторану, так и внутри ресторанов [4].

В результате рекламной кампании «Мураками – эталон японской кухни» были достигнуты следующие результаты, представленные в табл. 1

Таблица 1

Эффективность рекламной кампании

Вид рекламы	Период реализации рекламной кампании	Затраты	Ожидаемый доход
Наружная реклама	Январь-Октябрь 2017	60000	+5%
Материалы внутри ресторанов	Январь-Октябрь 2017	35000	+3%

Вид рекламы	Период реализации рекламной кампании	Затраты	Ожидаемый доход
Мастер класс для детей по приготовлению роллов	Январь-Октябрь 2017	25000	+2%

Источник: составлено авторами.

Ожидаемые результаты от реализации запланированных мероприятий представлены в табл. 2

Таблица 2

Результаты от реализации запланированных мероприятий

Вид рекламы	Расчёт
Наружная реклама	$5269042 * 110\% = 263452,1 \text{ р.}$
Материалы внутри ресторанов	$5269042 * 115\% = 158071,26 \text{ р.}$
Мастер класс для детей по приготовлению роллов	$5269042 * 105\% = 105380,84 \text{ р.}$
Рассчитаем прибыль от реализации запланированных мероприятий:	
Наружная реклама:	$263452,1 - 60000 = 203452,1 \text{ р.}$
Материалы внутри ресторанов	$158071,26 - 35000 = 123071,3 \text{ р.}$
Мастер класс для детей по приготовлению роллов	$105380,84 - 25000 = 80380,84 \text{ р.}$
Рассчитаем эффективность предложенных мероприятий:	
Наружная реклама:	$203452,1 / 60000 = 3,39 \text{ р.}$
Материалы внутри ресторанов	$123071,3 / 35000 = 3,51 \text{ р.}$
Мастер класс для детей по приготовлению роллов	$80380,84 / 25000 = 3,21 \text{ р.}$

Источник: составлено автором.

Таким образом рекламная кампания позволит усилить привлекательность ресторанов «Мураками» для посещения: желание посетить ресторан «Мураками» после увиденной рекламы планируется достигнуть у 62% потребителей, а 14,3% потребителей отдадут предпочтение для посещения ресторанов «Мураками» всем другим ресторанам. По предварительным прогнозам данным проведенные поддерживающие промо должны обеспечить рост выручки более чем на 10%.

Выводы. Из проведенного исследования можно сделать следующие выводы, что стратегия ООО «Мураками» должна быть направлена на качественное выделение предприятия в рыночном сегменте, создавая уникальный источник ценностей. По нашему мнению, добиться поставленной цели поможет формирование имиджевой рекламы. Рекламная кампания позволит усилить привлекательность ресторанов для посещения: после увиденной рекламы планируется, что желание посетить ресторан «Мураками» достигнет 62%, а 14,3% потребителей отдадут предпочтение для посещения ресторанов Мураками всем другим ресторанам. Таким образом, определяющей целью стратегического управления предприятием в условиях неопределенности становится формирование или развитие конкурентного преимущества, которое обеспечивает превосходство над конкурирующими организациями.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абаева Н. П. Конкурентоспособность организации / Н. П. Абаева, Т. Г. Старостина ; под ред. Т. Г. Старостиной. — Ульяновск : УлГТУ, 2010. — 91 с.
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. — М. : Новости, 2000. — 256 с.
4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов. — М. : Эксмо, 2005. — 544 с.

© К.В. Рыдаева, Т.И. Воробец

УДК 65.014.1:338.46

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ НА ОРГАНИЗАЦИОННУЮ КУЛЬТУРУ УЧРЕЖДЕНИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

THE INFLUENCE OF EXTERNAL FACTORS ON THE ORGANIZATIONAL CULTURE OF SERVICE PROVIDERS

Тарасюк В.Д., ассистент,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.D. Tarasyuk, Assistant Professor,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

Целью исследования является выявление факторов внешней среды, влияющих на организационную культуру учреждений сферы услуг. При проведении данного исследования использовался метод компаративного анализа, который позволил сгруппировать факторы внешней среды по уровню их воздействия на организационную культуру на факторы мега-, макро-, мезо- и микроуровня. В результате исследования было раскрыто их содержание.

Annotation

The article aims to identify the external factors affecting the organizational culture of institutions in the service sector. The method of comparative analysis has been used in this study, it allowed to group the external factors by the level of their impact on the organizational culture. The factors of mega-, macro-, meso- and micro- levels have been determined. Their contents have been revealed as a result of a study.

Ключевые слова: факторы внешней среды, учреждения сферы услуг, организационная культура.

Keywords: external factors, service sector institutions, organizational culture.

Введение. Изучение организационной культуры как сложного социально-экономического явления в рамках одного учреждения предполагает выявление и оценку факторов, влияющих на её формирование и развитие. Это обусловлено последующей разработкой управленческих мероприятий по формированию и развитию организационной культуры в целях её эффективного функционирования как инструмента управления организацией. Задача систематизации факторов, влияющих на уровень организационной культуры учреждений сферы услуг, требует их классификации, а также выявления тенденций их влияния на организационную культуру. Следует отметить, что факторы внешней среды, а также их влияние на уровень организационной культуры учреждений сферы услуг недостаточно освещены в научной литературе и требуют более детального изучения.

Цель исследования – выявление факторов внешней среды, влияющих на организационную культуру учреждений сферы услуг.

Результаты исследования. Существует несколько подходов к классификации факторов внешней среды. Считаем целесообразным сгруппировать факторы внешней среды, оказывающие влияние на организационную культуру, по уровню их воздействия на факторы мега-, макро-, мезо- и микроуровня. Раскроем их содержание или сущность.

I. Факторы мегауровня носят глобальный характер и непосредственно не связаны с деятельностью организации, к ним относят глобализацию, политический фактор, научно-технический прогресс.

Глобализация в значительной степени затрагивает сферу экономики, что обусловлено процессом слияния рынков. Результатом подобного слияния является преобразование национальных рынков, в том числе и сферы услуг. А это в свою очередь сопровождается изменением потребительского поведения по отношению к предоставляемым услугам. Потребитель, привыкший к определенному набору и уровню услуг, рассчитывает на аналогичное обслуживание в любой точке земного шара. Формирование подобных ожиданий привело в частности к трансформации гостиничного бизнеса, следствием чего явилось создание гостиничных цепей и формирование новой культуры обслуживания [1, с. 73].

