

Научные записки ОрелГИЭТ

№3 (21)

Май 2017 г.

Издается с мая 2010 г. Выходит 6 раз в год.

Подписка во всех отделениях связи по объединенному каталогу
«Пресса России» (индекс Е13171)

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомндзор).

Свидетельство о регистрации:
ПИ № ФС77-67658 от 10 ноября 2016 г.

Учредитель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Издатель: ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
экономики и торговли»
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

При перепечатке ссылка на издание обязательна

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей

Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ»:
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12
Телефон: (4862) 255037, e-mail: almanah-ogiet@mail.ru

© ОрелГУЭТ, 2017

Подписано в печать 30.05.2017 г. Заказ №24.
Формат 60x84¹/₈. Объем 18 п.л. Тираж 1000 экз.
Цена свободная

Отпечатано с готового оригинал-макета
на полиграфической базе ОрелГУЭТ
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12

Главный редактор:

Воронкова И.Е. доктор исторических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Редакционный совет:

Алдошина М.И. доктор педагогических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Дзуржинский К. PhD
Варшавский университет лингвистики «Wsztechnica Polska», Польша

Дли М.И. доктор технических наук, профессор
Филиал ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»
в г. Смоленске

Завиц М. PhD, doc. PaedDr. ThDr.
Жилинский университет, Словакия

Зубцов Ю.Н. доктор медицинских наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Лисичкин В.Г. доктор технических наук, доцент
ФГКВБОУ ВО «Академия Федеральной службы охраны Российской Федерации»

Лозенко В.К. доктор технических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Паршутина И.Г. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт университет и торговли»

Рисин И.Е. доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»

Шманев С.В. доктор экономических наук, профессор
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Чечкин А.В. доктор физико-математических наук, профессор
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Ответственный редактор:

Жучков А.А. кандидат технических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Литературный редактор:

Зайцева Н.Н. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Технический редактор:

Смагина И.В. кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

Переводчик:

Лепешкина Г.Г. старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»

СОДЕРЖАНИЕ

Воронкова И.Е. Колонка главного редактора	5
---	---

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Арманшина Г.Р., Мотина С.Е., Сергеев К.Ю. Современная концепция конкурентных стратегий	6
--	---

Пьянова Н.В., Третьякова Н.А. Конкурентная стратегия в системе управления конкурентоспособностью организации	13
--	----

Голоктионова Ю.Г., Васильева О.Б., Ключков Д.Ю. Стратегическое планирование как инструмент управления развитием промышленного предприятия	21
---	----

Макарова Т.Н., Ильюшина Е.В. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур в Российской Федерации	34
---	----

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

Лисичкина Н.В., Арманшина Г.Р., Комиссарова Е.А. Макроэкономическое планирование как инструмент управления научно-техническим развитием национальной экономики	43
--	----

Орлова С.А., Кучерова М.В. Понятие и классификация причин экономической преступности	57
--	----

Потапова Е.В., Башакина С.В. Фандрайзинг как источник инвестиций в сфере культуры	63
---	----

Чуканов А.И. Исследование неравномерности развития ипотечного жилищного кредитования в регионах России	71
--	----

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Байрамгелдиев Б.Б. Информационные технологии управления автотранспортным предприятием	82
---	----

Смагина И.В., Ковалева Д.В. Автоматизация склада временного хранения с помощью программного решения Qguar WMS Pro	89
---	----

ТЕХНОЛОГИЯ И ТОВАРОВЕДЕНИЕ

Меркулов А.И., Степаненко Н.М., Белова В.И. Исследование возможности использования нетрадиционного сырья в технологии сахарного печенья	98
---	----

Меркулова Е.Г., Тимоничева Э.С., Щигарцова В.В.

Изучение физико-химических показателей качества теста для пиццы из полбяной, соевой и овсяной муки

108

НАУКА БУДУЩЕГО

Червяков Ю.А.

Бизнес-процессы предприятия, их оценка и методы описания

115

Герченева С.В.

Продвижение туристских территорий: понятие и основные этапы

122

Шляков Р.И.

Особенности применения smm на рынке B2B

127

Сусло Е.А.

Особенности государственного прогнозирования и планирования в России

133

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

141

КОЛОНКА ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА EDITORIAL COLUMN

Уважаемые авторы и читатели журнала!

В данном номере «плавающую» рубрику мы решили отдать на откуп молодым исследователям, озаглавив ее «Наука будущего». Это работы магистрантов, которые определились в своих научных пристрастиях и впервые представляют широкой публике свои наработки. Сфера их интересов различна – это и бизнес-процессы предприятия, и теоретические аспекты продвижения туристских территорий, и особенности применения Social Media Marketing в сфере B2B-маркетинга, и специфика государственного планирования и прогнозирования в РФ в аспекте реализации портфеля государственных программ по социально-экономическому развитию страны и многое, многое другое.

Для нас столь широкая тематика статей представляется весьма знаковой – поднимая на научном и практическом уровнях вопросы, связанные с различными аспектами жизнедеятельности государства, проявляя свою заинтересованность в устойчивом развитии регионов, стабильном функционировании предприятий, организаций и учреждений, наши магистранты демонстрируют и свое желание, и свою способность внести достойный вклад в будущее как российской науки, так и российского государства. Пожелаем им удачи на выбранном поприще!

С уважением,
главный редактор
д.и.н., профессор Воронкова И.Е.

УДК 339.137.21

Арманшина Г.Р., Мотина С.Е., Сергеев К.Ю.**СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ****Armanshina G. R., Motina S.E., Sergeev K.Ju.****THE MODERN CONCEPT OF COMPETITIVE STRATEGIES**

Арманшина Гульнара Рамильевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

Мотина Светлана Евгеньевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

Сергеев Кирилл Юрьевич; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

Усложнение конкурентной среды мирового рынка, ускорение и повышение степени неопределенности происходящих в ней изменений привело к необходимости перехода от концепции долгосрочного планирования и традиционных методов маркетинга к концепции формирования и реализации конкурентных стратегий фирмы. Оценка конъюнктуры глобального и локальных рынков, прогнозирование тенденций развития потребительских предпочтений, выбор ключевых возможностей и направлений долгосрочного инвестирования, анализ альтернатив и формирование стратегии – это во многом искусство, основанное на сочетании знаний, опыта и интуиции. Концептуальная проблема стратегического управления усложняется еще и тем, что в ходе формирования конкурентной стратегии необходимо не просто ответить на ряд конкретных вопросов, а, по сути, сначала поставить сами вопросы (проблемы, вызовы), предопределяющие принципиально новые пути развития фирмы на долгосрочную перспективу, и лишь затем разрабатывать способы, подходы, алгоритмы их решения.

Armanshina Gulnara Ramilyevna, candidate of economic sciences, associate professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gulnararm@mail.ru

Motina Svetlana Evgenievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gulnararm@mail.ru

Sergeev Kirill Yurievich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gulnararm@mail.ru

Complication of competitive environment of the world market, acceleration and increase of the uncertainty degree of its changes has led to the necessity of transition from the concept of long-term planning and traditional marketing methods to the concept of competitive strategies of the firm. Conjuncture estimation of the global and local markets, forecasting of the development tendencies of consumer preferences, choice of key possibilities and directions of long-term investment, analysis of alternatives and strategy formation are, in many respects, art based on the combination of knowledge, experience and intuition. The conceptual problem of strategic management becomes complicated by the fact that during formation of competitive strategy it is necessary not simply to answer a number of certain questions, but, as a matter of fact, first to formulate these questions (problems, challenges) predetermining essentially new ways of the firm development for long-term prospect, and only then to develop the ways, approaches and algorithms of their solution.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентная среда, конкурентная стратегия, глобализация экономики, стратегические альтернативы.

Keywords: competitiveness, competitive environment, competitive strategy, economy globalization, strategic alternatives.

Современное состояние, формы и методы международной конкуренции обусловлены рядом тенденций развития мировой экономики, которые придают новое качество международным экономическим отношениям и вызывают необходимость перехода к новым концепциям управления как на уровне предприятия, так и на отраслевом и национальном уровнях. Основными из этих тенденций являются следующие:

1. Ускорение под влиянием научно-технического прогресса всех этапов инновационного цикла («исследования – разработка – производство – продвижение на рынок») новых видов продукции. Скорость обновления производства становится одним из важнейших факторов конкурентоспособности.

2. Усложнение состава субъектов конкурентной борьбы. Наряду с транснациональными корпорациями высокоразвитых стран, которые конкурируют между собой и с местными производителями, субъектами конкуренции становятся государственные, меж- и надгосударственные институты, в том числе региональные, конкурирующие на основе совершенствования своих образовательных, инновационных, налоговых и других институциональных систем. Кроме того, произошел значительный количественный рост участников мирового рынка вследствие распада союза восточно-европейских государств, либерализации внешнеэкономической деятельности в постсоветских странах, увеличения числа стран-членов ВТО.

3. Развитие инфраструктуры мирового рынка за счет создания глобальных информационных, банковских, посреднических и производственных сетей привело к снижению транзакционных издержек. Вместе с ростом числа конкурирующих субъектов это обусловило значительный рост интенсивности конкуренции во всех странах и на мировом рынке в целом и одновременно вызвало к жизни такие новые организационные модели бизнеса, как сетевые фирмы, стратегические альянсы, электронную торговлю и другие.

4. Развивающиеся на фоне глобализации мировой экономики процессы регионализации, а также нарастающий разрыв в уровне и динамике роста доходов развитых и развивающихся стран привели к усложнению условий конкуренции для предприятий из стран с формирующимися рынками.

Данные тенденции вызвали усложнение конкурентной среды мирового рынка, ускорение и повышение степени неопределенности происходящих в ней изменений. Наряду с секуляризацией (сегментацией и индивидуализацией спроса) это привело к необходимости перехода от концепции долгосрочного (стратегического) планирования и традиционных методов маркетинга к концепции формирования и реализации конкурентных стратегий фирмы, которая

объединяет в себе философию, методологию и инструменты стратегического менеджмента и стратегического маркетинга.

Если раньше основными условиями эффективной работы предприятия на рынке являлись знание требований потребителя к продукции, наличие продуманного долгосрочного плана производства и реализации продукции, соответствующей этим требованиям, а также управленческой и производственной структуры организации, которая обеспечивает согласованную работу по выполнению данного плана, то в настоящее время этого недостаточно.

Во-первых, в современных условиях знание требований покупателей должно быть дополнено учетом сильных и слабых сторон и стратегии конкурентов, а также систематическим мониторингом возможностей, вытекающих из результатов научно-исследовательских работ в стране и за рубежом.

Во-вторых, в изменяющейся среде долгосрочный план уступает место разработке общих принципов так называемого «видения» и подходов, которые организация использует для привлечения клиентов и ведения конкурентной борьбы, а также при решении проблем, возникающих в связи с трансформацией внутренних и внешних условий бизнеса, что и определяется как конкурентная стратегия предприятия.

В-третьих, основной акцент при реализации стратегии смещается со стабильных на гибкие структуры, а среди факторов производства независимо от структуры затрат ведущая роль отводится человеческому фактору и информационно-коммуникационным ресурсам. В рамках данной концепции конкуренция рассматривается как борьба фирм за ограниченный объем платежеспособного спроса на доступных им сегментах рынка.

Под конкурентоспособностью в широком смысле понимается относительное свойство объекта удовлетворять потребность, а под конкурентоспособностью товара (услуги) – относительная степень его притягательности для потребителя. При этом объектами, обладающими свойством конкурентоспособности, могут выступать факторы производства, включая человеческий фактор, товары (услуги), предприятия и различные организационные формы их объединения, отрасль, экономика страны в целом.

В последнее время все чаще говорят о конкурентоспособности региональных экономических объединений – ЕС, НАФТА, ЕврАзЭС и других. Важной характеристикой конкурентоспособности выступает то, что это всегда относительное понятие. Оценка конкурентоспособности может производиться относительно различных классов других объектов. Например, для товаров в качестве базы для сравнения могут выступать свойства товаров в среднем по отрасли или нормальные для рынка данного региона; товары-лидеры рынка; нормативные или стандартные свойства; свойства перспективных, разрабатываемых моделей других фирм. Понятно, что один и тот же товар в зависимости от избранной базы сравнения будет обладать различным уровнем конкуренто-

способности.

Наиболее объективными являются показатели конкурентоспособности относительно товаров-лидеров рынка и перспективных товаров. Наконец, свойства объекта, которые обеспечивают его конкурентоспособность, тоже могут быть различными. Если говорить о товарах (услуги здесь и далее мы включаем в понятие товар), то его притягательность для потребителя может быть обеспечена как за счет преимуществ по цене, точнее – по лучшему, чем у конкурента соотношению полезного эффекта к затратам на приобретение и эксплуатацию, так и по качественным характеристикам. В последнем случае полезный эффект у потребителя может быть оценен не столько в экономических показателях (экономия, прибыль и т. п.), сколько степенью удовлетворения неких социально-психологических, статусных потребностей, необходимостью соблюдения определенных эргономических, общественных, экологических условий. При этом ценовой фактор отодвигается на второй план в оценке конкурентоспособности.

Как видим, даже для того чтобы придать конкретное содержание ключевому в конкурентной борьбе понятию конкурентоспособности, необходимо осуществить выбор: в зависимости от отрасли, в которой работает предприятие; от страны, в которой происходит или планируется его реализация; от избранной стратегии – конкуренция по цене или по качеству; при неизменности общей цели – получение прибыли в долгосрочном периоде – изменяются критерии и пути достижения конкурентоспособности. Этот выбор и предопределяется совокупностью подходов к бизнесу, заложенных в конкурентной стратегии данной конкретной компании (отрасли, страны).

Стратегия – это всегда выбор одной из нескольких возможностей: в каком соотношении должны находиться различные виды выпускаемых товаров (оптимизация портфеля заказов) или виды деятельности (далее – сферы бизнеса) фирмы; как перераспределять средства компании между различными сферами бизнеса; куда направлять инвестиции – в рекламу, техническое перевооружение или на научные разработки; рынок какой страны предпочтительнее для выхода на нее со своей продукцией? Необходимо подчеркнуть, что ответы на все эти вопросы должны быть найдены при ограниченности финансовых, информационных и организационных возможностей, а также в условиях дефицита времени.

Например, выбор инвестиционных проектов венчурным фондом и пенсионным фондом будет осуществляться по разным алгоритмам, поскольку первый следует стратегии рискованного, но высокоприбыльного финансирования, а второй ориентируется на надежность возврата вложенных средств с небольшим процентом. Продавцы престижных автомобилей, собираемых вручную, не слишком задумываются над их себестоимостью (так же, как их покупатели – над ценой), поскольку следуют стратегии сфокусированной дифференциации.

А для производителей массовых автомобилей соотношение цена/качество является решающим при реализации стратегий лидерства по издержкам или широкой дифференциации.

Основными этапами разработки и реализации конкурентных стратегий являются:

1) формулирование миссии организации: определение назначения, основной цели и четко выраженной причины существования организации. Включает установление видов деятельности фирмы; сегмента рынка (круга клиентов); конкурентных преимуществ (бизнес-идеи) и той конкурентной позиции, которую фирма рассчитывает завоевать или удержать на их основе; основные формы реализации интересов сотрудников, инвесторов и общества в их отношениях с компанией;

2) анализ внешней среды фирмы. Заключается в определении угроз и возможностей для компании на рынках различных стран и регионов, включая политические, макроэкономические, отраслевые, социокультурные и другие факторы;

3) анализ ее внутренней среды компании, включая анализ истории развития фирмы, оценку ее сильных и слабых сторон по отношению к конкурентам, анализ портфеля заказов (для диверсифицированной фирмы), анализ факторов, определяющих эффективность работы организации.

Этапы 2 и 3 осуществляются с использованием методологии SWOT-анализа для организации в целом и с помощью методов матричного стратегического анализа для ее отдельных сфер бизнеса;

4) анализ стратегических альтернатив. Заключается в сравнительной оценке эффективности различных вариантов стратегий для каждой из сфер бизнеса компании по критериям, установленным в миссии организации;

5) выбор и разработка стратегии на уровне компании в целом, отдельных сфер бизнеса, стран и регионов;

6) проектирование организационной структуры компании, включая выбор степени интеграции и систем управления; разработку системы показателей, процедур и заданий для подразделений, определение нормативов поведения в отдельных сферах деятельности фирмы;

7) управление комплексом «стратегия – структура – контроль», включая обеспечение обратной связи результатов и стратегии компании, совершенствование стратегии и структуры управления компании. Прежде чем сформировать рекомендации по разработке конкурентных стратегий на различных рынках, необходимо остановиться на видах стратегий и характеристике тех условий, в которых та или иная стратегия оказывается наиболее выигрышной.

В заключение отметим, что в условиях глобальной конкуренции грань между стратегиями конкуренции на национальном и мировом рынках становится все менее отчетливой: почти все фирмы сталкиваются с жесткой конку-

ренцией или в качестве экспортеров, или в борьбе с импортными товарами за местного потребителя.

Список источников:

1. Авакумова Н.Н. Концептуально-методические основы стратегического планирования в регионе // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №3 (5). – С. 37-41.
2. Бузни А.Н. Инновационная составляющая стратегии опережающего развития // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2016. – Т. 1. – №2 (68). – С. 11-25.
3. Бурцева М.Н. Конкурентоспособность предприятий как фактор повышения эффективности антикризисного менеджмента // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 313-318.
4. Воронкова И.Е. Инновационные подходы в территориальном брендинге // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (32). – С. 139-141.
5. Губанов С.Ю. Конкурентоспособность экономики – функции, системы воспроизводства // Экономист. – 2003. – №4. – С. 9-20.
6. Захарова Т.В. Процессы и механизмы концентрации капитала в России // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №3 (5). – С. 53-57.
7. Ильминская С.А., Голоктионов Д.А. Основы конкурентоспособности товаров и продукции на современном этапе развития рыночных отношений в России // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №1 (13). – С. 6-10.
8. Ильминская С.А., Мельник С.В. Инновационный потенциал как основа стабильности экономики // Наука и практика. – 2014. – №4 (61). – С. 185-192.
9. Илюхина И.Б. Стратегические технологические альянсы как элемент глобальной инновационной системы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2009. – №3 (9). – С. 5-9.
10. Исследование тенденций и перспектив развития научного и экспертно-аналитического обеспечения стратегического управления, социально-экономического планирования и проектирования: монография / под общ. ред. С.В. Шманева, И.Л. Юрзиновой. – Орел: ОрелГУЭТ, 2016. – 180 с.
11. Калинина Е.А., Синельников Д.Я. Теоретические аспекты формирования конкурентных преимуществ промышленного предприятия на основе оценки инновационности производимой им продукции // Креативная экономика. – 2008. – №9. – С. 16-21.
12. Крылова А.В. Процессный подход в управлении организацией: теоретический аспект // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. – 2015. – №1 (17). – С. 101-104.
13. Лазаренко А.А., Думнова Н.А., Минакова Е.И. Формирование инновационной стратегии развития промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №4 (30). – С. 16-19.
14. Легостаева С.А., Алехина Л.Л. Требования к качеству управления в новой версии стандарта ГОСТ Р ИСО 9001 // Экономическая среда. – 2015. – №4 (14). – С. 90-93.
15. Лисичкина Н.В., Голоктионова Ю.Г. Синергетика как способ решения проблемы прогнозирования динамики развития сложных социально-экономических си-

стем // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – №7-2. – С. 413-417.

16. Лисичкина Н.В., Комиссарова Е.А. Основные направления и механизмы повышения инновационной активности бизнеса // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2016. – №4. – С. 310-314.

17. Малый бизнес и местное самоуправление о перспективах регионального развития/ И.Е. Рисин и др // *Научные записки ОрелГИЭТ*. – 2016. – №6 (18). – С. 30-40.

18. Мамедов Ф.М. Адаптивные направления развития предприятий АПК на основе стратегии импортозамещения // *Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки*. – 2015. – №2. – С. 220-224.

19. Незамайкин В.Н., Шманёв С.В., Юрзинова И.А. Совершенствование системы научного и экспертно-аналитического обеспечения стратегического управления, планирования и проектирования // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2015. – №4 (34). – С. 43-48.

20. Орлова С.А. Оценка стратегии развития организации на основе сбалансированной системы показателей // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. – 2012. – №2. – С. 109-113.

21. Особенности развития предприятий в условиях эволюционной экономики / Под общ. ред. С.В. Шманева. – Орел: ООО «Картуш», 2012. – 194 с.

22. Павленко И.Г. CRM-система как ведущая бизнес-технология // *Экономическая среда*. – 2013. – №3 (5). – С. 86-89.

23. Паршутина И.Г., Самородова Е.М. Эндогенные и экзогенные факторы концентрации и масштабов роста промышленного производства // *Вестник ОрелГИЭТ*. – 2013. – №1 (23). – С. 18-23.

24. Проблемы модернизации и инноваций в российской экономике: монография / под ред. Шманева С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: ООО «Картуш», 2013. – 212 с.

25. Савина А.Г. Формирование ИТ-стратегии вуза как фактор повышения его конкурентоспособности // *Экономическая среда*. – 2016. – №3 (17). – С. 27-31.

26. Сибирская Е.В., Петрухина Е.В. Целеполагание в стратегическом планировании инновационного развития хозяйственных систем на мезоуровне // *Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент*. – 2013. – №1. – С. 73-79.

27. Скворцова Н.А., Сотникова Е.А., Лебедева О.А. Анализ и оценка инновационного бизнес-пространства (на примере Орловской области) // *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. – 2016. – №3. – С. 346-351.

28. Слепухин В.Н. Особенности модернизации экономики России на инновационной основе в условиях экономического кризиса // *Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки*. – 2016. – №4. – С. 164-165.

29. Современные проблемы экономики и менеджмента: монография / Под ред. О.А. Строевой. – Орел: Научное обозрение, 2015. – 183 с.

30. Социально-экономическая модель: Становление и развитие: теория, методология, практика: в 2 кн. / под общ. ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Белорусская наука, 2015. – Кн. 1. – 555 с.

31. Строков М.А., Рудакова О.В., Кузнецова Л.М. Основные проблемы конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур // *Вестник Орел-*

ГИЭТ. – 2016. – №3 (37). – С. 47-55.

32. Тихенькая Н.С., Лытнева Н.А. Значение инноваций в процессе формирования стратегии предприятия // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (14). – С. 121-124.

33. Чурилов И.Н. Стратегическое управление как основа поддержания конкурентоспособности компании // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – №5. – С. 110-114.

34. Шманев С.В., Богушевский Н.В., Домогатская Е.А. Стратегическое планирование деятельности промышленного сектора экономики как основа эффективной региональной политики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 104-109.

35. Шманёва Л.В., Шманёва Е.С. Хаотические процессы в экономических системах и способы их предупреждения // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (11). – С. 80-84.

36. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 26-31.

37. Юрзинова И.Л., Шманёв С.В., Незамайкин В.Н. Повышение эффективности процессов стратегического управления, социально-экономического планирования и проектирования на муниципальном уровне за счет совершенствования научного и экспертно-аналитического обеспечения // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №1 (35). – С. 72-77.

УДК 339.137.21

Пьянова Н.В., Третьякова Н.А.

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

Pjanova N.V., Tretjakova N.A.

COMPETITIVE STRATEGY IN THE SYSTEM OF THE ORGANIZATION'S COMPETITIVENESS CONTROL

Пьянова Наталья Викторовна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_mark@ogiet.ru

Pjanova Natalia Viktorovna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaf_mark@ogiet.ru

Третьякова Наталья Александровна; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 302028, РФ, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: bonitatasha@mail.ru

Tretjakova Natalia Alexandrovna; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bonitatasha@mail.ru

Отличительной чертой последних десятилетий является усиление конкуренции фактически на всех мировых рынках. Основное положительное последствие глобализации связано с эффектом конкуренции. Глобальность рынков означает не что иное, как глобальность конкуренции.

Стратегическое управление выступает как способ обеспечения такой стратегической позиции, которая, в свою очередь, обеспечит жизнеспособность организации в изменяющихся условиях будущего. Принимаемые на стратегическом уровне управления организацией решения определяют параметры конкурентоспособности компании в будущем и способы их достижения. Стратегическое управление представляет собой теорию и практику обеспечения конкурентоспособности организации посредством разработки соответствующей стратегии.

Ключевые слова: предприятие, конкуренция, конкурентоспособность, стратегия, конкурентная стратегия.

Competition strengthening actually in all world markets is a distinctive feature of the last decades. The basic positive consequence of globalization is connected with competition effect. Global markets means nothing, but global competition.

Strategic management acts as a way of provision of such strategic position which, in turn, will provide organization's viability under changing conditions of the future. The decisions made at the strategic level of organization management define the parameters of the company competitiveness in the future and the ways of their achievement. Strategic management represents the theory and practice of competitiveness maintenance of the organization by working out of corresponding strategy.

Keywords: enterprise, competition, competitiveness, strategy, competitive strategy.

Отличительной чертой последних десятилетий является усиление конкуренции фактически на всех мировых рынках. Совсем недавно она отсутствовала в ряде стран и отраслей. Там же, где конкуренция имела место, она не была столь ожесточенной. Глобальные трансформации, отмечавшиеся в развитии мирового хозяйства начиная с последней четверти XX века, обусловили существенные изменения в экономической среде. Основной положительной чертой глобализации стал именно глобальный эффект конкуренции. Глобальность рынков обусловила и глобальность конкуренции. В условиях глобализации экономического пространства конкуренция наполнилась новым, более сложным содержанием, появилась ее новая форма – гиперконкуренция [16].

Понятие конкуренции выступает в качестве основы рыночного хозяйства, главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в этой среде. Слово конкуренция происходит от латинского *concurrere* – сбегаться, сталкиваться (*con* – вместе, *currere* – бежать); тогда как английское *competition* восходит к латинскому *competitio* – стремление достать что-то, добиться чего-либо, притязать на что-то. В общем смысле под конкуренцией понимается вид негативного взаимодействия, вытеснение одним элементом системы другого [18].

Наиболее успешным участником конкуренции является тот, кто сможет выстоять в конкурентной борьбе как на отечественном, так и на внешнем рынке. Конкурентоспособность является универсальным показателем, который может применяться во многих сферах жизнедеятельности. Все же по своей сути она остается понятием экономическим, и наиболее правильное ее

применение именно к экономическим объектам. Конкурентоспособность выступает как важнейшая интегральная характеристика, используемая для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов. Категория конкурентоспособности, не зависимо от того применительно к какому субъекту она рассматривается, означает потенциальную (или реальную) способность данного субъекта выдержать конкурентную борьбу.

Представленная на рисунке 1 система позволяет получить общее представление о конструкции категории конкурентоспособности. Оценивая значимость каждого уровня конкурентоспособности, следует отметить, что главным среди них является макроуровень, на котором формируются условия конкурентоспособности, создаются предпосылки конкурентоспособности предприятий, реализуемой, в свою очередь, в конкурентоспособности товаров и услуг. Таким образом, процесс формирования конкурентоспособности идет от макро- к микроуровню. Следует отметить, что названные уровни конкурентоспособности тесно взаимосвязаны и часто сложно отделить проблемы, относящиеся к конкурентоспособности национального хозяйства в целом, от проблем, касающихся конкурентоспособности предприятия или продукции.

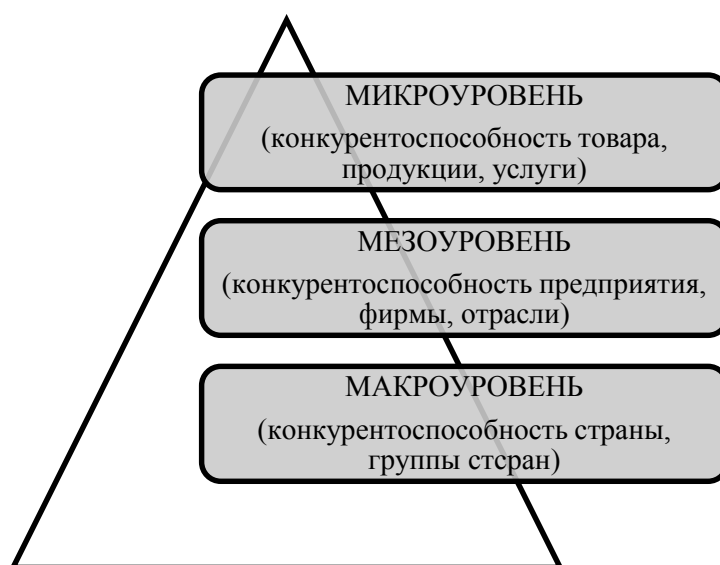


Рисунок 1 – Вертикальная структура понятия конкурентоспособности

Применительно к предприятиям и организациям понятие конкурентоспособности связывают, в первую очередь, с понятием эффективности их функционирования. Например, И.А. Спиридонов видит под конкурентоспособностью предприятия его способность осуществлять прибыльную хозяйственную деятельность в условиях конкурентного рынка, чему способствует умелое использование организационно-управленческих, научно-технических, экономических, производственных, маркетинговых и иных средств ведения эффективной хозяйственной деятельности [22]. По мнению П.С. Завьялова, конкурентоспособность предприятия представляет собой «возможность эф-

эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка» [4]. С.С. Мисаков полагает под конкурентоспособностью предприятия «способность осуществлять прибыльную деятельность в условиях конкурентного рынка» [12]. Для М.Х. Мескона также характерна трактовка конкурентоспособности предприятия как эффективности его деятельности: «Конкурентоспособность предприятия – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции» [11].

Начиная с 1979 г. Всемирный экономический форум (ВЭФ) составляет глобальный рейтинг конкурентоспособности (The Global Competitiveness Report). Названный рейтинг составляется на основании сочетания общедоступной статистической информации и результатов опроса руководителей компаний, анализируемых в отчете. Опрос ведущих лиц компаний мира проводится ВЭФ ежегодно совместно с сетью партнерских организаций. Последние отчеты ВЭФ охватывают более 100 стран, на долю которых приходится около 97 % планетарного продукта.

Во главе рейтинга глобальной конкурентоспособности 2014-2015 гг. стоит Швейцария, занимающая шестой год подряд первое место. Как и в рейтинге прошлого года, на втором месте обосновался Сингапур. США перебрались на третье место в рейтинге отчетного периода, существенно улучшив свои позиции (в рейтинге прошлого года страна заняла пятое место) и доказав миру, что страна все еще является лидером в обеспечении инновационных продуктов и услуг. Финляндия заняла четвертое место в The Global Competitiveness Report 2014-2015, Германия – пятое. Десятка лидеров рассматриваемого рейтинга представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Топ-10 рейтинга глобальной конкурентоспособности 2014-2015 гг., по версии Всемирного экономического форума [25]

Рейтинг	Экономика	Индекс
1	Швейцария	5,7
2	Сингапур	5,6
3	Соединённые Штаты Америки	5,5
4	Финляндия	5,5
5	Германия	5,5
6	Япония	5,5
7	Гонконг	5,5
8	Нидерланды	5,5
9	Великобритания	5,4
10	Швеция	5,4
...
53	Россия	4,4

Следует отметить, что группа стран-членов БРИК демонстрирует противоречивую динамику. В The Global Competitiveness Report 2014-2015 Китай занял 28 место (по-прежнему выступает как лидер группы), Бразилии принадлежит 57 место, Индии – 71 место (по сравнению с прошлым годом обе экономики ухудшили свои позиции), Россия расположилась на 53 месте (существенно укрепила свои позиции, поднявшись с 63 места, которое занимала в прошлом рейтинге). Опередили Россию в рассматриваемом рейтинге Эстония (29 место), Литва (41 место), Латвия (42 место), Азербайджан (38 место), Казахстан (50 место). Следующие государства постсоветского пространства расположились в рейтинге ниже нашей страны: Грузия (69 место), Украина (76 место), Молдова (82 место), Армения (85 место), Таджикистан (91 место), Кыргызстан (108 место).

Основными проблемами конкурентоспособности российских предприятий эксперты Всемирного экономического форума по итогам 2014-2015 гг., как и ранее, назвали коррупцию (14,3 % голосов экспертов). Второй по значимости проблемой российского бизнеса стали налоговые ставки (12,3 %), третьей – доступ к финансированию (11,7 %). Налоговое регулирование и неэффективность государственного аппарата обосновались на четвертом и пятом месте среди проблем конкурентоспособности, соответственно (10,8 % и 8,2 % голосов экспертов) [25].

Приходится констатировать, что сегодня только 2 % иностранных компаний рассматривают российский бизнес как угрозу для своих конкурентных позиций, в то время как 22 % из них видят такую угрозу в индийских и 41 % – в китайских компаниях [7]. По мнению руководителей ведущих корпораций развитых стран, именно китайские и индийские компании будут представлять в ближайшее время наибольшую опасность в смысле международной конкуренции. Российские компании в условиях глобализации мировой экономики испытывают усиливающееся конкурентное давление на мировых рынках, сталкиваются с ужесточением конкурентной борьбы за трудовые ресурсы и инвестиции [16].

Если до начала 90-х годов XX века в нашей стране не возникало практической необходимости в изучении проблем конкуренции и конкурентоспособности (предполагалось, что в административно-командной экономике конкуренции не существует), то сегодня рост национальной конкурентоспособности стал неотъемлемой частью приоритетных направлений развития страны. Из послания президента РФ Путина В.В. Федеральному собранию 2003 г.: «Россия должна быть и будет страной с конкурентоспособной рыночной экономикой. Конкурентоспособным должно быть у нас все: товары и услуги, технологии и идеи, бизнес и само государство, частные компании и государственные институты, предприниматели и государственные служащие, студенты, профессора, наука и культура» [14].

Стратегическое управление выступает как способ обеспечения такой стратегической позиции, которая, в свою очередь, обеспечит жизнеспособность организации в изменяющихся условиях будущего. Принимаемые на стратегическом уровне управления организацией решения определяют параметры конкурентоспособности компании в будущем и способы их достижения. Специфика стратегического управления конкурентоспособностью организации во многом зависит от самой организации и занимаемых ее на сегодняшний день конкурентных позиций. Разработка конкурентной стратегии организации выступает как составной элемент всей системы управления, представляющей взаимосвязанную совокупность управленческих решений по созданию и реализации конкурентных преимуществ хозяйствующего субъекта.

Стратегическое управление представляет собой теорию и практику обеспечения конкурентоспособности организации посредством разработки соответствующей стратегии. Стратегия является программой или генеральным курсом субъекта управления по достижению им стратегических целей в любой сфере деятельности, в том числе и в сфере повышения конкурентоспособности. Разработка качественных, комплексно обоснованных и обеспеченных ресурсами стратегий является одним из главных условий устойчивого и эффективного функционирования любых систем [24].

Результатом первого этапа стратегического управления должно стать формирование конкурентной стратегии, т.е. плана действий по достижению конкурентоспособности организации в долгосрочной перспективе. В зависимости от текущей рыночной позиции конкретного предприятия и стоящих перед ним производственно-хозяйственных задач стратегическая цель может сводиться либо к росту конкурентоспособности, либо к поддержанию ее на существующем уровне. От этого в дальнейшем зависит направленность разработки конкретных управленческих приемов и методов. Стратегия обеспечения конкурентоспособности включает в себя семь основных разделов:

1. Общие положения.
2. Характеристика хозяйствующего субъекта.
3. Оценка конкурентной среды региона (угрозы и возможности).
4. Стратегические альтернативы.
5. Мероприятия, направленные на развитие конкурентоспособности.
6. Целевые показатели конкурентоспособности предприятия.
7. Система мониторинга за реализацией стратегии [3].

В научной литературе имеются описания различных стратегий конкурентоспособности. Формирование конкурентной стратегии организации представляет собой трудоемкий и сложный процесс, индивидуальный для каждой фирмы. Однако представляется возможным выделить несколько наиболее общих вариантов, которые могут быть использованы в качестве основы для разработки стратегии конкретного предприятия.