Политический фактор оказывает значительное влияние на организационную культуру и формирует общие тенденции развития организации [2, с. 48]. Влияние политического фактора на организационную культуру проявляется, во-первых, через мировую политику, которая может накладывать существенные ограничения на развитие организаций, что приводит к обострению конкуренции, в том числе среди учреждений сферы услуг. В подобной ситуации на первый план выходит морально-этический аспект оказания услуги. Важным элементом конкурентоспособности учреждений сферы услуг становится организационная культура, которая обеспечивает высокий уровень обслуживания, надежности учреждения и способствует

оправданию ожиданий клиента. Во-вторых, через создание международных организаций (ООН, ВТО, UNWTO, WTTC и пр.), что способствует выработке единых принципов сотрудничества государств и организаций в различных областях деятельности. Приверженность соблюдению данных принципов будет способствовать повышению этичности деятельности учреждений сферы услуг, и может являться основой формирования организационной культуры.

На формирование и развитие организационной культуры значительное влияние оказывает научно-технический прогресс, что выражается в развитии инновационных технологий в управлении в учреждениях сферы услуг. Основные инновационные преобразования в сфере услуг связаны с развитием информационно-компьютерных технологий. Это способствовало переходу услуг на новый уровень технического развития, а именно: была преобразована материальная база, появились новые виды услуг, изменилось их содержание, что позволяет учреждениям сферы услуг формировать клиентскую базу (клиентулу) и предоставлять услуги с учетом индивидуальных потребностей клиента. Данные преобразования определяют материальную составляющую организационной культуры, предъявляют особые требования к работникам и, как следствие, будут влиять на технологию производства услуги.

II. Факторы макроуровня относятся к той части внешней среды, в которой организация осуществляет свою деятельность, т.е. это национальная среда и государственная политика, оказывающие непосредственное влияние на развитие организации. К факторам макроуровня относят национальный менталитет, правовой, социально-экономический.

Национальный менталитет формируется на протяжении длительного периода развития общества и находит свое выражение в общекультурных ценностях, особом способе мышления, стереотипах поведения. Это в свою очередь придает специфические профессиональные черты российским работникам. При формировании организационной культуры учреждений сферы услуг игнорирование особенностей менталитета и профессиональных особенностей работников чревато снижением эффективности управленческих мероприятий и деятельности организации в целом. Национальный менталитет будет оказывать непосредственное влияние на организационную культуру, определяя при этом набор ценностей организационной культуры.

Непосредственное влияние на организационную культуру учреждений сферы услуг оказывает правовой фактор, что связано с административно-правовым регулированием их деятельности. Успешность учреждений сферы услуг в первую очередь связана с удовлетворенностью клиента. В тоже время наличие стандартов, применяемых в сфере услуг, является неким гарантом их качества. Следует отметить, что в гостиничной индустрии применяется два типа стандартов – технические и функциональные.

Технические стандарты положены в основу классификации средств размещения во многих странах мира, в том числе и в Российской Федерации. Данные стандарты предъявляют требования к средствам размещения технического характера, набору услуг, общие требования к работникам и пр. Функциональные стандарты описывают этические аспекты взаимоотношений работник – клиент и могут быть отражены только лишь на уровне локальных нормативных актов, таких как корпоративный или этический кодекс. Как видим, правовой фактор оказывает непосредственное влияние на организационную культуру учреждений сферы услуг, поскольку нормы законодательства будут определять набор норм и правил организационной культуры.

Влияние социально-экономического фактора на организационную культуру учреждений сферы услуг определяется уровнем экономического развития государства, что в целом определяет уровень жизни населения, который оказывает непосредственное влияние на потребительский спрос и покупательную способность. Уровень жизни в совокупности с демографическими параметрами и уровнем образованности в значительной степени влияют на потребительское поведение и формируют ценностные ориентиры потребителя, что в свою очередь реализуется в организационной культуре в виде этических аспектов взаимоотношений с клиентами.

III. Факторы мезоуровня объединяют факторы регионального характера, влияющие на деятельность учреждений сферы услуг. К ним относятся экономическое положение региона, а также региональная национальная среда.

Очевидным является, что экономическое положение региона определяет развитие материально-технической базы и инфраструктуры сферы услуг. Тем не менее, с позиции влияния на организационную культуру учреждений сферы услуг первостепенное значение имеет развитие регионального рынка труда. Ситуация на рынке труда характеризует качество рабочей силы, а уровень квалификации рабочей силы в значительной степени определяет уровень предоставления услуги, поскольку именно работники учреждения сферы услуг формируют атмосферу гостеприимства и определяют удовлетворенность потребителя обслуживанием. Именно организационная культура формирует требования к профессиональным компетенциям работников, что имеет ключевое значение для учреждений сферы услуг.

Если говорить о региональной национальной среде, то Республика Крым является территорией, на которой проживают представители 175 национальностей (согласно переписи 2014 г.). Мультинациональная региональная среда накладывает значительный отпечаток на организационную культуру, что находит свое выражение в особенностях трудовой этики, взаимоотношений «работник – работник», «работник – клиент», а также личностных компетенциях работников. В данном случае речь идет о кросскультурном управлении, принципы которого, с одной стороны, позволяют ис-

пользовать культурное разнообразие как ресурс организации, а с другой, создают почву для плодотворного сотрудничества на стыке культур работников разных национальностей.

IV. К факторам микроуровня внешней среды относят непосредственное окружение предприятия, а именно: конкуренцию, деловых партнеров и потребителей услуг.

Высокая степень конкуренции среди организаций сферы услуг оказывает значительное влияние на организационную культуру. В настоящее время всего лишь совершенствование качества услуги не является достаточным для привлечения и удержания потребителя. Что касается непосредственно предприятий гостиничного хозяйства, то организационная культура является тем инструментом, который позволяет создавать уникальную гостиничную услугу. Выражается это в особой атмосфере гостеприимства, которая находит свое отражение в корпоративном стиле. Организационная культура становится своеобразной «визитной карточкой» гостиничного предприятия, формируя тем самым стереотипное восприятие организации клиентом и повышая его узнаваемость.

Влияние деловых партнеров на организационную культуру определяется отношениями между организациями, основанными на их ценностях и целях, законодательных и этических нормах, соблюдение которых способствует формированию положительной репутации и установлению доверительных взаимоотношений с деловыми партнерами.