На сегодняшний день известны и широко практикуются три базовые стратегии обеспечения конкурентных преимуществ организации: лидерство по издержкам; дифференциация; концентрация внимания на интересах конкретных потребителей. Стратегия лидерства по издержкам способствует формированию лидерства компании в цене. Источниками формирования лидерства по издержкам выступают, кроме прочего, экономия, обусловленная эффектом масштаба производства, рациональным ведением дел на основе накопленного опыта; оптимизацией внутрифирменных связей, оптимизацией деятельности фирмы во времени и т.д. Стратегия дифференциация, несмотря на то, что наличие отличительных качеств продукции требует, как правило, более высоких издержек, все же позволяет коммерческой организации добиться большей рентабельности за счет того, что рынок готов принять более высокую цену за новый продукт. Стратегия концентрации внимания на интересах конкретных потребителей предполагает собой концентрацию внимания на нуждах конкретного рыночного сегмента или группы покупателей, то есть преднамеренный отказ от стремления захватить рынок продукта целиком. Целью предприятия в данном случае становится лучшее удовлетворение потребностей выбранного сегмента или группы покупателей, чем конкурирующие фирмы.

На сегодняшний день реальной проблемой ведения успешной предпринимательской деятельности является проблема поиска платежеспособного спроса. Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что недостаточно только произвести товар, необходимо организовать работу предприятия таким образом, чтобы получить прибыль от продажи этого товара. Для этого необходимо иметь четкое представление о том, чего именно хочет или может хотеть потребитель.

При выборе конкретной базовой конкурентной стратегии по каждому продукту предприятие должно решить, к какому типу конкурентного преимущества оно стремится и насколько это реально. Одной из самых распространенных ошибок в данной области выступает стремление использовать несколько базовых конкурентных стратегий одновременно, так как, по существу, рассмотренные выше базовые стратегии являются альтернативными.

Список источников:

1. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2012. – 208 с.
2. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности. – СПб.: СПбГУЭФ, 2014. – 207 с.
3. Гравшина И.Н. Конкурентная стратегия в системе управления конкурентоспособностью предприятия // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 296-298.
4. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг // Российский экономи-

ческий журнал. – 2010. – №12. – С. 65-69.

5. Ковалев А.Н. Маркетинговый анализ. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2013. – 176 с.

6. Колесниченко С.И., Рудакова О.В. Показатели эффективности в современных информационных системах // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2 (2). – С. 11-17.

7. Кондратьев В. Корпоративный сектор и государство в стратегии глобальной конкурентоспособности // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – №3. – С. 24-31.

8. Лыгина Н.И. Основные направления развития межрегиональной интеграции и ассоциации экономического взаимодействия // Регион: системы, экономика, управление. – 2008. – №1. – С. 111-116.

9. Лыгина Н.И. Сравнительная оценка методики определения стоимости финансовых ресурсов предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №4. – С.2-9.

10. Лыгина Н.И., Фирсов А.Е. Направления совершенствования процесса управления экономическими системами при развитии инновационной деятельности // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4 (6). – С. 58-62.

11. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2010. – 704 с.

12. Мисаков Е.А. Государственное регулирование естественных монополий в условиях глобализации мирохозяйственных связей: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 2012. – 28 с.

13. Основы маркетинга / Ф. Котлер и др. – М.: Вильямс, 2010. – 1200 с.

14. Путин В.В. Послание Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kremlin.ru/text/appears/2003/05/44623.shtml.

15. Рудакова О.В. Россия и российские предприятия в глобальной экономике / О.В. Рудакова, Н.И. Лыгина, В.П. Бардовский // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – №2(38). – С. 163-171.

16. Рудакова О.В., Бардовский В.П., Потапова Е.В. Новые аспекты конкуренции в условиях глобализации мировой экономики // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №1 (15). – С. 74-79.

17. Рудакова О.В., Строков М.А., Кузнецова Л.М. Основные проблемы конкурентоспособности отечественных предпринимательских структур // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №3 (37). – С. 47-55.

18. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. – М.: ИНФРА-И, 2006. – 882 с.

19. Савина А.Г., Малявкина Л.И. ИТ-стратегия высшего учебного заведения: теоретико-методологические подходы к разработке / В кн. Тенденции и инновации фундаментальных и прикладных наук: монография. – Ставрополь, 2017. – С. 24-43.

20. Савина А.Г. Формирование ИТ-стратегии вуза как фактор повышения его конкурентоспособности // Экономическая среда. – 2016. – №3 (17) – С. 27-31.

21. Соловьёва Ю.П. Концепция внутреннего маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – №4. – С.125-132.

22. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и пути повышения конкурентоспособности экономики России. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 170 с.
23. Ступина Т.А. Глобализация и потенциал конкурентоспособности промышленных предприятия // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №3 (13). – С. 120-124.
24. Фатхутдинов Р.А. Стратегическая конкурентоспособность: учебник. – М.: Экономика, 2013. – 544 с.
25. The Global Competitiveness Report 2014-2015 [Электронный ресурс] // World economic forum. – Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_CompetitivenessReport_2014-15.pdf.

УДК 621.431.75

Голоктионова Ю.Г., Васильева О.Б., Клочков Д.Ю.

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ
РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Goloktionova Ju.G., Vasiljeva O. B, Klochkov D.Ju.

**STRATEGIC PLANNING AS THE TOOL OF MANAGEMENT
OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISE DEVELOPMENT**

Голоктионова Юлия Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: golokdim@yandex.ru

Goloktionova Julia Gennadievna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: golokdim@yandex.ru

Васильева Ольга Борисовна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Vasiljeva Olga Borisovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Клочков Дмитрий Юрьевич; ООО «Агроснабжение», 302009, РФ, г. Орел, ул. Раздольная, д. 10А; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Klochkov Dmitry Yurievich; JSC 'Agrosnabzhenie' ('Agrosupply'); 10A Razdolnaya Street, Orel 302009, Russian Federation; e-mail: kaf_ec_pred@ogiet.ru

Изменчивость рыночной конъюнктуры, усиление конкуренции, интенсивное научно-технологическое развитие усложняют управление предприятиями, работающими в реальном секторе экономики. Любое хозяйственное решение, ориентированное на длительную перспективу, требует тщательного технико-экономического обоснования и прогнозирования не только предполагаемого результата, но и возможных изменений внешней

Changeability of the market, competition strengthening and intensive scientific-technological development complicate enterprises management in the real sector of the economy. Any economic decision focused on long prospect demands careful feasibility study and forecasting of not only prospective result, but also possible changes of the external and internal environment. In the article theoretical and practical aspects of working out and realization of investment strategy on

и внутренней среды. В данной статье подробно исследованы теоретические и практические аспекты разработки и реализации инвестиционной стратегии на примере конкретного производственного предприятия. Проведен анализ статистических данных, характеризующих основные тенденции социально-экономического развития обрабатывающих отраслей и конкурентную ситуацию в региональной промышленности Орловской области. Рассмотрены базовые инвестиционные стратегии производственных предприятий. На основе обработки большого объема статистического материала выявлены ключевые проблемы и сформулированы основные стратегические направления развития промышленного производства Орловской области.

Ключевые слова: стратегическое планирование, инвестиционная стратегия, стимулирование сбыта, предприятия обрабатывающей промышленности.

the example of the concrete industrial enterprise are investigated in detail. The analysis of the statistical data characterizing the basic tendencies of social and economic development of the processing branches and competitive situation in the regional industry of Oryol region is carried out. Basic investment strategies of industrial enterprises are considered. On the basis of processing of large volume of statistical data the key problems are revealed and the basic strategic directions of the industrial production development of Oryol region are formulated.

Keywords: strategic planning, investment strategy, sale promotion, manufacturing plants.

Прогнозирование и стратегическое планирование – это эффективные инструменты регулирования экономики, отказ от использования которых фактически делает невозможным нормальное функционирование и развитие экономических субъектов независимо от формы государственного устройства и типа рыночной ситуации. Планирование как форма общественной практики представляет собой конкретную деятельность по разработке прогнозов, проектов программ и планов, обоснованию оптимальности их заданий, обеспечению возможности осуществления и проверки степени выполнения. Планирование является современной моделью плановой работы различных субъектов деятельности в условиях рынка по подготовке управленческих решений, обеспечивающих их выживание в долгосрочной перспективе.

В процессе производства перед органами планирования непрерывно возникают проблемы. Поэтому первой стадией в плановом цикле является выявление и формулировка проблем, что включает сбор и обработку информации, а также оценку последствий возможных вариантов плановых решений. На этой основе принимается плановое решение. По реализации каждого этапа принятого к исполнению плана информация о полученных результатах через систему обратной связи передается в плановый орган, который оценивает происходящее, формулирует новые проблемы, и весь цикл планирования повторяется. Формулирование проблем, принятие плановых решений и оценка результатов всегда подчинены достижению определенной цели. Поэтому планирование всегда строго целенаправленно. Изучение теории и практики планирования занимает особое место в подготовке экономистов, вооружении их пониманием того, что успех любой деятельности на всех уровнях управления неотде-

лим от правильной организации плановой работы.

Являясь важным инструментом повышения научной обоснованности и эффективности принимаемых решений всеми субъектами управления в рыночном хозяйстве, наука о планировании и прогнозировании постоянно развивается и совершенствуется. Особенно большие задачи встают перед нею в настоящее время, когда в Российской Федерации осуществляется переход к инновационному развитию на основе комплексной модернизации всех сфер жизнедеятельности.

Для примера рассмотрим основные причины, ограничивающие инвестиционную деятельность промышленных предприятий в Орловской области (рисунок 1).

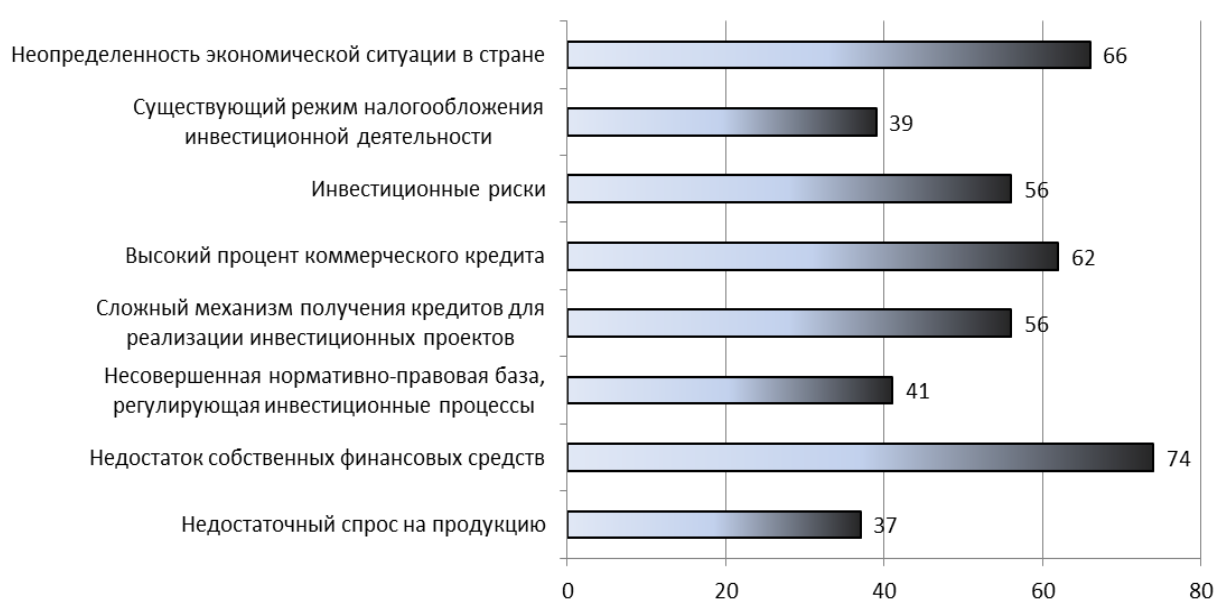


Рисунок 1 – Основные причины, ограничивающие инвестиционную деятельность промышленных предприятий в Орловской области, в % к общему числу опрошенных

В настоящее время многие промышленные предприятия региона испытывают недостаток финансовых средств и поэтому не имеют возможности производить продукцию с высокой добавленной стоимостью, что ведет к падению объема получаемой прибыли. Нехватка финансовых ресурсов тормозит динамику развития предприятий из-за низкой прибыли, поэтому не закупается новое оборудование, замедляется внедрение новых технологий [2, 21]. Часто возникают трудности получения денежных средств из банковских и других финансовых структур, т.к. они в большинстве случаев взаимодействуют с предприятиями, реализующими инвестиционные проекты с наименьшей степенью риска [8, 27].

Данная ситуация свидетельствует о наличии серьезных проблем в региональной обрабатывающей промышленности и актуализирует задачу разра-

ботки стратегии развития, в рамках которой может быть использована благоприятная макроэкономическая ситуация и имеющиеся конкурентные преимущества. В результате наблюдается деградация промышленного потенциала, сокращение производства, износ основных фондов и станочного парка, а также конъюнктурная переориентация на другие сектора экономики. В этих условиях приоритетной задачей управляющих структур является выбор оптимальной стратегии инвестирования и стимулирование инвестиционной активности в регионе.

Рассмотрим основные виды инвестиционных стратегий (рисунок 2). Инвестиционные стратегии с точки зрения соотношения доходности и риска можно подразделить на агрессивные, умеренные, пассивные [3].

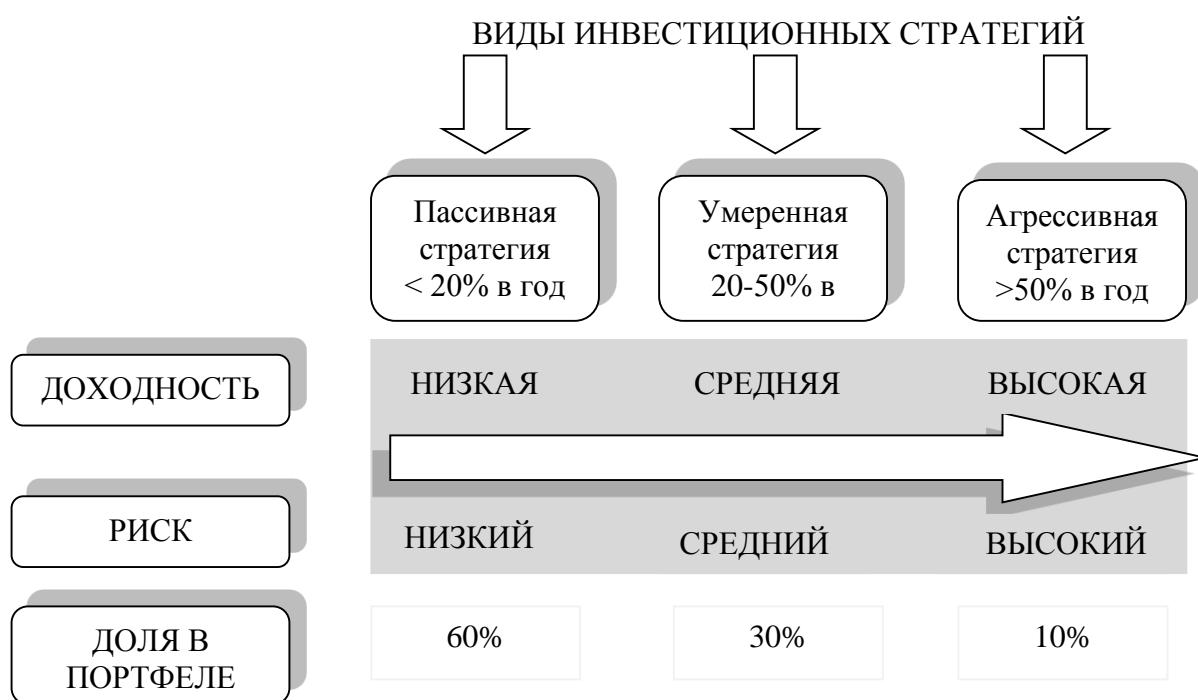


Рисунок 2 – Классификация инвестиционных стратегий

Агрессивная стратегия заключается в формировании высокодоходных и высоко рискованных ценных бумаг в портфеле такого инвестора. Пассивная стратегия не предполагает активной работы с ценными бумагами, ими начинают интересоваться в периоды рыночных скачков и нестабильности. Они обеспечивают достаточно стабильный доход, и эта стратегия применяется, когда у предприятия есть свободные средства. Умеренная инвестиционная стратегия сочетает предыдущие стратегии.

С позиции динамики развития сбыта продукции предприятия выделяются три основные стратегии инвестирования: ограниченного роста, ускоренного роста, инерционного роста. Стратегия ограниченного роста используется обычно предприятиями, занимающими устойчивое положение на рынке, пред-

лагаю уникальную продукцию при практическом отсутствии конкурентов. В этом случае инвестиции направляются преимущественно в расширение имеющегося производства. Другой тип инвесторов, выбирающих такую стратегию, – это предприятия с ограниченными ресурсами. Недостаток ресурсов и невозможность привлечь заемные средства на приемлемых условиях вынуждает руководство предприятия использовать стратегию самоограничения. Инвестиционная стратегия ускоренного роста выбирается предприятиями, руководствующимися инновационным подходом при планировании стратегии развития. Упор в этом случае делается на быстром внедрении продуктовых, технических и технологических инноваций в производство и активизации использования инновационных схем управления предприятием. Инвестиционная стратегия инерционного роста обычно выбирается как завершающая стадия реализации крупного инвестиционного проекта или при планировании постепенной ликвидации предприятия. Комбинированная инвестиционная стратегия применяется крупными многопрофильными или мультирегиональными предприятиями, различные подразделения которых проводят собственную политику инвестирования, в результате чего на предприятии одновременно реализуется несколько различных инвестиционных стратегий.

Для того чтобы выбранная предприятием стратегия была реализована с максимальной эффективностью, в рамках планирования ее маркетинговой составляющей необходимо продумать соответствующую стратегию коммуникации с внешней средой. Цели кампании непосредственно определяются маркетинговой политикой фирмы, от нее зависит, кто отвечает за планирование всех мероприятий по стимулированию сбыта, какие цели перед собой ставит фирма в области сегментирования рынка и определения целевой аудитории, как должна действовать рекламная кампания на потребителя. Например, если основная маркетинговая цель в данный момент – увеличить объем продаж конкретного товара на локальном рынке, то цель рекламной кампании – заставить потребителя покупать данный товар. Если ключевой целью рекламной кампании будет создание (закрепление) положительного имиджа фирмы в глазах потребителя, то противоречивость поставленных задач приведет к тому, что в конечном итоге не будет достигнута ни одна из целей организации.

В соответствии с поставленными целями осуществляется выбор средств распространения, то есть каналов коммуникации, по которым информационное сообщение доходит до потребителей. Следует учитывать, что долговременный маркетинговый эффект обеспечивает только применение средств не прямой рекламы (BTL). Непрямая реклама располагает набором специфических маркетинговых технологий для достижения стратегических целей предприятия наиболее эффективными способами. Опорной технологией BTL является комплекс мероприятий по формированию общественного мнения – публик рилейшнз, основная задача которого заключается в создании прочной позиции

предприятия в обществе и на потребительских рынках. Среди мероприятий паблик рилейшнз, проводимых промышленными предприятиями чаще всего, следует отметить финансирование общественно-полезных мероприятий, спонсорство, а также участие в благотворительности. Следующим по степени эффективности инструментом не прямой рекламы является стимулирование сбыта (сейлз промоушн), использование которого подразумевает не только финансирование непосредственно самих мероприятий, но также затраты на разработку общей стратегической концепции (замысла) глобальной кампании стимулирования сбыта и информационную поддержку текущих мероприятий кампании. Решения по стимулированию сбыта охватывают вопросы выбора различных форм кратковременного и отложенного воздействия на покупателей для привлечения их внимания к продвижению продукции предприятия. Упрочению связей с общественностью способствуют регулярные контакты с представителями прессы, участие руководителей предприятия в общественной жизни (благодарность за оказание помощи в развитии образования в Орловской области), посещение различных церемоний, презентаций, ярмарок, выставок и других общественных мероприятий как в Орле, так и в других городах.

При этом следует учитывать, что использование исключительно маркетинговых инструментов стимулирования сбыта без реальной модернизации производственной базы промышленности, гибкой адаптации производимой продукции к непрерывно меняющимся потребностям рынка не позволит достичь долговременного успеха – об этом свидетельствуют результаты многих прикладных исследований [5, 13, 15, 18, 20]. Например, в работе С.А. Логвинова и Е.Г. Павловой рассматриваются проблемы и тенденции инвестирования в модернизацию промышленности [16]. Отмечается, что за последние два десятилетия в стране был нарушен воспроизводственный ритм вывода старых и ввода новых мощностей. Рост производства достигался не столько за счет ввода новых предприятий, сколько за счет максимальной эксплуатации старых. Данная ситуация актуализирует переход к инвестиционной стратегии, в рамках которой главной задачей должно стать формирование благоприятного инвестиционного климата [1, 6, 19].

Актуальность проблемы выбора оптимальной инвестиционной стратегии для эффективного развития российской промышленности отмечает также О.М. Турыгин [26]. По его мнению, принятие мер, ограничивающих вывоз капитала и стимулирующих внутренние инвестиции, позволит существенно повысить эффективность использования инвестиционных ресурсов, что необходимо для увеличения темпов экономического роста российской экономики и улучшения его качества. Так, согласно данным Росстата, в 2016 году освоенный объем инвестиций в основной капитал Орловской области за счет всех источников финансирования составил 46873,3 млн рублей, или 97,7 % в дей-

ствующими ценами и 94,2 % – в сопоставимых к уровню 2015 года (к уровню 2015 года 100,8 % и 90,4% соответственно) (рисунок 3) [9, 14, 24].

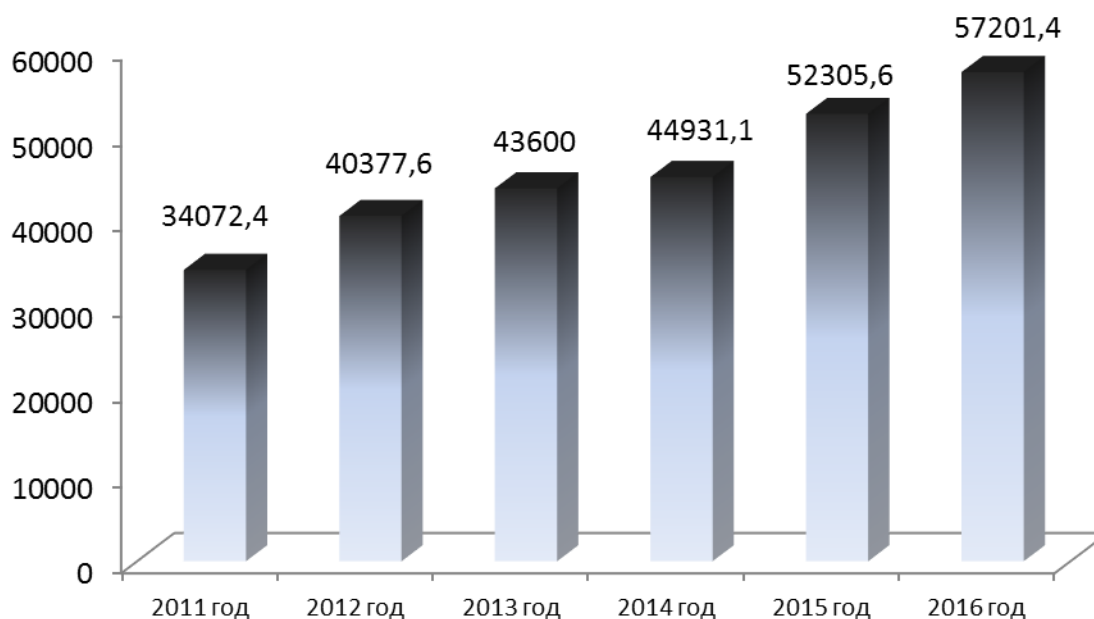


Рисунок 3 – Динамика инвестиций в основной капитал предприятий Орловской области, млн рублей [10]

Собственные средства предприятий и организаций, а также привлеченные ресурсы (без учета бюджетных средств) являются основным источником инвестиций. Их удельный вес в общем объеме финансирования в 2016 году составил 77,4% (в 2015 году – 85,2 %), доля средств государственного бюджета всех уровней составила 22,6% (2015 год – 14,8 %) [9, 25].

Результаты проведенного SWOT-анализа ключевых факторов стратегического развития промышленных предприятий Орловской области позволяют сформулировать основные проблемы, сдерживающие развитие региональной промышленности:

- необходимость преодоления конкурентного отставания в борьбе за привлечение инвестиционных ресурсов с ведущими регионами страны;
- инфраструктурные ограничения, препятствующие созданию высокотехнологичных энергоемких производственных мощностей с высокой производительностью труда [27];
- отсутствие региональных институтов развития, интегрированных в федеральный и международный инвестиционные процессы [7, 17];
- низкая ликвидность основных фондов большинства предприятий и, как следствие, невозможность активного использования инвестиционных механизмов, таких как долгосрочное кредитование, лизинг (финансовая аренда) [21].

Предприятия региона, осуществляя свою хозяйственную деятельность, центральное место отводят рынку стратегических инвестиций. Ключевой сферой промышленности являются «обрабатывающие производства» (88,7% в общем объеме отгруженной продукции). Индекс промышленного производства в данной сфере составил 102,0% (по России – 94,6%), объем отгруженных товаров собственного производства и услуг – 99,6 млрд рублей, или 121,1% к уровню 2015 года (рисунок 4) [22].

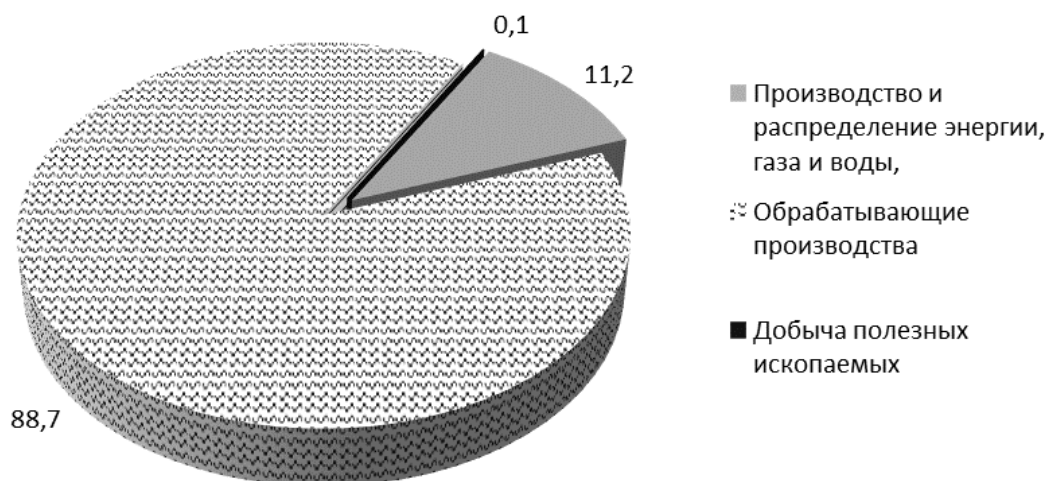


Рисунок 4 – Структура промышленного производства в Орловской области в 2016 году, %

В сфере промышленного производства функционирует более тысячи предприятий, в том числе 154 крупных и средних. В промышленности занято около 51 тыс. человек, что составляет около четверти от общей численности работающих в экономике области [23]. Основная часть промышленного производства региона сконцентрирована в трех промышленных центрах области – городах Орле, Мценске, Ливнах. Следует отметить, что, являясь несырьевым регионом, Орловская область долгое время представлялась малоинтересной для инвесторов. Ведущими видами экономической деятельности в регионе являются сельское хозяйство, обрабатывающие производства, строительство, транспорт и связь, торговля [12].

Рассматривая более подробно отраслевую структуру региональной промышленности (рисунок 5), следует отметить, что переработка продукции сельского хозяйства играет ведущую роль в производственном комплексе Орловской области, обеспечивая более 45% совокупного дохода от реализации продукции предприятий обрабатывающей промышленности.

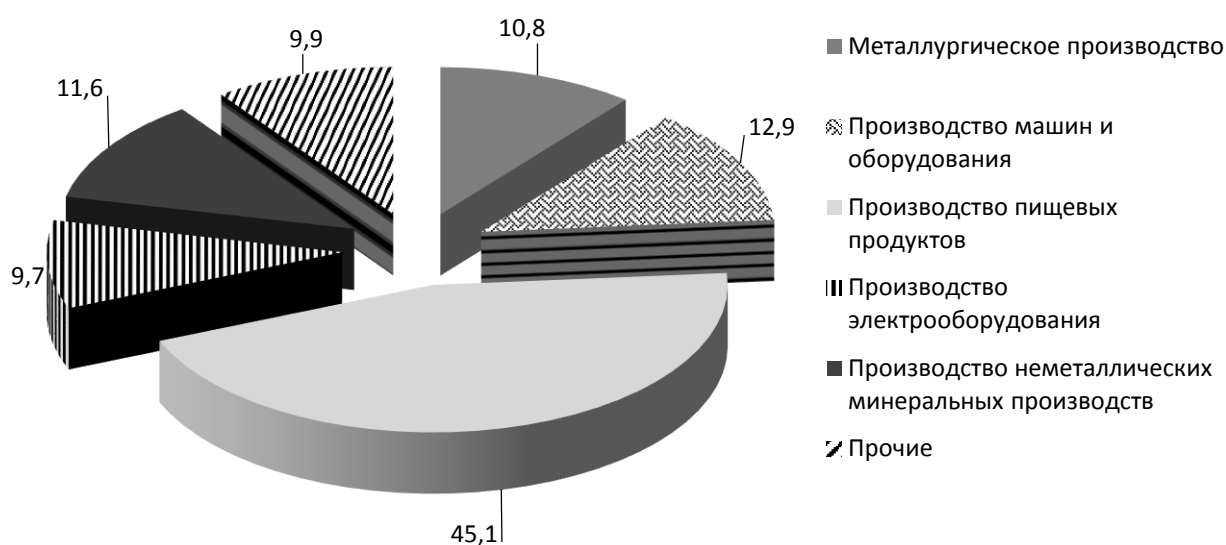


Рисунок 5 – Структура объема реализации (отгруженных товаров) предприятий обрабатывающих производств Орловской области в 2016 году, %

По виду деятельности «металлургическое производство и производство готовых металлических изделий» за 9 месяцев 2016 года отгружено товаров собственного производства на сумму 8,1 млрд рублей. Metallurgical production and production of finished metal products of the Oryol region is represented by enterprises specializing in the production of metal products from black metals and production of secondary aluminum and copper alloys: OOO «Orlovskiy staleyproklatnyy zavod» (until July 2016 - branch of OAO «Severstal'-metiz»). Besides OOO «Orlovskiy staleyproklatnyy zavod», on the industrial site of the former OSPAZ there are more than 30 enterprises and organizations of the industrial profile, many of which appeared after the separation from the branch of OAO «Severstal'-metiz» as «non-core assets» in relation to the main direction of activity (OOO «Stilleyc», branch of OOO «Yunistring», цех металлических сеток № 2 OOO «ЮниФенс», OOO «Инструмент-сервис»). On the basis of the production site of OOO «Orlovskiy staleyproklatnyy zavod» is also implemented the realization of the project for the organization of the industrial park «Orel», the purpose of which is to attract investors to the existing free production areas of OAO «Mezhgосметиз-Мценск», ЗАО «Мценскпрокат», OOO «Промметиз Русь» [23].

По виду деятельности «производство машин и оборудования» за 9 месяцев 2016 года отгружено товаров собственного производства на сумму около

11,4 млрд рублей [12]. Производство машин и оборудования области представлено следующими предприятиями: АО «ГМС Ливгидромаш», ЗАО «Дормаш», ООО «Фригогласс Евразия», ЗАО «Стеклопак», ОАО «Ливенский завод противопожарного машиностроения», ООО «Завод им. Медведева – Машиностроение», ОАО «Орелстроймаш» и другие.

По виду деятельности «производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования» за 9 месяцев 2016 года отгружено товаров собственного производства на сумму 7,3 млрд рублей. Данное направление представлено крупными предприятиями приборостроения и электроники: АО «Протон», ЗАО «Протон-Электротекс», ОАО «Болховский завод полупроводниковых приборов», НΠΑО «Научприбор», Филиал ЗАО «ГК «Таврида Электрик», ЗАО «Пумос», ОАО «Промприбор» и другие.

По виду деятельности «производство транспортных средств и оборудования» за 9 месяцев 2016 года отгружено товаров собственного производства на сумму около 2 млрд рублей. Производство транспортных средств и оборудования области представлено следующими предприятиями: АО «Мценский завод коммунального машиностроения», ОАО «Автоагрегат» [23]. Среди многообразия видов инвестиций наиболее перспективными являются инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности (рисунок 6).

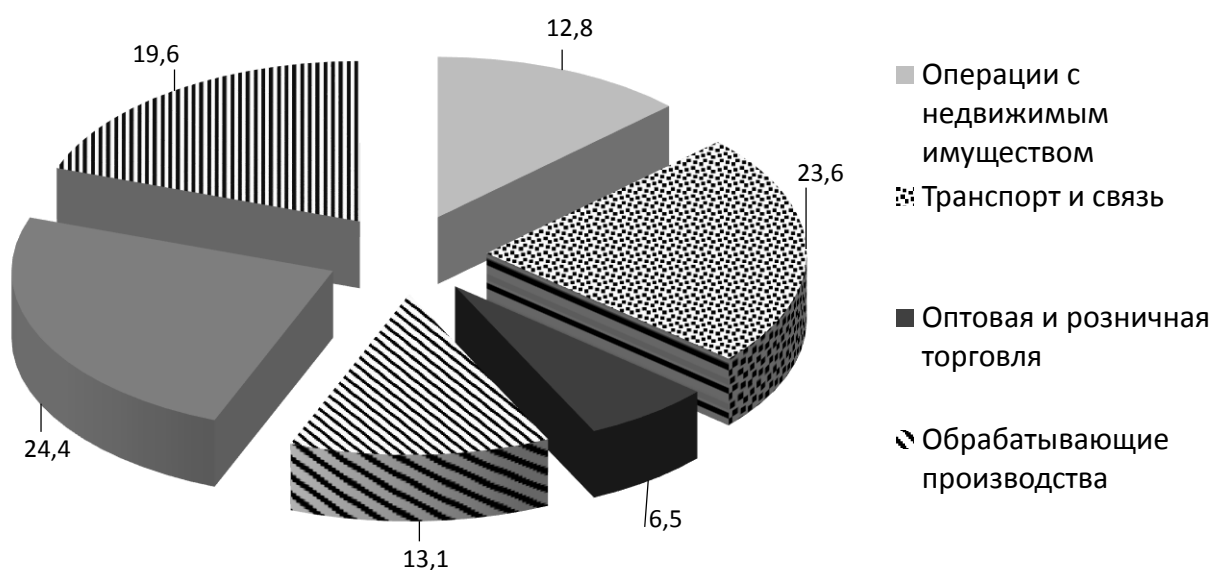


Рисунок 6 – Структура инвестиций в основной капитал предприятий Орловской области по видам экономической деятельности в 2016 году, %

В Стратегии социально-экономического развития Орловской области на период до 2020 г. представлена инвестиционная стратегия, основанная на реализации инвестиционных программ и проектов в сфере технического перевооружения и модернизации производственных мощностей, организации производства новых видов конкурентоспособной продукции. Наиболее крупные по-

ступления инвестиций в основной капитал были отмечены в следующих отраслях: транспорт и связь (4,4 млрд рублей); обрабатывающие производства (4,0 млрд рублей); операции с недвижимым имуществом (4,0 млрд рублей); сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (4,0 млрд рублей); оптовая и розничная торговля (3,5 млрд рублей).