Потребители оказывают непосредственное влияние на организационную культуру учреждений сферы услуг. Влияние данного фактора особо значимо для предприятий гостиничного хозяйства, поскольку установление долгосрочных отношений с клиентами оказывает значительное влияние на их эффективность [3]. Потребительские предпочтения клиентов находят свое выражение в таких характеристиках организационной культуры как уважение человеческого достоинства при реализации услуг, достоверность информации о предоставляемой услуге, конструктивная и своевременная реакция на просьбы и рекламации клиентов, традициях гостиничного предприятия, способствующих закреплению необходимых стереотипов поведения сотрудников и пр. Гарантия честного отношения к своим клиентам на протяжении всего цикла обслуживания является основой формирования положительного имиджа, доверительных отношений с клиентами и как следствие потребительской лояльности.

Выводы. Проведенное исследование позволило сгруппировать факторы внешней среды по уровню их воздействия на учреждения сферы услуг на факторы мега-, макро-, мезо- и микроуровня. Факторы внешней среды, будучи тесно взаимосвязаны друг с другом, оказывают существенное влияние, как непосредственно на учреждения сферы услуг, так и на уровень их организационной культуры. При этом факторы мегауровня внешней среды влияют на формирование базовых принципов организационной культуры

учреждений сферы услуг. Влияние факторов макроуровня на организационную культуру определяет основы идеологии управления учреждением сферы услуг. В тоже время мезофакторы внешней среды являются основой формирования корпоративной системы ценностей, а микрофакторы способствуют формированию у клиентов стереотипного восприятия учреждения сферы услуг, основой которого является уникальность услуги.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Уколов А. В. Влияние глобализации на развитие сферы услуг / А. В. Уколов // Вестник Самарского государственного аэрокосмического университета. — 2005. — № 2. — С. 72–81.

2. Тихомирова О. Г. Формирование и развитие организационной культуры : дисс. ... канд. эк. наук : 08.00.05 / О. Г. Тихомирова. — М., 2003. — 187 с.

3. Ячменева В. М. Анализ факторов внешней среды, влияющих на деловую репутацию и надежность деятельности предприятия / В. М. Ячменева, А. В. Барановская // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVIII региональной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры менеджмента, г. Евпатория, 02-03 декабря 2016 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 198–202.

© В.Д. Тарасюк

УДК 339.138

СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ ИМИДЖ ТЕРРИТОРИИ

THE ESSENCE OF THE CONCEPT OF IMAGE OF THE TERRITORY

Туголукова Е.Ю., преподаватель,
Севастопольский экономико-гуманитарный институт
(филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
г. Севастополь

E.U. Tugolukova, Lecture,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

Аннотация

Статья посвящена исследованию сущности понятия «имидж территории». Приводится обзор различных взглядов по данному вопросу.

Annotation

The article is devoted to the study of the essence of the concept of «image of the territory». An overview of the various views on this issue is given.

Ключевые слова: образ, имидж, имидж территории, регион, маркетинг территории.

Keywords: image, image of the territory, region, territory marketing.

Введение. В настоящее время когда туризм является не только социальным институтом, средством познания окружающего мира, отдыха и восстановления, но и мощным стимулом развития экономики регионов. Особо актуальным становится вопрос конкурентной борьбы между странами и целыми регионами за распределение туристского потока. Соответственно активизируется интерес к проблемам маркетинга территорий и необходимость научных исследований в данном направлении.

Цель исследования. Прежде чем говорить о развитии и продвижении территории, необходимо определиться с понятийно категориальным аппаратом и на его основе сформировать общее представление о таком понятии как «имидж территории».

Результаты исследования. Перспектива развития туризма в том или ином регионе мира зависит от успешности формирования благоприятного представления и имиджа территории. «Доброе имя», положительный имидж несомненно выступают предпосылкой для развития туризма и соответственно для ускорения экономического развития целых стран и регионов, решения многих социальных проблем, в том числе и повышения уровня качества жизни населения, а также непосредственного привлечения инвестиций и трудовых ресурсов.

Имидж с английского языка переводится как образ или изображение. Первоначально это понятие больше имело отношение к эстетике и искусствоведению. И только намного позже превратилось в категорию маркетинга, обеспечивающую успешность товаров и влияющую на их конкурентоспособность, а также получила практическое применение в таких сферах человеческой деятельности как политика, шоу-бизнес и мода. Где выбор потребителя на прямую влияет на их успешность. Регионы, как специфичные объекты, также не стали исключением и стали приобретать определенный имидж.

По мнению автора, за основу в этом исследовании целесообразно взять такое определение «региона», как «регион – это территория с установившейся социально-экономической системой жизнеобеспечения структурных элементов, которая адекватно и своевременно реагирует на внешние и внутренние изменения, адаптируется к ним, сохраняя свои параметры, и обеспечивает баланс интересов ее участников» [4].

По определению UNWTO, имидж региона – это совокупность эмоциональных и рациональных представлений индивида о регионе, вытекающих

из сопоставления всех признаков страны, а также собственного опыта и слухов, влияющих на создание определенного образа. Главная миссия имиджа – представить привлекательным свою территорию, где предлагается комплекс услуг [2].

Например, Важенина И.С. определяет имидж территории – это набор ощущений и образных, эмоционально окрашенных представлений людей, которые возникают по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических, морально-психологических и других особенностей данной территории [1]. Из данного определения можно сделать вывод что само понятие имиджа территории носит в большей степени субъективный характер и может формироваться как на основании личного опыта человека или на основании созданного образа в информационной среде. То есть создаваться искусственно в сознании людей. Но каждый человек склонен к индивидуальному восприятию той или иной информации, поэтому вполне закономерно формирование разных представлений о конкретной территории. Вследствие этого и имидж одной и той же территории в сознании разных людей будет формироваться различным.

Некоторые авторы в своих трудах, используют понятие «имидж» и «бренд» территории как синонимы.

Например, О. Ф. Русакова и В. М. Русаков пишут: «имидж и бренд – это специально сконструированные аттрактивные символические модели презентруемых субъектов, предназначенные для управления системой предпочтений и ценностных ориентаций публики с целью формирования социальной коммуникации» [3].

Выводы. С точки зрения автора представляется неверным использовать данные понятия как синонимы, так как одно понятие является причиной, другое следствием. «Имидж территории» представляет собой единство объективного и субъективного.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Важенина И. С. Имидж и репутация территории / И. С. Важенина // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 23. — С. 2–12.
2. Лапочкина В. В. Маркетинговый подход к формированию имиджевой стратегии туристских территорий / В. В. Лапочкина // Сб. материалов III-й региональной научно-практической конференции по проблемам развития внутреннего туризма в центральной России. — Ярославль, 2008. — С. 27.
3. Русакова О. Ф. Общая характеристика имиджа и бренда: сходства и отличия / О. Ф. Русакова, В. М. Русаков // PR-дискус: теоретико-методологический анализ. — Екатеринбург : УрО РАН, Институт международных связей, 2008. — 340 с.

4. Зименкова Е. Н. Сущность и специфика понятия «экономическая безопасность региона» / Е. Н. Зименкова, В. М. Ячменева // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVII научно-практической конференции, пгт. Гурзуф, 04 декабря 2015 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2016. — С. 94–98.

© Е.Ю. Туголукова

УДК 316.43

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЙ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА

FORMATION OF INDICATORS OF EFFICIENCY OF THE CORPORATE CULTURE OF THE UNIVERSITY

Ячменева В.М., д.э.н., профессор,
Ратыч О.Б., обучающаяся группы МГ-241-о,
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,
Институт экономики и управления, г. Симферополь

V.M. Yachmeneva,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
O.B. Ratich, student, gr. MG-241-o,
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,
Institute of Economics and Management, Simferopol

Аннотация

В исследовании проанализированы мероприятия Дорожной карты по реализации Концепции корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», определены целевые показатели. Определена важность проведения мероприятий корпоративной культуры для академического сообщества и сообщества обучающихся, как для носителей корпоративной культуры образовательного учреждения.

Annotation

This study describes the activities of the Roadmap for the implementation of the concept of corporate culture of the «V.I. Vernadsky Crimean Federal University», the indicators of their effectiveness are analyzed. Based on the conducted research, it was determined to conduct activities for the academic community and the community of learning institutions, both for the bearers of the corporate culture of the educational institution.

Ключевые слова: корпоративная культура, концепция, образовательное учреждение, целевые показатели, мероприятия, «Дорожная карта».

Keywords: corporate culture, concept, educational institution, performance indicators, activities, «Road map».

Введение. В последние годы все большей популярностью пользуется термин «корпоративная культура», который с недавних пор принято признавать атрибутом любой организации. В свою очередь, образовательные учреждения, имеющие относительную экономическую самостоятельность, являются субъектами конкуренции и вынуждены отстаивать свои интересы на рынке образовательных услуг [1]. Необходимо отметить, что в контексте Университета, корпоративная культура существенно отличается от корпоративной культуры производственных предприятий, поскольку является особым университетским образованием [2]. Образовательная услуга передается непосредственно от носителя знаний к потребителю, и то, насколько оба участника процесса заинтересованы в этом, будет отражаться в результате [3].

Корпоративная культура образовательного учреждения является инструментом повышения его конкурентоспособности. Но, прежде чем приступить к её формированию, необходимо её формализовать. Согласно Проекту по реализации концепции корпоративной культуры «Крымского Федерального Университета им. В.И. Вернадского» на 2017-2024 гг., корпоративная культура формализуется через целый комплекс документов: Концепцию корпоративной культуры, Дорожную карту реализации «Концепции корпоративной культуры Университета», Корпоративный кодекс КФУ [2].

Концепция определяет круг задач и основные элементы корпоративной культуры. Дорожная карта содержит в себе комплекс целевых показателей, которые достигаются поступательно, то есть каждый год набираются темпы, в рамках которых наблюдается динамика этих показателей. Соответственно, определяется перечень мероприятий, по эффективности реализации которых формируются группы компетенций.

Цель исследования. – дать характеристику мероприятиям Дорожной карты по реализации концепции корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», которые позволяют коллективу и обучающимся идентифицировать себя с Университетом; проанализировать целевые показатели Дорожной карты по реализации этих мероприятий в условиях интеграции.

Результаты исследования. Согласно Проекту «Концепция корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» К5.21/2016/КК1/2, одной из задач рабочей группы была разработка Дорожной карты по реализации мероприятий концепции корпоративной культуры Университета 2017-2024 гг. [4].

По своему содержанию «Дорожная карта» – это основополагающий документ, в котором определены основные направления совершенствования образовательной, организационной, научно-исследовательской деятельности, содержащий основные мероприятия и целевые показатели для выполнения Программы развития [5]. Это особая форма планирования,

направленная на определение траектории действий, ориентируемых на достижение ожидаемых результатов с учетом реальных затрат, логических методов и на необходимый промежуток времени.

На ряду с описанием мероприятий Дорожной карты по реализации «Концепции корпоративной культуры «КФУ им. В.И. Вернадского», проанализированы целевые показатели эффективности этих мероприятий.

Корпоративная культура образовательного учреждения формируется, прежде всего, под воздействием всех форм взаимодействия руководства с коллективом и с потребителями образовательных услуг (сообществом обучающихся) [1].

К проявлениям такого взаимодействия можно отнести [2]:

- реализацию образовательного процесса с творческим подходом, с целью не только сформировать профессиональные навыки у обучающихся, но и приобщить их к деловому общению, ценностям выбранной профессии;

- создание специального проекта «Университет-Работодатель»: погружение обучающегося в корпоративную культуру предприятий реального сектора экономики, способствование приобретению профессиональных компетенций через проведение ежегодных практик; активизация проекта «Факультет «Работодатель» (по примеру «Факультет «Консоль»); создание системы стратегического партнерства, которая обеспечивала бы обратные связи Университета с внешней средой (работодателями) для удовлетворения спроса на рынке труда;

- создание специального проекта «Университет-Школа»: пропаганда имеющихся направлений подготовки в Университете; выявление предпочтений выпускников школ в выборе будущей профессии; выявление спроса на новые направления подготовки;

- создание специального проекта «Университет-Университет»: организация конкурсов ВКР разных уровней подготовки; обеспечение доступа к электронным образовательным ресурсам Университета, внедрение сетевых образовательных программ;

- поддержание внеучебной деятельности в плане проведения различных мероприятий, направленных на НПР и обучающихся, как на носителей корпоративной культуры и ценностей (юбилей КФУ, структурных подразделений, кафедр, выдающихся ученых и педагогов КФУ); стимулирование инициатив самоуправления обучающихся;

- принятие законодательных локальных актов, определяющих статус корпоративной культуры Университета и способствующих воспитанию бережного отношения к историческому и культурному наследию народов Крыма;

- соблюдение делового стиля одежды, трудового внутреннего распорядка и пунктуальности; разработка и изготовление фирменного значка для обучающихся о принадлежности к Университету; разработка и изготовление памятного значка «Выпускник КФУ»; использование «брендовой» продукции: календари, блокноты, ручки, шарики;

– формирование системы мероприятий по благоустройству территорий, зданий, памятных мест Университета, и др.