Основной рост объема инвестиций в 2016 году обеспечила реализация следующих инвестиционных проектов:

- ООО «Агропромышленный холдинг «Мираторг» – строительство животноводческих комплексов мясного направления (объем инвестиций в 2016 году составил 1,7 млрд рублей);
- ООО «Керама Марацци» – развитие производства керамических изделий (834,7 млн рублей);
- ООО «Знаменский СГЦ» – развитие животноводства (422 млн рублей);
- ЗАО «Корпорация «ГРИНН» – развитие туристического многофункционального комплекса «ГРИНН» в городе Орле (2,4 млрд рублей);
- ОАО «МРСК Центра» – «Орелэнерго» – развитие электросетевого комплекса Орловской области (629,7 млн рублей);
- ПАО «Ростелеком» – строительство волоконно-оптических линий связи (173,4 млн рублей);
- ЗАО «Санofi-Авентис Восток» – развитие мощностей по производству ряда инсулиновых аналогов и человеческих инсулинов (130 млн рублей) [11].

Следует отметить, что развитие отдельных промышленных предприятий области не только интегрировано в комплексную стратегию экономического роста России, но и позволяет обеспечить улучшение социально-демографической ситуации в регионе. Например, на одном из ведущих предприятий обрабатывающей промышленности ОАО «Промприбор» выпускается практически весь спектр оборудования, которое используется при осуществлении транспортировки нефтепродуктов и сжиженного газа от скважины до перерабатывающих заводов, а также от заводов до потребителя. Объем отгруженной продукции ОАО «Промприбор» за 8 месяцев 2016 г. составил 874 млн руб. На предприятии трудятся 926 работников, среднемесячная заработная плата составляет 27,5 тыс. руб. С 2015 г. ОАО «Промприбор» на собственные средства реализует инвестиционный проект «Организация производства автоматизированных систем управления налива и слива нефтепродуктов, хранение сжиженного газа и агрессивных жидкостей», окончание реализации которого запланировано на 2019 г. Плановая стоимость проекта – 156 млн руб. Кроме производственной деятельности, предприятие финансирует создание и развитие объектов социальной сферы, вкладывает средства в содержание плотины на реке Сосна, реконструирует парк, расположенный перед предприятием, занимается благотворительностью [4].

Таким образом, ключевыми факторами успеха инвестиционной поли-

тики стратегического развития промышленных предприятий региона являются:

- адекватная оценка стратегических характеристик развития рынка и доступных ресурсы;
- государственная поддержка инновационной активности, создание благоприятного инвестиционного климата в области;
- формулировка стратегических целей, задач и планирование ключевых показателей инвестиционного развития как на региональном уровне, так и в рамках отдельных предприятий;
- систематизация информации о реализуемых в области инвестиционных проектах, создание эффективной системы коммуникации между потенциальными инвесторами и промышленными объектами, нуждающимися в инвестициях;
- государственный контроль и стимулирование ключевых направлений и факторов развития промышленного потенциала предприятий с учетом не только коммерческих, но и социально-демографических, экологических и иных результатов инвестиций;
- мониторинг графика выполнения принятой стратегии инвестирования и при необходимости создание механизма адаптации или пересмотра стратегических планов;
- адекватная оценка, планирование и разработка механизма минимизации инвестиционных рисков.

Внедрение эффективной системы стратегического планирования в сфере управления инвестиционной деятельностью промышленных предприятий региона позволит не только систематизировать и структурировать существующие проблемы, но и определить наиболее эффективные направления инвестирования средств для обеспечения сбалансированного развития промышленного комплекса в будущем.

Список источников:

1. Авдеева И.А., Дрогавцева Е.В. Инвестиционный потенциал Орловской области // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 2 (32). – С. 45-51.
2. Акимова О.Е. Экономический механизм решения проблемы нехватки инвестиционных ресурсов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – №1. – С. 24-30.
3. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента: учебное пособие. – Т.2. – М.: Эльга, 2013. – 560 с.
3. В Орловской области будет создана корпорация развития региона [Электронный ресурс] // Портал Орловской области – публичный информационный центр. – Режим доступа: <http://orel-region.ru/index.php?head=1&unit=4601> (дата обращения: 02.05.2017).
4. Вертакова Ю.В., Положенцева Ю.С. Оценка инвестиционной активности регионов в условиях введения экономических ограничений // Известия Юго-Западного

государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2015. – №3 (16). – С. 48-56.

5. Воронкова И.Е. Инновационные подходы в территориальном брендинге // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №2 (32). – С. 139-141.

6. Захарова Т.В. Социально-экономическое развитие Орловской области // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №4. – С. 303-307.

7. Ильминская С.А., Потапова Е.В. Финансовый механизм формирования муниципального заказа на выполнение транспортных услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №1 (27). – С. 100-106.

8. Инвестиции [Электронный ресурс] // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/ru/statistics/enterprises/investment/ (дата обращения: 02.05.2017).

9. Инвестиции в нефинансовые активы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы статистики. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial (дата обращения: 02.05.2017).

10. Инвестиционная деятельность [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Орловской области. – Режим доступа: <http://invest-orel.ru/articles-obl/investicii> (дата обращения: 02.05.2017).

11. Инвестиционный паспорт Орловской области [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Орловской области. – Режим доступа: <http://invest-orel.ru/vromoshh-investoru.php> (дата обращения: 02.05.2017).

12. Кирьянов А.Н., Губчевская М.В. Основные тенденции и перспективные направления развития рекламного рынка в России и в Орловской области // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 162-164.

13. Кулаева Т.В. Анализ факторов, определяющих инвестиционную привлекательность Орловской области // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2016. – №5. – С. 30-32.

14. Лисичкина Н.В. Инвестиционная политика государства и проблемы экономического развития промышленности // Транспортное дело России. – 2013. – №4. – С. 14-15.

15. Логвинов С.А., Павлова Е.Г. Инвестиционные факторы экономического роста // Экономические науки. – 2014. – №8 (117). – С. 55-62.

16. Лыгина Н.И., Рудакова О.В. Предприятия с иностранной долей участия в экономике Орловской области // Экономическая среда. – 2015. – №2 (12). – С. 121-130.

17. Нерушева Т.В., Зайцева Н.Н. Управленческая деятельность современного руководителя: мировой опыт и российская практика // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 101-105.

18. Новиков А.О. Инвестиционная привлекательность региона // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2015. – №2. – С. 274-277.

19. Особенности развития предприятий в условиях эволюционной экономики /

Под общ. ред. С.В. Шманева. – Орел: ООО «Картуш», 2012. – 194 с.

20. Паршутина И.Г., Шманёв С.В. Управление инвестиционными потоками на промышленном предприятии с использованием новых принципов оценки // Вестник Орловского государственного аграрного университета. – 2012. – Т. 34. – №1. – С. 173-177.

21. Промышленное производство [Электронный ресурс] // Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Орловской области. – Режим доступа: http://orel.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/orel/ru/statistics/enterprises/production/ (дата обращения: 02.05.2017).

22. Промышленный потенциал региона [Электронный ресурс] // Инвестиционный портал Орловской области. – Режим доступа: <http://invest-orel.ru/articles/promashlennost> (дата обращения: 02.05.2017).

23. Скворцова Н.А., Сотникова Е.А., Лебедева О.А. Анализ и оценка инновационного бизнес-пространства (на примере Орловской области) // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 346-351.

24. Тимофеева С.А., Савина А.Г. Оценка развития социально-трудовых отношений в Орловской области // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №2 (36). – С. 114-118.

25. Турыгин О.М. Эффективность использования инвестиционных ресурсов в российской экономике // Региональная экономика. – 2014. – №4. – С. 254-260.

26. Шманёв С.В., Паршутина И.Г., Перепечаева Е.С. Менеджмент инновационной деятельности промышленных предприятий в условиях неопределенности и риска // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2013. – №4. – С. 56-62.

УДК 338.22(470)

Макарова Т.Н., Ильюшина Е.В.

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ
СТРУКТУР В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Makarova T.N., Iljushina E.V.

**MAINTENANCE OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL
STRUCTURES IN THE RUSSIAN FEDERATION**

Макарова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tanyu.mak2010@yandex.ru

Makarova Tatiana Nikolaevna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: tanyu.mak2010@yandex.ru

Ильюшина Екатерина Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: iljushina.cat@yandex.ru

Iljushina Ekaterina Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: iljushina.cat@yandex.ru

Обеспечение экономической устойчивости предпринимательских структур в условиях нестабильности является одной из стратегических задач поддержания эффективного функционирования всей экономики страны. В статье подробно рассматриваются главные факторы внутренней и внешней среды, оказывающие особое влияние на развитие коммерческих структур. Прослеживается связь между экономической устойчивостью и политикой в области поддержки малого и среднего бизнеса со стороны государства. Особый акцент сделан на роли органов государственного управления в содействии развитию предпринимательских структур посредством принятия законодательных актов, федеральных и региональных программ, специальной налоговой политики.

Ключевые слова: предпринимательские структуры, инновации, внешняя и внутренняя среда, кризисный период, государственные программы по поддержке предпринимательства, экономическая устойчивость.

Maintenance of economic stability of entrepreneurial structures under conditions of instability is one of the strategic problems of effective functioning of the national economy. In the article the main factors of internal and external environment making special impact on the development of commercial structures are considered in detail. There is a relationship between economic stability and policy in the field of support of small and average business by the state. The role of state bodies is especially emphasized in assistance to development of entrepreneurial structures by means of legislative acts, federal and regional programs and special tax policy.

Keywords: entrepreneurial structures, innovations, external and internal environment, crisis, government programs on business support, economic.

Устойчивое развитие и увеличение численности предпринимательских структур в различных отраслях и сферах деятельности является одной из стратегических задач развития экономики Российской Федерации в целом и отдельных регионов, территорий. От успешного решения данной проблемы зависит социально-экономическое положение России в будущем: либо наша страна так и останется сырьевым источником развитых стран с весьма незначительным влиянием в мировой экономике и политике, либо она сумеет занять среди них достойное место. Кризисный период, в котором оказалась Россия, среди прочих изменений ориентиров и приоритетов в социальной политике затронул и экономику, выдвинув на первый план работу с собственными предприятиями, в том числе и предпринимателями, поставив главную задачу импортозамещения и поддержки малого и среднего бизнеса.

Развитие рыночных отношений способствует становлению и формированию конкурентной среды, что приводит к усилению воздействия внешней среды, которое становится все более агрессивными, что само по себе является дестабилизирующим моментом в жизни экономической системы, способным вывести ее из равновесия и спровоцировать кризис и возможное банкротство. А предпринимательство как неотъемлемая часть механизма рыночной экономики все чаще подвергается острым вызовам современного мира. Предприни-

мательство как важный элемент макроэкономической системы оказывает важнейшее влияние на экономическую устойчивость развития страны в целом, что увеличивает необходимость рассмотрения проблемы обеспечения экономической устойчивости развития предпринимательских структур [2]. В связи с этим совершенствование теории и практики управления экономической устойчивостью малых организаций - физических лиц - имеет огромное практическое значение. Для российского предпринимательства, хозяйствующего в условиях экономического кризиса и возрастающей неопределенности внешней среды, важным является сохранение устойчивого развития.

Современные тенденции развития экономики страны характеризуются многообразием форм предпринимательства, имеющих различный организационно-правовой статус и тип собственности. Предпринимательство представляет собой особый вид экономической деятельности, осуществляемой на инновационной и рискованной основе. Существует много различных подходов к определению понятия «предпринимательство». Обобщив информацию, авторы пришли к выводу, что предпринимательство является одним из основных явлений рыночной экономики, одним из главных условий стабильного существования и развития современной России и общества в целом. Предприниматели представляют самый обширный круг частных собственников, что и определяет их существенную роль как в социально-экономической, так и в политической сфере.

Для обозначения предпринимательской деятельности применяются различные названия: организация, фирма, компания, предпринимательская структура и др. Поэтому с позиции комплексного подхода целесообразно использовать термин «предпринимательская структура», который наиболее полно отражает специфику современных отношений в экономической сфере: закрепление рыночных способов хозяйствования, усиление глобализации и информатизации бизнеса, ужесточение конкуренции на рынках товаров, капиталов и труда [1]. Любая предпринимательская структура, осуществляющая свою деятельность в рыночной среде, реализует две тенденции: функционирование и развитие. Если функционирование – это поддержание жизнедеятельности, сохранение функций, определяющих ее качественную определенность, целостность, сущностные характеристики, то развитие – это приобретение нового качества, определяющего устойчивость жизнедеятельности организации, ее рост. Связь функционирования и развития имеет прямо противоположный характер. Но без развития организации функционирование невозможно. Ведь современный рынок жесткой конкуренции требует от собственников активной инновационной деятельности и удовлетворения все новых потребностей клиентов. Таким образом, функционирование подразумевает сохранение достигнутого финансового результата, а развитие направлено на его улучшение. Если не соблюдать баланс между этими двумя категориями, предпринимательский

бизнес просто перестанет существовать. Итак, на устойчивость экономического развития предпринимательских структур влияет как внутренняя среда: цели, задачи, технологии предпринимательской деятельности, а также люди (персонал), так и внешнее окружение.

Затрагивая внутреннюю среду предпринимательских структур, стоит отметить, что цели и задачи, конечно, воздействуют на устойчивость развития бизнеса. Но справедливо заметить: никто не будет работать себе в ущерб, а основная цель бизнеса - это получение прибыли. А вот технологии, используемые в процессе создания товара или услуги, напрямую могут влиять на способность эффективно развиваться и переживать самые тяжелые кризисные периоды. Сейчас очень часто можно услышать популярное слово «инновации» в СМИ, на телевидении, в Интернете. Инновации в малом бизнесе как одна из технологий являются очень важной в вопросах выживаемости предпринимательской структуры. Инновации, по сути, это новые идеи, способные эффективно использовать имеющиеся ресурсы и приумножать капитал. Предприятия, использующие в своем производстве инновационные технологии, не только экономят на издержках, но и становятся более конкурентоспособными в периоды экономических кризисов.

Еще один фактор внутренней среды, важный для успешного развития предпринимательства, – это высокая квалификация управляющих кадров. На данный момент в России предпринимательством занимаются люди без соответствующей профессиональной подготовки. Зачастую именно незнание основ экономики и менеджмента приводит малый бизнес к краху. А ведь грамотное управление позволит не только сохранить финансовую стабильность предпринимательской структуры в период кризиса, но и увеличить доход.

Предпринимательские структуры как открытый тип организации находятся под постоянным воздействием внешнего окружения. Особенно в период временной нестабильности становится заметна незащищенность предпринимательства как субъекта рыночной экономики. Негативное воздействие может оказывать целый ряд внешних факторов, среди которых: экономические, демографические факторы; меняющиеся потребительские способности населения в период кризисов; ухудшение взаимодействия с поставщиками; агрессивная политика конкурентов; усиление монополизма на рынке; слабая законодательная база в области регулирования предпринимательства [3].

Влияние потребителей на экономическую устойчивость развития предпринимательских структур происходит посредством изменения спроса на продукцию, снижения емкости внутреннего рынка, платежной недисциплинированности потребителей.

Экономические факторы внешней среды проявляют влияние на предпринимательские структуры еще и по следующим параметрам: ситуация с предложением денег, наличие рабочих мест и уровень безработицы, уровень

платежеспособности населения, снижение инвестиционных ресурсов, кредитно-денежная и налоговая политика, уровень инфляции.

Общественные факторы оказывают влияние на выбор товаров и услуг, которые стремятся приобрести люди. Они отражают определенный интерес и моду, нравственные и религиозные нормы и характеризуют отношение человека к работе, условиям и оплате труда. Среди показателей можно выделить: стабильность социальной ситуации в регионе; имущественное расслоение населения; уровень и стиль жизни, вкусы, предпочтения; ухудшение криминогенной ситуации.

Демографические факторы также влияют на ситуацию стабильности в развитии предпринимательских структур. Данный фактор проявляется по следующим показателям: подвижность половозрастного состава населения, коэффициент смертности и рождаемости, численность экономически активного населения, численность пенсионеров и одиноких людей. Поэтому важно проводить постоянный мониторинг рынка и изучение потребностей потребителей, который позволит сохранить предпринимательскую эффективность даже в сложных экономических условиях.

В качестве показателей влияния поставщиков и партнеров можно выделить: оптимальное соотношение цены и качества сырья и нарушение договорных обязательств (по срокам и качеству). С учетом введения санкций против России большое количество поставщиков находится в тяжелом положении, им некуда сдавать свой товар, поскольку потеряны рынки сбыта, поэтому очень важна диверсификация производства для предпринимательских структур. Именно мобильность предпринимательских структур и их дифференцированность помогут преодолеть финансовые трудности и за короткий срок переориентироваться на новые рынки. Таким образом, одним из главных факторов экономической устойчивости предпринимательских структур в условиях кризиса является мобильность. Довольно сложно быстро перейти на новое производство крупным предприятиям, это требует больших денежных вложений и времени. В этом отношении субъекты предпринимательства находятся в более выигрышном положении.

Значение факторов внешней среды для развития предпринимательской структуры может проявляться в виде возможностей, использование которых может оказать положительное влияние на деятельность предпринимательской структуры, т.е. стабилизирующее воздействие. Следует учитывать и влияние политических факторов: уровень стабильности демократических преобразований в стране, сила закона в соблюдении правовых актов, преемственность правового обеспечения по горизонтали и вертикали, несовершенство законодательных норм, стабильность налоговой политики, постоянство регулирующего законодательства. На данный момент правительство РФ уделяет серьезное внимание развитию предпринимательства, поддержка малого и среднего

бизнеса является одним из приоритетных стратегических направлений развития России. Такая господдержка осуществляется, прежде всего, через принятие государственных нормативно-правовых актов, направленных на поддержку и развитие малого предпринимательства. Создан целый государственный аппарат, представляющий собой совокупность государственных институциональных структур, ответственных за развитие предпринимательства, обеспечивающих реализацию государственной политики в этой сфере и осуществляющих регулирование сферы предпринимательства и управление инфраструктурой его поддержки. Основным инструментом реализации государственной политики служат федеральные, региональные, отраслевые (межотраслевые) и муниципальные программы развития и поддержки предпринимательства [4].