Целевые показатели эффективности мероприятий корпоративной культуры в Дорожной карте по реализации корпоративной культуры «КФУ им. В.И. Вернадского» представлены в виде двух разделов: первый раскрывает «мониторинговые показатели», второй – «дополнительные». В свою очередь, мониторинговые показатели делятся на группы: академическая репутация, репутация Университета среди работодателей и академическая культура. Дополнительные же показатели делятся на показатели корпоративной культуры КФУ в рамках репутационной ответственности, репутационной ситуации, а также показатели web-влияния.

Более детально остановимся на показателях, отражающих академическую репутацию Университета. Согласно разработанному понятийному аппарату, представленному в «Концепции корпоративной культуры «КФУ им. В.И. Вернадского», «академическая репутация – это мнение академического сообщества, сложившееся об уровне качества предоставляемых образовательных услуг, самом Университете, его достоинствах и недостатках» [2]. Академическая репутация Университета включает в себя оценку научного потенциала и условий обучения. Основным источником является возможность производить научный результат, который позволит другим людям произвести новый результат [6].

Уровень фактической академической репутации КФУ им. В.И. Вернадского на 2016 и 2017 гг., а также прогнозируемый уровень репутации на 2024 г. представлены на рис. 1.

Проанализировав полученные показатели, можно сделать вывод, что количество докладов на международных научно-практических мероприятиях (под эгидой ведущих мировых исследовательских центров, Университетов) в 2017 году по сравнению с 2016 возросло на 672 единицы (57%), а прогнозный показатель на 2024 г. по сравнению с 2017 возрастает более чем на 200%.

Количество публикаций на международных научно-практических мероприятиях сотрудников Университета в 2017 году по сравнению с 2016 увеличилось на 472 единицы (40%), а прогноз на 2024 г. показывает увеличение этого показателя на 420% по сравнению с 2017 г.

Количество докладов на международных научно-практических мероприятиях (под эгидой ведущих российских исследовательских центров РФ) в 2017 году по сравнению с 2016 увеличилось на 68 единиц (3%), а к 2024 году планируется увеличение этого показателя почти на 160% по сравнению с 2017 г. Количество публикаций и тезисов на таких мероприятиях в 2017 году равно 1300 единиц, что больше показателя 2016 года на 36,8%. При этом возрастание числа этих публикаций к 2024 году прогнозируется на 154%.

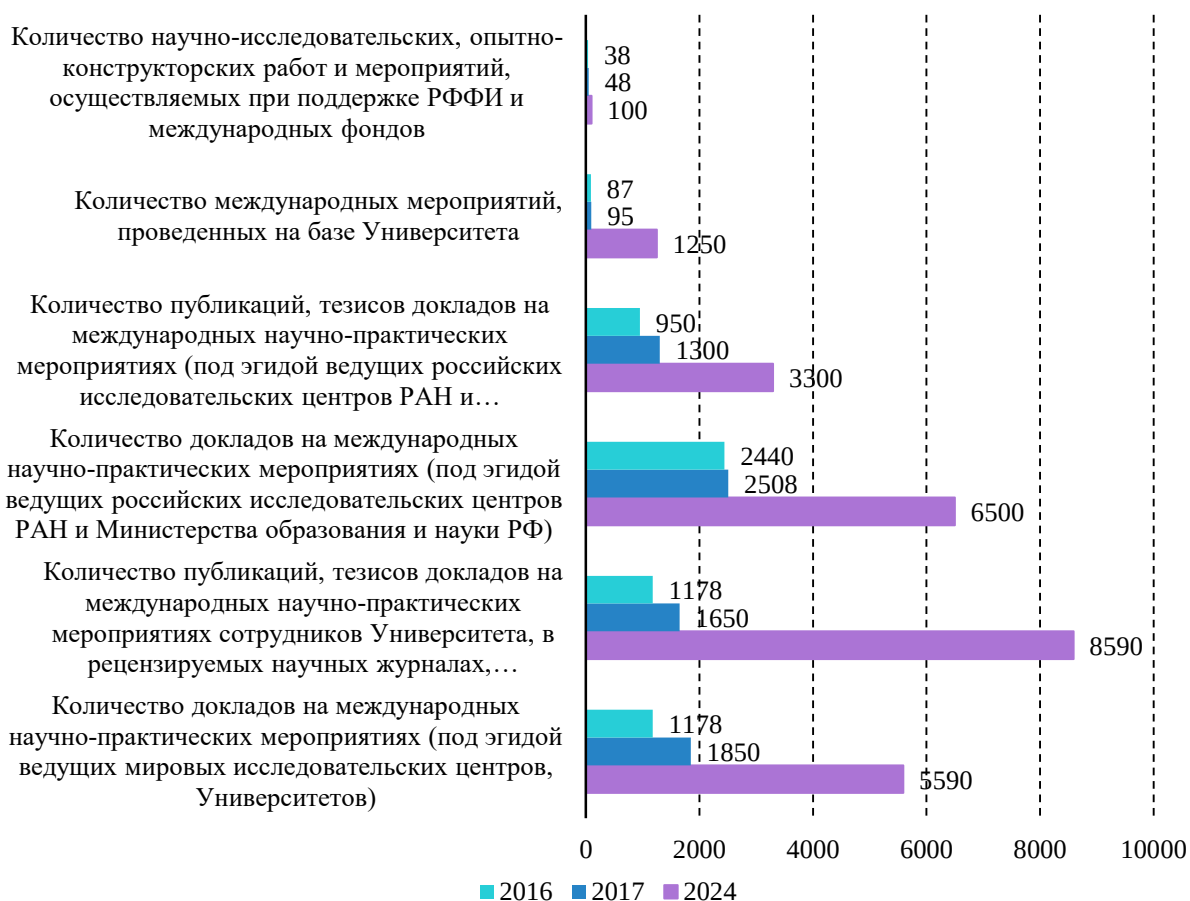


Рис. 1. Фактические (2016 и 2017 гг.) и прогнозируемые (2024 г.) показатели академической репутации КФУ (источник: составлено по материалам [4; 7])

В 2024 г. планируется проведение 1250 международных мероприятий на базе Университета, что на 1155 единиц больше, чем в 2017 г., при этом в 2016 г. было проведено всего 87 таких мероприятий.

Количество научных изданий, входящих в перечень ВАК в 2017 г. равно 22 единицам, что существенно превышает этот показатель в 2016 г. Учитывая положительную тенденцию и используя метод экстраполяции, на 2024 г. планируется опубликовать 30 изданий для перечня ВАК.

Выводы. Несмотря на длинную историю создания каждого структурного подразделения, КФУ им. В.И. Вернадского является молодым федеральным образовательным учреждением, существующим всего-навсего 4 года. Учитывая это, Университет на сегодняшний день ставит перед собой задачу достойно интегрироваться в образовательное пространство РФ и академическое сообщество, такие темпы роста целевых показателей вполне оправданы.

Исследования показали, что для того чтобы образовательное учреждение могло соответствовать уже установившимся критериям оценки деятельности федеральных университетов, была поставлена цель за определенный промежуток времени достичь высокого уровня показателей академической репутации. Для этого Университету необходимо в рамках своей образовательной,

научно-исследовательской деятельности и материально-техническом обеспечении преодолеть достаточно преград, и постоянно доказывать свою конкурентоспособность, которая будет транслироваться именно через корпоративную культуру.

КФУ должен соответствовать показателям всей группы университетов по России и стремиться реализации поставленных задач с целью сохранения своего статуса в образовательной иерархии как федеральный университет и в значимости для Республики Крым – как региональный. Именно поэтому была разработана Концепция корпоративной культуры Университета, сформирован Корпоративный кодекс и направлены все усилия на достижение целевых показателей эффективности мероприятий корпоративной культуры Университета.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Корпоративная культура образовательного учреждения // Информ. Единое информационное пространство образования России. — Режим доступа : <http://www.informio.ru/publications/id1650/Korporativnaja-kultura-obrazovatel'nogo-uchrezhdenija>. — Дата доступа : 28.03.2018.

2. Проект К5.21/2016/КК1/2 «Концепция корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (руководитель проекта профессор В. М. Ячменева). — Режим доступа : <http://cfuv.ru/wp-content/uploads/2017/09/Proekt-KK.pdf>. — Дата доступа : 04.04.2018.

3. Ячменева В. М. Особенности корпоративной культуры современного образовательного учреждения / В. М. Ячменева // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVIII региональной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры менеджмента, г. Евпатория, 02-03 декабря 2016 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 230–236.

4. Проект К5.21/2016/КК1/2 «Концепция корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» на 2017-2024 годы» / Дорожная карта (науч. руководитель Ячменева В. М.). — Симферополь, 2017. — 35 с.

5. Программа развития Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В. И. Вернадского» на 2017-2024 годы / Дорожная карта. — Симферополь, 2017. — 38 с.

6. Whitley, Richard & Jochen Glaser. Governance of the Sciences. The Advent of Research Evaluation Systems // Научный электронный журнал 2007. — Режим доступа : <https://postnauka.ru/faq/6451>. — Дата доступа : 28.03.2018.

7. Ячменева В. М. Рейтинг КФУ им. В.И. Вернадского в медиапространстве / В. М. Ячменева // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XIX региональной научно-практической конференции, г. Евпатория, 01-02 декабря 2017 г. ; под общ. ред. В. М. Ячменевой. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 285–290.

© В.М. Ячменева, О.Б. Ратыч

НАШИ АВТОРЫ

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
1	Алафузов Игорь Григорьевич	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
2	Алядинова Мавиле Абляевна	обучающаяся группы МО-141-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
3	Андроник Анастасия Юрьевна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
4	Антонова Алёна Александровна	к.э.н., ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
5	Апатова Наталья Владимировна	д.э.н., профессор, заведующий кафедрой бизнес-информатики и математического моделирования Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
6	Бакунина Анна Сергеевна	обучающаяся группы МО-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
7	Безпалько Анна Романовна	к.э.н., доцент, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
8	Богатова Елена Юрьевна	к.э.н., доцент, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
9	Бурнина Ника Александровна	обучающаяся группы МО-431-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
10	Ваховская Маргарита Юрьевна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
11	Ведмидь Евгений Игоревич	обучающийся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
12	Воробец Тарас Иванович	к.э.н., доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
13	Гармаш Любовь Дмитриевна	обучающаяся группы МО-431-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
14	Германова Анастасия Александровна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
15	Головко Эрнест Русланович	обучающийся группы МО-141-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
16	Грибакова Яна Юрьевна	обучающаяся группы МО-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
17	Грогуль Ярослав Дмитриевич	обучающийся группы МО-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
18	Емельяненко Анастасия Александровна	обучающаяся группы МО-431-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
19	Желанковская Лариса Анатольевна	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
20	Зименкова Елена Николаевна	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь; соискатель ФГБУН «Институт проблем рынка РАН», г. Москва
21	Иноземцев Владислав Александрович	обучающийся группы МО-432-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
22	Ислямова Эльзара Рустемовна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
23	Кадиров Азиз Акифович	обучающийся группы МО-141-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
24	Калашникова Светлана Евгеньевна	к.э.н., доцент, доцент кафедры производственного менеджмента ФГБОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва
25	Камбурова Эльвина Османовна	обучающаяся группы МО-332-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
26	Каткова Татьяна Евгеньевна	к.э.н., доцент, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
27	Краснощеков Александр Викторович	обучающийся группы 237434/0102 (уровень ВО – магистратура) ФГАОУ ВО «СПбПУ», Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли, г. Санкт-Петербург
28	Кукурудза Арина Валериевна	обучающаяся группы МО-434-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
29	Любонька Наталья Григорьевна	обучающаяся группы МО-231-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
30	Маслов Евгений Сергеевич	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
31	Мацова Анна Сергеевна	старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
32	Монахова Ксения Вячеславовна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
33	Мохова Елена Александровна	ассистент кафедра экономики и социальной работы ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Ставрополь
34	Нагиленко Антон Петрович	обучающийся группы МГ-141-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
35	Османова Зарема Османовна	старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
36	Педан Екатерина Михайловна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
37	Петров Владимир Николаевич	д.э.н., профессор, заведующий кафедрой лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
38	Петрова Мария Сергеевна	обучающаяся группы МО-141-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
39	Пономаренко Ольга Михайловна	обучающаяся группы МГ-432-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
40	Пушкарёва Елена Викторовна	старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
41	Ратыч Ольга Богдановна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
42	Рыдаева Ксения Вячеславовна	обучающаяся группы МО-432-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
43	Савченко Дарья Дмитриевна	обучающаяся группы МО-432-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
44	Святохо Наталья Валентиновна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
45	Серова Лилия Борисовна	обучающаяся группы МГ-241-о (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
46	Сиволап Александр Владимирович	старший преподаватель кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
47	Смирнова Альбина Ивановна	к.э.н., доцент, доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
48	Солодилова Варвара Михайловна	обучающаяся группы ВМ-1602 (уровень ВО – магистратура) ФГБОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва
49	Станкевич Анастасия Алексеевна	к.э.н., старший преподаватель кафедры менеджмента устойчивого развития Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
50	Сулыма Александра Иосифовна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
51	Таранец Анжела Евгеньевна	обучающаяся группы МГ-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
52	Тарасюк Вера Дмитриевна	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
53	Терехов Дмитрий Витальевич	обучающийся группы МО-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
54	Тимаев Дамир Абдурашидович	обучающийся группы МИ-241-з (уровень ВО – магистратура) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
55	Тимаев Руслан Абдурашидович	ассистент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
56	Тимофеев Роман Андреевич	к.э.н., доцент, заведующий кафедрой менеджмента ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань
57	Тимощенко Екатерина Сергеевна	обучающаяся группы МГ-433-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
58	Ткаченко Евгения Игоревна	обучающаяся группы МО-332-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
59	Туголукова Елена Юрьевна	преподаватель кафедры туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Севастополь
60	Филинова Ирина Вячеславовна	к.э.н., доцент кафедры лесной политики, экономики и управления Института управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург
61	Фокина Наталья Александровна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