Целью государственного регулирования предпринимательской деятельности является создание оптимальных условий, обеспечивающих нормальное функционирование экономики в целом и стабильное участие предпринимателей страны в международном разделении труда и получение от этого весомых выгод. В обобщенном виде в задачи государственного регулирования входят: разработка, принятие и контроль за законодательством, обеспечивающим правовую основу и защиту интересов предпринимателей; ослабление прямых форм вмешательства и бюрократического контроля за деятельностью предпринимательских структур; создание условий для свободной и добросовестной конкуренции на рынке, свободного перемещения товаров на внутреннем и внешнем рынках; контроль за соблюдением правил конкуренции [6]. Также значимо обеспечение товарно-денежного и бюджетного равновесия посредством финансовой, налоговой, процентной политики и управления денежной эмиссией, сочетание текущих и перспективных направлений развития экономики: структурно-инвестиционной политики и научно-технической политики. Важно обеспечить свободное передвижение рабочей силы и соблюдение норм трудового законодательства, регулирование частного найма и порядка оплаты труда, оказывать поддержку социального равновесия и приемлемого для большинства населения уровня дифференциации и распределения доходов.

Характеризуя государственное регулирование экономики в современных условиях, прежде всего, необходимо отметить, что центр тяжести в этом регулировании переместился к активному участию государства в организационно-хозяйственном регулировании производства. Для достижения и сохранения экономической устойчивости развития предпринимательской структуры необходима поэтапная реализация целей, поставленных для каждой составляющей экономической устойчивости. Так называемое государственно-частное партнерство особенно актуально на современном этапе развития России. Поэтому этому фактору авторы уделили особое внимание. Господдержка предпринимательства предоставляется в различных формах: это и денежные субсидии,

например, при регистрации, и обучение либо на безвозмездной основе, либо с частичным, обычно символическим покрытием расходов, стажировки, льготный лизинг, предоставление грантов и льготного или бесплатного аутсорсинга, а также особой налоговой системы в отношении создаваемых предпринимательских структур [4]. Каждый вид государственной поддержки предпринимательства имеет свои особенности и специфику применения.

Субсидирование - вид денежной безвозвратной помощи для субъектов предпринимательства, которая выдается для целевого использования (бизнеса). Помощь малому бизнесу может выделяться для реализации следующих целей: приобретения помещения; покупки оборудования, товара для последующей продажи; покупки нематериальных активов. Выделенные средства обязательно должны быть направлены на развитие малого и среднего бизнеса. Государственные органы позже смогут затребовать официальные подтверждающие документы от получателя, например, чеки, накладные с указанной суммой. Если средства были потрачены не полностью, остальную часть потребуется вернуть. Таким образом, государство не только поддерживает частный бизнес, но и старается контролировать его.

Гранты для предпринимателей, которые только начинают бизнес, в сравнении с 2015г., в 2016 году увеличили размер субсидии, которая выросла с 300 до 500 тыс. руб. Гранты на поддержку малого бизнеса предоставляются лицам, которые зарегистрированы в качестве СПД на протяжении более 2 лет. Средства выдаются на конкурсной основе с целью их направления на нужды бизнеса, кроме аренды помещений и выплаты зарплаты наемным рабочим.

Для приобретения основных средств государственная программа в поддержку малого бизнеса в 2016 году гарантирует выдачу до 5 миллионов рублей на предпринимательство, которая в будущем позволит увеличить количество рабочих мест, налоговых поступлений в федеральный бюджет, повысить социальную значимость малого бизнеса. Получить субсидию на развитие малого бизнеса такого формата смогут частные предприниматели в промышленной, жилищно-коммунальной, экономической, социальной сфере, которые подготовят и защитят проект развития бизнеса; предоставят полный пакет документов по требованию комиссии. Денежные субсидии на бизнес от Центра занятости 2016 – государство предлагает до 58,8 тыс. руб. для открытия небольшого частного предпринимательства. Компенсации кредитов, ранее полученных на развитие малого и среднего бизнеса, озвучены в программе 2016 года, предложенной Правительством России по финансовой и имущественной поддержке. Для покрытия части процентной ставки предприниматель предоставляет бизнес-план, необходимые документы, после чего принимается решение о выделении финансовой помощи данному лицу. Сумма выплат может составлять до 15 млн руб. С учетом больших процентных ставок по кредитам в России, которые серьезно отягощали ведение бизнеса, такой метод, как компенсация кре-

дитов является очень востребованным и эффективным для предпринимателей.

Финансовая господдержка социально незащищенным категориям населения (освободившихся из мест лишения свободы, инвалидам, матерям и отцам-одиночкам, выпускникам интернатов, др.) - программа предусматривает выдачу субсидии до 1,5 млн рублей для поддержки запланированных мероприятий по стабилизации и развитию предпринимательства. Сейчас существует также обучение и стажировки за счет государственных средств, профессиональная переквалификация (можно оформить с полным или частичным покрытием расходов).

Не так давно в России заработали и бизнес-инкубаторы, обычно созданные на базе Фондов поддержки малого предпринимательства. Это реальная помощь для расширения области рабочей площади (аренды помещений, складов, пр.), обучение азам предпринимательства, помощь в составлении бизнес-плана по образцу для получения субсидии.

Помощь в ведении бухгалтерского и налогового учета на безвозмездной основе (аутсорсинг). Содействие развитию инновационных технологий 2016 – государством выделяются средства для покрытия затрат на продвижение нового продукта, приобретения на него патента и лицензионных прав (максимум 2,5 миллиона рублей). Т.е. для обеспечения активной жизнедеятельности предпринимательских структур именно государственная поддержка становится важным фактором экономической устойчивости в периоды временной нестабильности и трудной экономической обстановки.

Отметим, что в последние годы обращение к вопросам устойчивости вышло за рамки проблем антикризисного управления, все больший акцент при этом смещается в сторону рассмотрения устойчивости в качестве фактора роста эффективности компании по мере достижения объективных ограничений роста эффективности за счет традиционных факторов.

С позиции микроэкономического уровня устойчивое развитие предпринимательских структур можно трактовать как сложный, комплексный процесс, включающий в себя трансформацию, упорядоченное изменение целей, задач, принципов, функций и методов деятельности. Однако развитие таких структур зависит, прежде всего, от состояния и воздействия факторов внешней среды. Предпринимательство оказывается наиболее чувствительным к изменениям внешней среды даже в условиях стабильно функционирующей рыночной экономики. В условиях же кризисной ситуации внешняя среда предпринимательства отличается исключительной подвижностью и изменчивостью. Поэтому особую роль в нашей статье мы отвели государственной поддержке предпринимательства в России. Нельзя говорить о полном игнорировании властей страны в содействии бизнесу. Скорее наоборот, только в 2014-2015 гг., когда на экономику России легло тяжелое бремя кризиса, спровоцированного извне, государство стало активно внедрять программы по инвести-

рованию и поддержке предпринимательских структур.

Также стоит заметить, что малые и средние предприятия в развитых странах составляют стратегический сектор национальных экономик. Если крупные холдинги определяют уровень научно-технического и производственного потенциала страны, то предпринимательские структуры, являясь наиболее массовой формой деловой жизни, обеспечивают социальную и экономическую стабильность развития. По последним данным, доля малых и средних компаний в ВВП России на сегодняшний день составляет только около 20 %, в то время как в странах Евросоюза, КНДР и США этот показатель превышает 50 %. Поэтому проблема экономической устойчивости предпринимательских структур важна для изучения и в посткризисные периоды. Ведь эффективное предпринимательство – это залог благосостояния населения страны.

Таким образом, систематизация методов обеспечения экономической устойчивости предпринимательских структур в условиях значительного хозяйственного риска является чрезвычайно актуальной для развития экономической и национальной безопасности России.

Список источников:

1. Борисова И.А. Обеспечение устойчивого развития предпринимательских структур на основе организационно-экономических нововведений: учебник / И.А. Борисова, В.И. Подлесных. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 267 с.
2. Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России: учебник. – М.: ГУ ВШЭ, 2015. – 320 с.
3. Жуковский А.И. Влияние среды на деятельность бизнеса: учебник / А.И. Жуковский, С.В. Васильев. – М.: «ДИАЛОГ», 2013. – 175 с.
4. ИП информ.ру. Государственная поддержка малого бизнеса в 2016 году. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dezhur.com/db/money/gospodderzhka/gosudars-tvennaya-podderzhka-malogo-biznesa-v-2016>.
5. Макарова Т.Н. Коммерческие риски и методы их минимизации / Т.Н. Макарова, О.С. Ворогова // Инновационные технологии научного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: ООО «Аэтерна», 2016. – С. 75-80.
6. Польшинцов С.А. Предпринимательские сети в системе обеспечения экономической устойчивости организаций // Современные аспекты экономики. – 2014. – №3 (2). – С. 18-24.
7. Сотникова Е.А. Инновации на потребительском рынке товаров и услуг / Е.А. Сотникова, О.А. Лебедева, Т.Н. Макарова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №3 (37). – С. 33-39.

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 33-027.542:338.26

Лисичкина Н.В., Арманшина Г.Р., Комиссарова Е.А.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Lisichkina N.V., Armanshina G. R., Komissarova E.A.

MACROECONOMIC PLANNING AS THE MANAGEMENT TOOL OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL DEVELOPMENT OF NATIONAL ECONOMY

Лисичкина Наталия Владимировна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: natalyorel@hotmail.com

Лисичкина Natalia Vladimirovna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: natalyorel@hotmail.com

Арманшина Гульнара Рамильевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru

Armanshina Gulnara Ramilyevna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gulnararm@mail.ru

Комиссарова Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: elena818818@yandex.ru

Komissarova Elena Anatolievna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: elena818818@yandex.ru

В условиях современной экономики происходит непрерывное расширение сферы применения и совершенствование методов прогнозирования и планирования. Чем выше качество прогнозов и планов, тем более весомым будет их вклад в социально-экономическое развитие. Планы, стратегии и программы, разработанные на национальном и региональном уровнях, являются важнейшим инструментом реализации научно-технологической политики субъектов государственного управления. Они позволяют предусмотреть возможные проблемы, снизить неопределенность (риск), избежать хаоса в управлении при внедрении инновационных технологий и методов организации производства, организовать четкую, скоординированную работу по достижению стратегических целей и решению текущих задач, стоящих

Under conditions of modern economy there is a continuous expansion of the sphere of application and perfection of forecasting and planning methods. The higher the quality of forecasts and plans, the more considerable their contribution to social and economic development will be. Plans, strategies and programs developed at national and regional levels are the major tool of realization of scientific-technological policy of the agents of national management. They allow foreseeing possible problems, lowering uncertainty (risk), avoiding chaos in management at introduction of innovative technologies and methods of the organization of production, organizing efficient, co-ordinated work to achieve strategic targets and to solve the current problems the society and public authorities face. Macroeconomic planning is one of the most important

перед обществом и органами государственной власти. Макроэкономическое планирование является одной из важнейших функций управления НТП и экономикой в целом. Эффективная система стратегического прогнозирования и планирования включает не только аппарат выдвижения гипотез (идей) и обоснованной оценки различных вариантов развития событий, обеспечивающий принятие оптимального управленческого решения, но и механизм для обеспечения практической реализации плана, мониторинга процесса выполнения, контроля промежуточных результатов и гибкой адаптации плана к непредсказуемым изменениям экономической ситуации.

Ключевые слова: прогнозирование и планирование, научно-технический прогресс, стратегия научно-технологического развития.

functions of management of scientific and technological advance and economy as a whole. The effective system of strategic forecasting and planning includes not only the instrument of hypotheses (ideas) advancement and reasoned estimation of different variants of the succession of events, providing optimum administrative decision making, but also the mechanism for practical realization of the plan, performance monitoring, control of intermediate results and flexible adaptation of the plan to unpredictable changes of economic situation.

Keywords: forecasting and planning, scientific and technical progress, strategy of scientific-technological development.

Прогнозирование и планирование – взаимосвязанные и достаточно близкие по смыслу понятия, которые на практике часто отождествляются, однако в экономической науке между этими терминами существует четкое различие. Под прогнозом понимается система научно обоснованных представлений о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях его развития. Прогноз носит вероятностный и, как правило, многовариантный характер. Планирование представляет собой научное обоснование целей (приоритетов), а также путей и средств их достижения, которое реализуется путем разработки планов. Характерной особенностью плана, в отличие от прогноза, является конкретность показателей, точная привязка к определенному объекту, месту и времени [5, 7, 12].

Планирование нацелено на принятие и последующую практическую реализацию управляющих решений, в то время как прогнозирование позволяет создать научные предпосылки для их осуществления, что подразумевает научный анализ тенденций развития экономики; предвидение вариантов предстоящего ее развития, учитывающее как сложившиеся тенденции, так и намеченные цели; оценку возможных последствий принимаемых решений. Процесс прогнозирования, как правило, предшествует процессу планирования и определяет ключевые направления поиска оптимальных решений, обеспечивающих эффективное развитие национальной экономики. Взаимосвязь прогнозирования и планирования вкупе с целеполаганием и выдвижением гипотез формирует систему научного предвидения (рисунок1) [8, 22, 27].

Исходные установки для применения научного предвидения в системе макроэкономического управления задает целеполагание – формулирование целей национального развития и обоснование приоритетов с учетом внутренних и внешних условий, текущего состояния национальной экономики, научно-

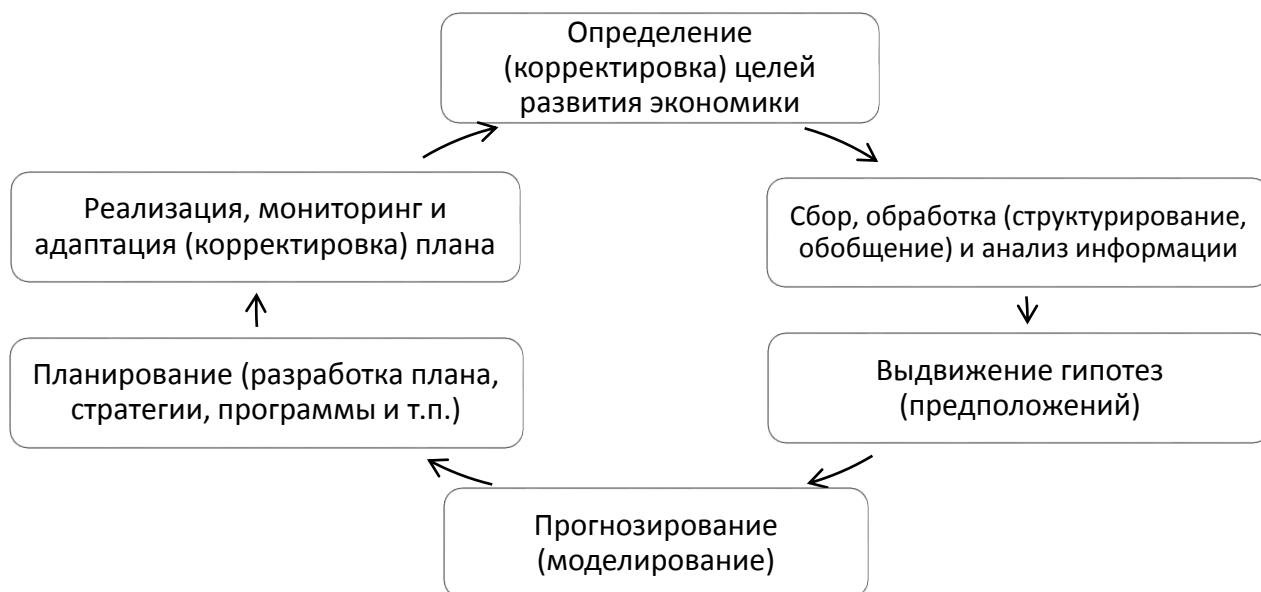


Рисунок 1 – Этапы макроэкономического планирования

технического прогресса (и циклов конъюнктуры) и общемировых тенденций (стадии глобального экономического цикла).

Целевые установки могут быть различными. Развитие естественной системы практически всегда реактивно, оно инициируется какими-либо изменениями внешней среды и подразумевает целенаправленное движение к возвращению равновесия, а не достижение специально поставленной внутренней цели. Искусственные (в том числе экономические) системы не только реагируют на внешние раздражители, но и могут генерировать собственные (внутренние) цели. Следует учитывать, что в наиболее активной фазе своего жизненного цикла любая система концентрируется, прежде всего, на целях поиска новых источников ресурсов и ресурсосбережения, т.е. обеспечения наиболее рационального расходования имеющихся ресурсов. В этот период большинство инвестиционных ресурсов направляется на прикладные исследования, обеспечивающие постепенное, эволюционное развитие экономической системы [2, 16, 17]. Задача поиска новых направлений развития, проведение фундаментальных исследований приобретает актуальность для экономических субъектов при достижении фазы насыщения, когда для перехода на новый уровень необходим качественный скачок, иначе система будет переживать очередной кризис [1, 3, 4, 18].

В зависимости от поставленной цели и задач, характеристик объекта и уровня прогнозирования определяются диапазон поиска и методы сбора информации, необходимой для обоснования показателей прогнозов и планов. Затем осуществляется сбор информации, ее обработка (фильтрация, структурирование, обобщение и др.) и анализ полученных данных, результаты которого составляют информационную основу для следующего этапа.

Прогнозирование (моделирование) наиболее вероятных вариантов изменений в экономике начинается с выдвижения гипотез, то есть интуитивных теоретических предположений о возможных направлениях развития исследуемого процесса/объекта, которые базируются на информации о текущем состоянии и выявленных тенденциях изменения «прогнозного фона» в прошлом. На этапе прогнозирования из общего множества выдвинутых гипотез выбираются, обосновываются, моделируются и описываются наиболее вероятные сценарии развития ситуации (объекта, системы), которые обычно ранжируются от пессимистического (негативного, нежелательного) до оптимистического (наиболее благоприятного).

В свою очередь, планирование как процесс разработки некоего документа, содержащего конкретные целевые показатели, опирается на результаты прогнозирования. При этом разработанный на данном этапе документ может носить различные наименования: план, концепция, стратегия, программа и т.д. Концепция – это краткое изложение руководящей идеи, ключевого замысла, основного пути достижения цели, поставленной в прогнозе, плане, стратегии или программе. Стратегия – это особая форма долговременного плана, в максимальной степени учитывающая как возможные перспективы, так и проблемы (трудности, конфликты), которые могут стать препятствием для достижения планируемых результатов. Программа представляет собой комплекс социально-экономических и иных мероприятий, направленных на решение конкретной проблемы, ограниченных определенными объемами финансирования, исполнителями и сроками осуществления. Как правило, программа является составной частью более глобального макроэкономического плана, она разрабатывается для выделения и ускоренного решения приоритетных проблем (обеспечение населения важнейшими видами продуктов, развитие транспортной инфраструктуры в отдаленных и труднодоступных регионах, модернизация и стимулирование развития производства в стратегически важных отраслях и т. д.). Мероприятия, программы, концепции, прогнозы, планы и т.д. разрабатываются на всех иерархических уровнях управления, они используются в управлении отдельными хозяйствующими субъектами, отраслями, регионами, государствами и группами государств [6, 13, 28].