№ п/п	Фамилия, имя и отчество	Ученая степень, ученое звание, должность (статус, номер группы, уровень высшего образования), место работы (обучения)
62	Хатикова Залина Валерьевна	к.э.н., и.о. заведующего кафедрой менеджмента, туризма и гостиничного бизнеса Севастопольского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Севастополь
63	Хмеленко Павел Станиславович	обучающийся группы МО-331-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
64	Хорева Ангелина Владимировна	обучающаяся группы МГ-431-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
65	Хороших Наталья Сергеевна	обучающаяся группы МО-432-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
66	Храпко Владимир Николаевич	к.б.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
67	Царенко Наталья Владимировна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
68	Цветкова Изабелла Ивановна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
69	Чернецова Галина Михайловна	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
70	Чугунова Татьяна Николаевна	к.геогр.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
71	Шулакова Элина Максимовна	обучающаяся группы МО-431-о (уровень ВО – бакалавриат) Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
72	Ячменев Евгений Федорович	к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь
73	Ячменева Валентина Марьяновна	д.э.н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента Института экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь

Всего авторов – 73 чел., в т.ч.:

Профессорско-преподавательский состав – 37 чел., в т.ч.:

по должностям:

- заведующий кафедрой – 5 чел.;
- профессор – 0 чел.;
- доцент – 19 чел.;
- старший преподаватель – 5 чел.;
- преподаватель, ассистент – 8 чел.

по ученым степеням:

- доктор наук – 3 чел.;
- кандидат наук – 23 чел.

по ученым званиям:

- профессор – 3 чел.;
- доцент – 18 чел.

по образовательным организациям:

Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь – 25 чел.;

Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Севастополь – 1 чел.;

Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», г. Севастополь – 1 чел.;

ФГБОУ ВО «Казанский государственный энергетический университет», г. Казань – 2 чел.;

Институт управления и экономики лесного сектора (структурное подразделение) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет имени С.М. Кирова», г. Санкт-Петербург – 6 чел.;

ФГБОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва – 1 чел.;

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Ставрополь – 1 чел.;

Обучающиеся – 36 чел., в т.ч.:

по уровням высшего образования:

- аспиранты – 0 чел.;
- магистры – 15 чел.;
- бакалавры – 21 чел.

по образовательным организациям:

Институт экономики и управления (структурное подразделение) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского», г. Симферополь – 34 чел.;

ФГБОУ ВО «РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина», г. Москва – 1 чел.;

Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли ФГАОУ ВО «СПбПУ», г. Санкт-Петербург – 1 чел.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА: ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ3

<i>Антонова А.А.</i> Анализ текущего состояния и перспективы развития туристической отрасли Республики Крым.....3	3
<i>Апатова Н.В.</i> Проблемы управления региональным инновационным развитием8	8
<i>Головки Э.Р., Ячменева В.М.</i> Сети ресторанов быстрого питания как инфраструктурный элемент туристического кластера.....11	11
<i>Кадиров А.А., Воробец Т.И.</i> Разработка конкурентной стратегии предприятий16	16
<i>Маслов Е.С.</i> Винный туризм как туристическое направление21	21
<i>Мохова Е.А.</i> Перспективы развития регионов юга России: кластеры как «точки роста»24	24
<i>Петрова М.С., Воробец Т.И.</i> Система факторов, оказывающих влияние на уровень конкурентоспособности организации29	29
<i>Пономаренко О.М., Воробец Т.И.</i> Мировой опыт в области управления или повышения конкурентоспособности предприятий33	33
<i>Станкевич А.А.</i> Деловой климат ведения бизнеса в Российской Федерации.....35	35
<i>Царенко Н.В., Хмеленко П.С.</i> Трансформация рынка труда Республики Крым после вхождения в состав РФ39	39
<i>Ячменев Е.Ф., Тимаев Д.А.</i> Проблемы инновационного развития предприятий в электроэнергетическом комплексе Республики Крым на примере ГУП РК «Крымэнерго»43	43

СЕКЦИЯ 2. САНКЦИИ КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....48

<i>Хатигова З.В.</i> Направления инновационной деятельности гостиничных предприятий Крыма.....48	48
<i>Храпко В.Н.</i> Криптовалюты и экономика.....51	51
<i>Чугунова Т.Н., Емельяненко А.А., Бурнина Н.А.</i> Внедрение новшеств в управление персоналом.....54	54
<i>Чугунова Т.Н., Гармаш Л.Д., Шулакова Э.М.</i> Внедрение новшеств на предприятиях гостиничной индустрии.....57	57

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА62

<i>Андроник А.Ю., Святохо Н.В.</i> Факторы, влияющие на внедрение системы экологического менеджмента на промышленном предприятии.....	62
<i>Османо́ва З.О., Бакулина А.С.</i> Тенденции развития санаторно-курортных учреждений в Республике Крым	68
<i>Ведмидь Е.И., Чугунова Т.Н.</i> Методы оценки эффективности работы предприятия	72
<i>Воробец Т.И.</i> Исследование составляющих системы управления персоналом с учетом инновационных подходов	75
<i>Германова А.А., Сиволан А.В.</i> Формирование механизма управления рисками АО «Завод «Фиолент»	79
<i>Иноземцев В.А., Воробец Т.И.</i> Проблемы и перспективы развития инвестиционной деятельности финансовых организаций	82
<i>Ислямова Э.Р.</i> Недостатки концепции управления на основе стоимости компании	85
<i>Любонька Н.Г., Тимаев Р.А.</i> Совершенствование маркетинговой деятельности на отечественных предприятиях	89
<i>Османо́ва З.О., Грибакова Я.Ю.</i> Сравнительная характеристика методов стратегического анализа деятельности предприятия	92
<i>Османо́ва З.О., Терехов Д.В.</i> Оценка уровня конкурентоспособности предприятия на примере СКК «Mriya Resort & Spa»	96
<i>Тимофеев Р.А., Алафузов И.Г.</i> К вопросу оценки уровня экономической надежности региональных промышленных предприятий.....	100
<i>Хорева А.В., Воробец Т.И.</i> Критерии оценки эффективности работы предприятия	105

СЕКЦИЯ 4. ЭФФЕКТИВНОЕ АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ109

<i>Ваховская М.Ю., Ткаченко Е.И.</i> Успешный менеджер по логистике: актуальные требования рынка	109
<i>Грогуль Я.Д., Мацова А.С.</i> Повышение конкурентоспособности организации путём реализации стратегии расширения деятельности	115
<i>Желанковская Л.А.</i> Классификация системы показателей оценки уровня качества гостиничных услуг	121
<i>Краснощеков А.В.</i> Оптимизация налоговой нагрузки АО «Третий парк» в условиях экономического кризиса	126

<i>Кукурудза А.В., Мацова А.С.</i> Разработка мероприятий по расширению ассортимента услуг гостиничного предприятия ООО «Парадизио»	130
<i>Нагиленко А.П., Ваховская М.Ю.</i> Логистическая стратегия и её роль в деятельности предприятия	135
<i>Савченко Д.Д., Хороших Н.С., Чугунова Т.Н.</i> Возможности использования инструментария стратегического планирования	138
<i>Серова Л.Б., Цветкова И.И.</i> Формирование компетентностного подхода в управлении торговыми организациями	144
<i>Солодилова В.М., Калашикова С.Е.</i> Аудит рисков как инструмент управления инвестиционными проектами	147
<i>Сулыма А.И., Тимощенко Е.С.</i> Особенности формирования инвестиционной стратегии ресторана	151
<i>Фокина Н.А., Алядинова М.А.</i> Сравнительный анализ зарубежных и отечественных моделей мотивации персонала	156
<i>Фокина Н.А., Монахова К.В.</i> Роль современного стратегического управления персоналом организации в формировании инновационной экономики	159
<i>Чернецова Г.М., Таранец А.Е.</i> Разработка стратегии развития предприятия пищевой промышленности	163
<i>Ячmeneва В.М., Педан Е.М.</i> Ресурсозависимость: теория и практика	167

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА И УСТОЙЧИВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПРИРОДНЫМИ РЕСУРСАМИ РЕГИОНА172

<i>Безпалько А.Р.</i> Факторы, влияющие на эффективность деятельности лесозаготовительных предприятий	172
<i>Богатова Е.Ю.</i> Исследование региональных проблем использования недревесных лесных ресурсов на примере Новгородской области	176
<i>Зименкова Е.Н.</i> Виды последствий экологических изменений в системе экономической безопасности региона	182
<i>Каткова Т.Е.</i> Показатели оценки эффективности управления природными ресурсами региона	187
<i>Петров В.Н.</i> Проблема учета лесных экосистемных услуг в лесном планировании	191
<i>Петров В.Н., Филинова И.В.</i> Административное ценообразование на лесные ресурсы в условиях рыночной экономики	196
<i>Смирнова А.И.</i> Нормативные технологические карты в условиях бюджетного финансирования лесного хозяйства	201
<i>Чугунова Т.Н.</i> Информационное обеспечение экологического управления в курортном регионе	204

<i>Камбурова Э.О., Чугунова Т.Н.</i> Платежи за загрязнение окружающей среды как инструмент природоохранного менеджмента	208
--	-----

КРУГЛЫЙ СТОЛ «ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ КАК ИНСТРУМЕНТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ»213

<i>Пушкарёва Е.В.</i> «Брейн-фитнес» как способ повышения умственных способностей менеджера	213
---	-----

<i>Рыдаева К.В., Воробец Т.И.</i> Имиджевая реклама как элемент формирования конкурентных преимуществ предприятия	217
---	-----

<i>Тарасюк В.Д.</i> Влияние факторов внешней среды на организационную культуру учреждений сферы услуг.....	220
--	-----

<i>Туголукова Е.Ю.</i> Сущность понятия имидж территории	225
--	-----

<i>Ячmeneва В.М., Ратыч О.Б.</i> Формирование целевых показателей эффективности мероприятий корпоративной культуры университета	228
---	-----

НАШИ АВТОРЫ234

Научное издание

Ответственный редактор: Ячmeneва Валентина Марьяновна

Технический редактор: Ячmeneв Евгений Федорович

Компьютерная верстка: Тимаев Руслан Абдурашидович

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИКОЙ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

**сборник трудов
III региональной научно-практической
конференции**

**12-13 апреля 2018 г.
г. Симферополь**

Формат 60×84/16. Усл. печат. л. 13,77. Тираж 300 экз.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».
295034, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-А/2.
тел.: (0652) 70-63-31, +7 978 717 29 01
E-mail: it.arial@yandex.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии ИП Бражников Д.А.
295053, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Оленчука, 63,
тел.: (0652) 70-63-31, +7 978 717 29 01
E-mail: braznikov@mail.ru