После принятия (утверждения) плана соответствующим органом управления начинается организационная работа по подготовке к практической реализации плана. Главная задача этого этапа – обеспечить своевременное, скоординированное выполнение всех предусмотренных действий всеми участниками процесса, так как любое отклонение от плана неминуемо нарушит график реализации плановых мероприятий на последующих стадиях процесса и негативно отразится на конечном результате [9, 14, 19].

Затем следует фаза реализации (осуществления) плана и мониторинга (контроля) промежуточных результатов, по итогам которой могут корректиро-

ваться как цели следующих этапов реализации общего плана, так и механизмы их достижения. При необходимости процесс «откатывается» на предыдущие этапы (происходит сбор дополнительной информации, корректировка моделей и прогнозов и т.д.) или перезапускается (заново повторяется весь цикл, начиная с этапа целеполагания).

Субъектами макроэкономического прогнозирования и планирования являются центральные (федеральные) и региональные органы государственного управления [7, 20, 25]. Макроэкономическое планирование предполагает определение целей развития национальной экономической системы в целом и ее ключевых элементов (регионов, отраслей).

Система прогнозных расчетов включает прогнозы основных макроэкономических показателей (ВВП, ВНП, НД и др.); прогнозы показателей эффективности, характеризующих качество экономического роста (материалоемкость, производительность труда, производительность труда); прогнозы структурных сдвигов в экономике [21, 26, 29]. На макроуровне прогнозируются показатели экономического потенциала, уровня занятости, инвестиций; экспорта и импорта, платежного баланса; цен, валютных курсов, темпов инфляции; доходов и расходов госбюджета; социального развития, реальных доходов населения, сбережений и др. [5, 8, 10].

Макроэкономическое планирование позволяет сформировать государственный заказ, определить объем и структуру государственных инвестиций, налоговые ставки, льготы, субсидии и субвенции. На федеральном уровне заключаются межправительственные соглашения, лимитируются цены и квоты на продукцию предприятий-монополистов и базовых отраслей, решаются другие общегосударственные задачи.

Прогнозирование и планирование макроэкономических процессов представляет собой сложный многоступенчатый итеративный процесс, в ходе которого решается множество различных социально-экономических и научно-технических проблем. Для проведения макроэкономических расчетов целесообразно использовать и сочетать между собой различные методы и модели (межотраслевого баланса, оптимального планирования, экономико-математические, экспертные, экстраполяции, нормативный, балансовый, программно-целевой и др.) (рисунок 2).

В современной науке принято выделять три основные формы макроэкономического планирования: директивное, стратегическое и индикативное [7, 8, 12]. Директивные методы планирования основаны на принципе неукоснительного (обязательного) исполнения планов, программ, распоряжений со стороны объекта управления (подчиненных управляющему субъекту лиц). Индикативное планирование оперирует не директивными показателями, а целевыми показателями-индикаторами: оптимальными индексами изменения экономических величин, рациональными структурными соотношениями и т.д. Индикативные

планы разрабатываются с целью помочь хозяйствующим субъектам разрабатывать собственные планы, исходя из глобального видения экономического будущего страны государственными органами.



Рисунок 2 – Классификация методов прогнозирования и планирования

Стратегическое планирование представляет собой процесс определения целевых значений экономических показателей по основным, наиболее важным направлениям социально-экономического развития страны (отрасли, объединения, предприятия и др.) и формирование механизма их реализации. Учитывая относительно длительный период по времени, сложность рассматриваемого объекта и в этой связи неопределенность многих показателей, стратегическое планирование в основном выполняет функции активного прогноза с применением соответствующих методов прогнозирования при его разработке.

Методология прогнозирования и планирования научно-технологического развития экономики определяет основные принципы, подходы и методы проведения прогнозных и плановых расчетов, раскрывает и характеризует логику формирования прогнозов, планов и их осуществления. Разработка прогнозов и планов базируется на методологических принципах системности, непрерывности, целенаправленности, приоритетности, комплексности и др.

Принцип системности (единства) предполагает исследование количе-

ственных и качественных закономерностей в экономических системах, построение такой логической цепочки исследования, согласно которой процесс выработки и обоснования любого решения должен основываться на определении общей цели системы и подчинять деятельность всех подсистем ее достижению. Все планы должны быть скоординированы и интегрированы с единым комплексным планом социально-экономического развития страны.

В связи с непрерывностью экономического развития, совершенствованием производства на базе развития науки и техники должен также соблюдаться принцип непрерывности планирования, т.е. преемственности прогнозов, планов. В соответствии с этим принципом прогнозы и планы различного временного аспекта должны последовательно увязываться между собой.

Принцип гибкости взаимосвязан с непрерывностью планирования и состоит в придании плану и процессу планирования способности менять свою направленность и параметры, в связи с возникновением непредвиденных обстоятельств. В структуре любого плана изначально должны быть заложены контрольные показатели для мониторинга текущих (промежуточных) результатов в процессе реализации и предусмотрена возможность адаптации плановых показателей на последующих этапах реализации к изменениям внутренних и внешних условий.

Принципы целенаправленности и приоритетности требуют, чтобы каждый план носил целевой характер, т.е. был направлен на достижение определенных целей, а в качестве приоритетов выделялись отрасли экономики и социально-экономические проблемы, от развития и решения которых зависит развитие экономики в целом. Этот принцип позволяет сосредоточить ресурсы на главных направлениях развития экономики и решении проблем общегосударственного значения.

Принцип приоритетности реализуется в тесной связи с принципов комплексности, предполагающим рассмотрение всех сторон объекта исследования с учетом его взаимосвязи и взаимозависимости с другими процессами и явлениями. При обеспечении приоритета в развитии важнейших отраслей должно предусматриваться соответствующее развитие всех других отраслей.

Принцип адекватности целесообразно рассматривать применительно к моделированию социально-экономических процессов. Экономико-математические модели, используемые в процессе прогнозирования развития экономики и оптимального планирования, должны быть адекватными, т.е. с достаточной степенью достоверности отражать реальные процессы.

Принцип точности планов означает, что каждая экономическая система в целом и каждая подсистема должны иметь четкие ориентиры для своей хозяйственной деятельности.

Принцип участия предусматривает активное воздействие на процесс планирования независимо от уровня и выполняемых функций всех участни-

ков, которые непосредственно должны быть задействованы в процессе реализации планов (стратегий, программ и т.п.).

Принцип оптимальности планирования заключается в необходимости выбрать из всех возможных вариантов лучшие (оптимальные), то есть наиболее эффективные или наименее ресурсоемкие.

Инновационные процессы должны базироваться на целенаправленной государственной научно-технической политике, которая должна быть избирательной, опираться на всесторонне взвешенную стратегию выбора и реализацию приоритетов. Приоритетные направления государственной политики, нацеленной на обеспечение конкурентоспособности российской экономики, устойчивое, динамичное и сбалансированное научно-технологическое развитие России на долгосрочный период в соответствии с Федеральным законом №172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» определяются комплексом документов стратегического планирования, который включает: ежегодное послание Президента Федеральному Собранию; стратегию социально-экономического развития; стратегию национальной безопасности, стратегию научно-технологического развития России, а также разрабатываемые на их основе государственные программы, отраслевые документы стратегического планирования, плановые и программно-целевые документы государственных корпораций, государственных компаний и акционерных обществ с государственным участием [25].

В настоящее время в нашей стране государство участвует в первую очередь в фундаментальных исследованиях, которые могут привести к созданию научного потенциала, который будет использоваться в странах с высокой ценой на интеллектуальные ресурсы. В результате очень скоро Россия может превратиться в поставщика «интеллектуального сырья» в экономически развитые страны. Регулирование и стимулирование инновационных процессов и инвестиционной деятельности относятся к важнейшим функциям государства в области управления экономикой. Это совершенно логично и объективно, поскольку экономическое развитие страны осуществляется с помощью научно-технических и организационных инноваций, требующих, как правило, существенных инвестиционных ресурсов. Инновационные процессы должны базироваться на определенной государственной научно-технической политике, которая должна быть избирательной, полностью взвешенной и опираться на стратегии выбора и реализации приоритетов. Сегодня в основу научно-технологического прогнозирования положены глобальные проблемы научно-технологического и инновационного развития, так называемые «большие вызовы».

«Большие вызовы» – относительно новое явление в государственной социально-экономической и научной политике, которое получило распространение в течение последних 20-30 лет. Его появление было связано с тем, что наука стала рассматриваться в качестве одной из ведущих производительных

сил, инструмента обеспечения технологического и социально-экономического прогресса, а не обособленного сектора общественной деятельности. При этом проблемы, которые стояли перед обществом, для обеспечения управляемости со стороны государства были оформлены в систему «больших вызовов» (grand challenges), которые позволили сформулировать стратегические цели и приоритетные задачи государственной научной политики в ряде развитых стран мира, стимулировали развитие механизмов господдержки, направленных на ускоренное преобразование научных идей в технологии, а технологий – в продукты на рынке, востребованные национальной и глобальной экономикой. Таким образом, «большие вызовы» стали одним из механизмов реализации STI-подхода, направленного на обеспечение единства науки, технологии и инноваций. Поскольку STI ориентирован на то, что наука выступает рыночным институтом, и она, как и технологии и инновации, представлена на глобальном рынке, то «большие вызовы» нередко выступают в виде «глобальных вызовов» (global challenges), а научно-технологическая и инновационная политика отвечает за присутствие страны в мировой «повестке дня». Основным международным документом, в котором записана версия основных «больших вызовов», является Доклад Генерального секретаря Организации Объединенных Наций «Мы, народы: роль ООН в XXI веке», опубликованного в марте 2000 года [11].

Россия, несмотря на большой опыт разработки стратегий и планов научно-технологического развития, а также на наличие опыта имплементации глобальной повестки научно-технологического развития в свои документы планирования, пока отстает в реализации модели научно-технологического и инновационного развития, в том числе в части работы над «большими вызовами». Сложившаяся матрица приоритетов научно-технологического и инновационного развития сформирована таким образом, что её изменение может привести к вскрытию системных конфликтов внутри государственной системы управления социально-экономическим развитием страны.

Отсутствие перехода к «большим вызовам», которое также характерно для российских документов планирования в научно-технологической и инновационной политике, угрожает выпадением России из глобальной научно-исследовательской повестки и на следующем шаге – утратой конкурентоспособности, снижением национальной безопасности и ухудшением качества жизни населения. В настоящее время вызовы, закрепленные в российских документах, не покрывают всего спектра проблем и часто имеют конъюнктурный характер, т.е. ориентированы на решение проблем, которые имеют значение в краткосрочной перспективе. Наиболее ощутимый дефицит вызовов (и приоритетов) в российских документах планирования отмечается по таким направлениям, как экология, борьба с бедностью, образование, социально значимые заболевания [21, 25, 27].

Стратегия научно-технологического развития РФ трактует большие вы-

зовы как объективно требующая реакции со стороны государства совокупность проблем, угроз и возможностей, сложность и масштаб которых таковы, что они не могут быть решены, устранены или реализованы исключительно за счет увеличения ресурсов [23].

Наиболее значимыми с точки зрения научно-технологического развития Российской Федерации большими вызовами являются:

а) исчерпание возможностей экономического роста России, основанного на экстенсивной эксплуатации сырьевых ресурсов, на фоне формирования цифровой экономики и появления ограниченной группы стран-лидеров, обладающих новыми производственными технологиями и ориентированных на использование возобновляемых ресурсов;

б) демографический переход, обусловленный увеличением продолжительности жизни людей, изменением их образа жизни, и связанное с этим старение населения, что в совокупности приводит к новым социальным и медицинским проблемам, в том числе к росту угроз глобальных пандемий, увеличению риска появления новых и возврата исчезнувших инфекций;

в) возрастание антропогенных нагрузок на окружающую среду до масштабов, угрожающих воспроизводству природных ресурсов, и связанный с их неэффективным использованием рост рисков для жизни и здоровья граждан;

г) потребность в обеспечении продовольственной безопасности и продовольственной независимости России, конкурентоспособности отечественной продукции на мировых рынках продовольствия, снижение технологических рисков в агропромышленном комплексе;

д) качественное изменение характера глобальных и локальных энергетических систем, рост значимости энерговооруженности экономики и наращивание объема выработки и сохранения энергии, ее передачи и использования;

е) новые внешние угрозы национальной безопасности (в том числе военные угрозы, угрозы утраты национальной и культурной идентичности российских граждан), обусловленные ростом международной конкуренции и конфликтности, глобальной и региональной нестабильностью, и усиление их взаимосвязи с внутренними угрозами национальной безопасности;

ж) необходимость эффективного освоения и использования пространства, в том числе путем преодоления диспропорций в социально-экономическом развитии территории страны, а также укрепление позиций России в области экономического, научного и военного освоения космического и воздушного пространства, Мирового океана, Арктики и Антарктики.

Реализация приоритетных направлений развития науки, техники и технологий на первом этапе осуществления государственной научно-технической политики позволила получить результаты и сформировать компетенции, необходимые для перехода к реализации новых приоритетов научно-технологического развития Российской Федерации, отвечающих на «большие вызовы».

Необходимо обеспечить готовность страны к «большим вызовам», еще не проявившимся и не получившим широкого общественного признания, предусмотреть своевременную оценку рисков, обусловленных научно-технологическим развитием. Ключевую роль в этом должна сыграть российская фундаментальная наука, обеспечивающая получение новых знаний и опирающаяся на собственную логику развития. Поддержка фундаментальной науки как системообразующего института долгосрочного развития нации является первоочередной задачей государства. В долгосрочной перспективе особую актуальность приобретают исследования в области понимания процессов, происходящих в обществе и природе, развития природоподобных технологий, человеко-машинных систем, управления климатом и экосистемами. Возрастает актуальность исследований, связанных с этическими аспектами технологического развития, изменениями социальных, политических и экономических отношений.

Одним из основных инструментов, обеспечивающих преобразование фундаментальных знаний, поисковых научных исследований и прикладных научных исследований в продукты и услуги, способствующие достижению лидерства российских компаний на перспективных рынках в рамках как имеющихся, так и возникающих (в том числе и после 2030 года) приоритетов, должна стать Национальная технологическая инициатива.

Научно-технологическое развитие Российской Федерации может осуществляться по двум альтернативным сценариям:

а) импорт технологий и фрагментарное развитие исследований и разработок, интегрированных в мировую науку, но занимающих в ней подчиненные позиции;

б) лидерство по избранным направлениям научно-технологического развития в рамках как традиционных, так и новых рынков технологий, продуктов и услуг и построение целостной национальной инновационной системы.

Первый сценарий характеризуется стагнацией относительного уровня расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы и ведет к утрате технологической независимости и конкурентоспособности России. Второй сценарий предполагает преодоление сложившихся негативных тенденций, эффективную перестройку как корпоративного, так и государственного сектора исследований, разработок и инноваций и требует при этом опережающего увеличения расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы по отношению к валовому внутреннему продукту и приближения их уровня к показателям развитых в научно-технологическом отношении стран.

Устойчивое развитие России, обеспечение структурных изменений экономики страны и вхождение в группу стран с высокими темпами прироста валового внутреннего продукта возможны только в рамках второго сценария, который является целевым.

Реализация второго сценария потребует концентрации ресурсов на получении новых научных результатов, необходимых для перехода страны к технологическим укладам; осуществления комплекса организационных, правовых и иных мер, направленных на существенное повышение эффективности расходов на исследования и разработки; рост отдачи от вложений в соответствующие сферы экономики для развития национальных центров исследований и разработок; создания эффективных партнерств с иностранными исследовательскими центрами и организациями; создания и развития частных компаний, способных стать лидерами, в том числе на новых глобальных технологических рынках.

Утвержденная Указом Президента РФ Стратегия научно-технического развития [23] должна изменить роль науки и технологий в развитии общества, экономики и государства и привести к следующим результатам:

а) обеспечить готовность страны к существующим и возникающим «большим вызовам» на основе генерации и применения новых знаний и эффективного использования человеческого потенциала;

б) повысить качество жизни населения, обеспечить безопасность страны и укрепление позиции России в глобальном рейтинге уровня жизни за счет создания на основе передовых научных исследований востребованных продуктов, товаров и услуг;

в) обеспечить технологическое обновление традиционных для России отраслей экономики и увеличение доли продукции новых высокотехнологичных и наукоемких отраслей в валовом внутреннем продукте на основе структурных изменений экономики России;

г) обеспечить продвижение российских технологий и инновационных продуктов на новые рынки, рост доходов от экспорта высокотехнологичной продукции, услуг и прав на технологии и, как следствие, усиление влияния и конкурентоспособности России в мире;

д) создать эффективную систему организации исследований и разработок, обеспечивающую высокую результативность и востребованность в социально-экономической сфере исследований и разработок; рост инвестиций в исследования и разработки и увеличение доли частных инвестиций во внутренних затратах на исследования и разработки; привлекательность работы в России для наиболее перспективных исследователей и повышение роли российской науки в мире;

е) обеспечить рост влияния науки на технологическую культуру в России, повышение степени понимания политических, экономических, культурных, информационных и иных происходящих в современном обществе процессов и воздействующих на них разнообразных природных и социальных факторов, а также обеспечить повышение степени организации общественных отношений и содействовать предупреждению социальных конфликтов.

Реализация всего комплекса программных мероприятий позволит обеспечить качественно новый уровень взаимодействия науки, технологий и инноваций, которые в результате должны функционировать как единая система, интегрированная с социально-экономической системой страны и обеспечивающая независимость и конкурентоспособность России на мировом рынке.

Список источников:

1. Ахапкина Н.Ю. Социально-экономические условия перехода к новой модели экономического роста: монография / рук. авт. кол. Д.Е. Сорокин; под ред. Н.Ю. Ахапкина, Л.В. Никифорова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 298 с.
2. Белых А.В., Григорьев И.В., Егоров Д.Н. Влияние эффекта якорения при прогнозировании макроэкономических показателей // Журнал правовых и экономических исследований. – 2013. – № 4. – С. 37-41.
3. Воронцовский А.В., Дмитриев А.А. Моделирование экономического роста с учетом неопределенности макроэкономических факторов: исторический обзор, проблемы и перспективы развития // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика. – 2014. – № 2. – С. 5-31.
4. Егорова Т.Н., Шманёв С.В. Дисфункция механизма привлечения инвестиций в инновационную деятельность промышленных предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. 2013. – №3(25). – С. 49-54.
5. Захарова Т.В., Жеданкова И.В. Бизнес-планирование в современной экономике // Экономическая среда. – 2014. – № 3 (9). – С. 21-24.
6. Институциональные механизмы модернизации экономики: монография / Под общ. ред. Лазаренко А.А. – Воронеж: Научная книга, 2010. – 214 с.
7. Кузык Б.Н., Кушлин В.И., Яковец Ю.В. Прогнозирование, стратегическое планирование и национальное программирование: учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2011. – 604 с.
8. Логвинов С.А., Павлова Е.Г. Макроэкономическое планирование и прогнозирование. – М.: Финансовый университет, 2011. – 219 с.
9. Морковкин Д.Е. Стратегические факторы инновационного преобразования реального сектора экономики России в условиях импортозамещения // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право». – 2015. – № 9-10. – С. 19-23.
10. Мотова М.А. Перспективы инновационной деятельности в промышленности на период до 2020 г. // Управленческие науки. – 2015. – № 1. – С. 49-55.
11. Мы, народы: роль ООН в XXI веке: доклад Генерального секретаря [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan.004566.pdf>.
12. Невская Н.А. Макроэкономическое планирование и прогнозирование. – М.: Юрайт, 2016. – 542 с.
13. Ноздрин С.Е. Стратегическое планирование: комплексные решения и специализация регионов России // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2015. – № 2. – С. 224-226.
14. Носачевская Е.А. Влияние научных факторов на эффективность региональ-

ного социально-экономического развития // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 3 (37). – С. 44-46.

15. Павленко И.Г. CRM-система как ведущая бизнес-технология // Экономическая среда. – 2013. – № 3 (5). – С. 86-89.

16. Паршутина И.Г., Самородова Е.М. Эндогенные и экзогенные факторы концентрации и масштабов роста промышленного производства // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 18-23.

17. Проблемы модернизации и инноваций в российской экономике: монография / под ред. Шманева С.В., Голоктионовой Ю.Г. – Орел: ООО «Картуш», 2013. – 212 с.

18. Сибирская Е.В., Петрухина Е.В. Целеполагание в стратегическом планировании инновационного развития хозяйственных систем на мезоуровне // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2013. – №1. – С. 73-79.

19. Смирнов С. Факторы циклической уязвимости российской экономики // Вопросы экономики. – 2010. – № 6. – С. 44-68.

20. Стратегическое планирование [Электронный ресурс] / Минэкономразвития России. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/strategic_planning/ (дата обращения: 02.02.2017).

21. Татаркин А.И. Системный подход к модернизации пространственного развития Российской Федерации // Образование и наука. – 2012. – №1. – С. 26-45.

22. Узяков М.Н. О качестве научного предвидения // Проблемы прогнозирования. – 2008. – № 1. – С. 3-17.

23. Указ Президента РФ №642 от 01.12.2016 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420384257>.

24. Устойчивость, резервоэффективность экономики, институты развития в условиях неопределенности: монография / Ильминская С.А. и др.; под общ. ред. В.В. Матвеева. – Орел, 2014. – 256 с.

25. Федеральный закон №172-ФЗ от 28.06.2014 «О стратегическом планировании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_164841/.

26. Френкель А.А., Тихомиров Б.И., Сергиенко Я.В., Рощина Л.С. Российская экономика в 2015-2017 годах // Экономическая политика. – 2016. – Т. 11. – №5. – С. 198-233.

27. Шманёв С.В., Незамайкин В.Н., Юрзинова И.Л. Предложения по развитию научного и экспертно-аналитического обеспечения процессов стратегического управления, социально-экономического планирования и проектирования // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – №1 (35). – С. 90-95.

28. Экономика развития: модели становления рыночной экономики: учебник / Р.М. Нуреев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 640 с.

29. Юрченко К.П. Трендовый анализ в макроэкономическом прогнозировании: оценка традиционных макродинамических процессов // Журнал экономической теории. – 2006. – №4. – С. 98-116.

Орлова С.А., Кучерова М.В.

**ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ ПРИЧИН
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПРЕСТУПНОСТИ**

Orlova S.A., Kucherova M.V.

**THE CONCEPT OF ECONOMIC CRIME
AND CLASSIFICATION OF ITS REASONS**

Орлова Светлана Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: aspirantura_ogiet@mail.ru

Orlova Svetlana Anatolyevna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: aspirantura_ogiet@mail.ru

Кучерова Мария Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: mariya.kucherova@list.ru

Kucherova Maria Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: mariya.kucherova@list.ru

В статье приводится понятие экономической преступности, а также представлена система экономических преступлений. Детально рассмотрена классификация причин экономической преступности. Проанализировано современное состояние экономической преступности в России.

In the article the concept of economic crime and the system of economic crimes are presented. Classification of the reasons of economic crime is considered in details. Modern condition of economic crime in Russia is analyzed.

Ключевые слова: экономическая преступность, причины экономической преступности, субъективные и объективные причины экономической преступности, классификация причин экономической преступности.

Keywords: economic crime, the reasons of economic crime, the subjective and objective reasons of economic crime, classification of the reasons of economic crime.

В настоящее время, несмотря на распространенное использование в научном обиходе понятия «экономическая преступность», общепринятого уголовно-правового и криминологического определения не выработано. Понимание экономической преступности до конца не определено.

Выделим одно из определений, которое более полно раскрывает суть экономической преступности, сформулированное следующим образом.

Экономическая преступность – это совокупность противоправных, общественно опасных, причиняющих существенный материальный ущерб, корыстных посягательств на используемую для хозяйственной деятельности собственность, установленный порядок управления экономическими процессами и эко-

номические права и интересы граждан, юридических лиц и государства со стороны лиц, выполняющих определенные функции в системе экономических отношений [4]. Ответственность за такие правонарушения предусмотрена ст. 169-199 гл. 22 раздела 8 УК РФ.

Экономическую преступность формирует совокупность нескольких десятков составов преступлений, предусмотренных уголовным кодексом [1]. Согласно действующему законодательству система экономических преступлений выглядит следующим образом:

1. Преступления, посягающие на предпринимательскую сферу деятельности (ст. 169-175 УК РФ).
2. Преступления, нарушающие отношения добросовестной конкуренции (ст. ст. 178-181, 183, 184 УК РФ).
3. Преступления против интересов кредиторов (ст. ст. 176, 177, 195-197 УК РФ).
4. Преступления, посягающие на финансовые интересы государства и других участников экономической деятельности (ст. ст. 185-187 УК РФ).
5. Преступления, посягающие на общественные отношения, обеспечивающие интересы внешнеэкономической деятельности (таможенные преступления ст. ст. 188-190, 194 УК РФ).
6. Преступления против порядка обращения валютных ценностей (ст. ст. 191-193 УК РФ).
7. Преступления, посягающие на налоговую систему государства (ст. ст. 198-199.2 УК РФ).

Исследование экономической преступности невозможно без выявления ее причин, в котором объединяются составляющие элементы экономики и социальной психологии, юриспруденции и политики, научной теории и социальной практики.

Причины преступности – это явления в общественной жизни, которые порождают преступность, поддерживают ее существование, вызывают ее подъем или спад.

Под причинами преступности понимаются социальные, экономические, психологические и иные объективно существующие факторы, которые порождают и постоянно воспроизводят преступность и правонарушения как следствие своего действия. Это базовый, основной элемент в проблеме существования преступности. Среди причин преступности выделяют субъективные и объективные.

К субъективным причинам преступности относятся определенные составляющие элементы социальной психологии, характеризующиеся деформацией моральных ценностей и искаженным правосознанием личности, нарушающей закон. Объективными причинами преступности выступают социальные противоречия и экономические кризисы, политическая непостоянность в об-

ществе, образующие трудности и недостатки для людей, порождая антиобщественную мотивацию и преступное поведение [5].

Все многообразие причин экономической преступности можно представить в виде классификации:

- экономические;
- политические;
- правовые;
- организационные;
- технические причины экономической преступности.

К причинам, стимулирующим правонарушения в сфере экономики внутри данной классификации, можно отнести следующие.

Экономические причины преступности в сфере экономики:

- 1) экономический кризис, продолжающийся в течение длительного времени;
- 2) поляризация общества на бедных и богатых;
- 3) уровень абсолютной нищеты населения, определяемый способностью удовлетворить только минимальные потребности, обеспечивающие биологическую выживаемость;
- 4) высокая степень инфляции, сопровождающаяся периодической гиперинфляцией, что делает невозможным бесконфликтное приспособление населения к меняющимся условиям жизни;
- 5) возрастание необходимости «овеществить», вложить в недвижимость денежные средства как возможность спасения от инфляции;
- 6) рост безработицы;
- 7) низкая заработная плата в составе внутреннего валового продукта;
- 8) избыточное налогообложение коммерческих организаций, способствующее нелегальному предпринимательству;
- 9) снижение инвестиционной активности.

Политические причины преступности в сфере экономики:

- 1) длительный период острой политической нестабильности;
- 2) непостоянность уголовной политики борьбы с преступностью в сфере экономики;
- 3) низкий уровень участия населения в борьбе с корыстными преступлениями;
- 4) коррумпированность части руководителей и служащих органов государственной власти и местного самоуправления.

Правовые причины корыстной преступности:

- 1) наличие многочисленных пробелов и противоречий в гражданском, административном, финансовом, налоговом, банковском, бюджетном, валютном и уголовном законодательстве в части, относящейся к регулированию и охране экономических отношений;

2) недостаточность или отсутствие официального толкования уголовно-правовых норм об ответственности за причинение имущественного ущерба путем обмана или злоупотребления доверием, а также за все преступления в сфере экономической деятельности (за исключением налоговых преступлений), предопределяющая низкую интенсивность применения соответствующих норм;

3) неоправданно заниженный размер санкций за ряд преступлений в сфере экономики, что способствует неэффективной борьбе с ними;

4) отсутствие развитого законодательства о предупреждении преступности, создающего нормативные предпосылки для постепенного перехода от преимущественно-карательной модели борьбы с корыстной преступностью к профилактической, основанной на правовых, нравственных, информационных и имущественных гарантиях приоритета мер по ограничению причин совершения преступлений перед мерами уголовного преследования;

5) отсутствие уголовной ответственности юридических лиц за преступления в сфере экономической деятельности.

Социально-психологические причины корыстной преступности:

1) господство потребительской системы социальных ценностей;

2) нравственная оправданность незаконного обогащения в глазах населения;

3) низкий уровень солидарности населения с уголовно-правовыми запретами;

4) пренебрежение вероятностью привлечения к ответственности за преступления в сфере экономики, особенно должностными лицами;

5) низкий уровень знания населением пределов ответственности за преступления в сфере экономической деятельности;

6) утрата населением доверия и готовности оказать помощь правоохранительным органам в раскрытии и расследовании преступлений в сфере экономики.

Организационные причины преступности в сфере экономики:

1) неадекватность системы государственного реагирования на корыстную преступность, ее характер и структуру;

2) крайне низкая степень раскрываемости многих видов преступлений в сфере экономики;

3) отсутствие государственной системы криминологического мониторинга преступлений в сфере экономики и их факторов;

4) дефицит высокоэффективных (компьютерных) технологий расследования новых форм причинения ущерба;

5) функциональные противоречия между различными подразделениями одних и тех же правоохранительных органов, осуществляющих борьбу с одними и теми же видами преступлений в сфере экономики;

б) низкий уровень координации деятельности различных правоохранительных органов по борьбе с преступлениями в сфере экономики;

7) отсутствие высокоэффективного механизма поиска за рубежом (прежде всего в офшорных зонах) и возврата в Россию незаконно удерживаемого или перемещенного имущества.

Технические причины корыстной преступности:

1) несовершенство технических средств предупреждения и пресечения преступлений в сфере экономики, связанных с использованием компьютерных средств;

2) недостаточность организационно-технического обеспечения механизма немедленного реагирования на преступления в сфере экономики;

3) низкий уровень информационно-технического обеспечения взаимодействия российских и зарубежных правоохранительных органов в выявлении и расследовании транснациональных преступлений в сфере экономики;

4) низкий уровень использования компьютерных технологий выявления и расследования высоколатентных преступлений в сфере экономики [8].

Для экономических преступлений, совершаемых умышленно, характерна корыстная мотивация, стремление к противоправному обогащению за счет государства, коммерческих структур всевозможных форм собственности, общественных объединений либо граждан.

При определении групп преступлений, образующих экономическую преступность, интегрирующим признаком можно считать причинение вреда охраняемым законодательством экономическим интересам всего общества и граждан вследствие совершения хищений, хозяйственных и корыстных должностных преступлений. Отличительная особенность экономических преступлений состоит в том, что они совершаются определенным субъектом, а не посторонними для объекта управления людьми, включенными в систему экономических отношений, на которые они посягают [2].

Согласно сведениям портала правовой статистики, в 2016 г. на территории РФ зарегистрировано около 2,16 млн преступлений, что на 9,6% меньше, чем в 2015 году.

В 2016 году было зарегистрировано 107630 экономических преступлений, удельный вес которых в общем числе зарегистрированных преступлений составил 5,05%. По сравнению с 2015 г. число выявленных преступлений экономической направленности снизилось на 3,2% (рисунок 1).

В 2016 г. было выявлено около 33 тыс. (+1,4 %) преступлений коррупционной направленности, удельный вес которых в общем числе зарегистрированных преступлений составил 1,5%.

Число преступлений, предусмотренных статьей 290 УК РФ (получение взятки), в России снизилось на 17,7% (с 6 495 до 5 344).



Рисунок 1 – Динамика экономических преступлений за 2011-2016 гг.

За истекший период число преступлений, предусмотренных статьей 291 УК РФ (дача взятки), на территории РФ сократилось на 1,9 % (с 6 816 до 4 640) [9].

Что касается структуры экономической преступности (рисунок 2), то наиболее распространенными экономическими преступлениями в России являются преступления коррупционной направленности (около 32 тыс. зафиксированных преступлений, или 33% от всех выявленных правонарушений в экономической сфере), из которых, более 9% распространено на взяточничество. На втором месте располагается мошенничество – около 21,7 тыс. преступлений, или 20%. По статье «Присвоение и растрата» совершено более 17,6 тыс. преступлений, занимающих в общей доли преступлений экономической направленности 16,2%. Налоговым преступлениям принадлежит 8,5% от всех преступлений экономической направленности.

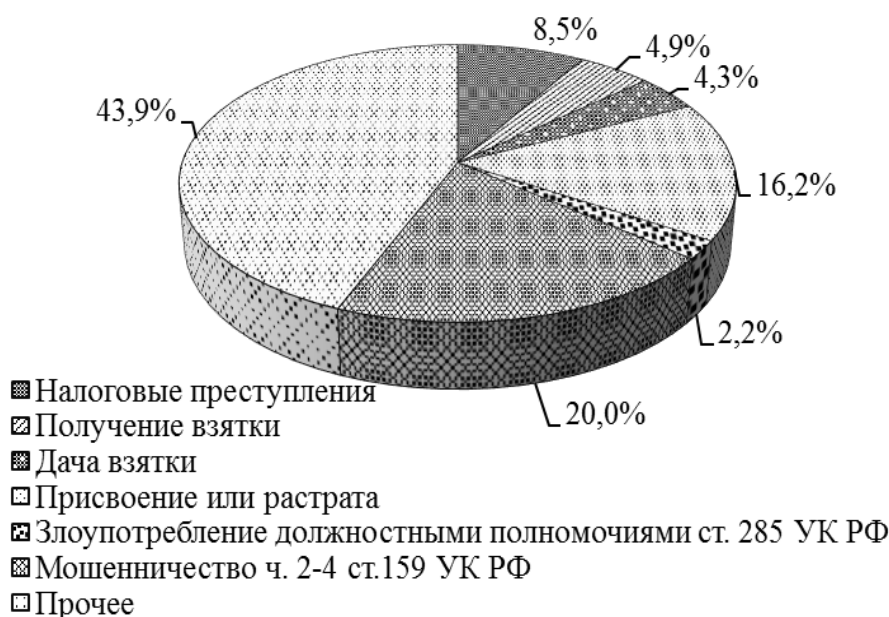


Рисунок 2 – Структура экономической преступности по итогам 2016 года

Таким образом, экономические преступления в самом общем виде можно определить как общественно опасные деяния, посягающие на экономику как совокупность производственных (экономических) отношений и причиняющие ей материальный ущерб. Причины же экономической преступности коренятся во всех сферах жизни общества: экономической, социальной, политической и духовной.

Список источников:

1. Уголовный кодекс РФ [Электронный ресурс]: федеральный закон №63-ФЗ от 13 июня 1996 г. (ред. от 07.03.2017 // СПС «Консультант Плюс». – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/.
2. Анисимов А. Криминологическая характеристика экономической преступности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://downtown.ru/voronezh/city/4485>.
3. Быков С.А. Анализ особенностей экономической преступности в России // Журнал правовых и экономических исследований. – 2012. – №5. – С. 4-9.
4. Гаг И.А. Преступления в сфере экономической деятельности: учебное пособие. – Кемерово: КГУ, 2013. – 175 с.
5. Карпович О.Г. Экономическая преступность в России: Теория и практика противодействия: монография. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 199 с.
6. Понятие и классификация причин преступности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://criminology-info.ru/index.php?action=full_article&id=24.
7. Портал правовой статистики «[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://crimestat.ru/offenses_map.
8. Причины и условия экономической преступности [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://student-pravo.ru/lekcii-kriminologia/pricini-i-uslovia-ekonom-prestupnosti/>.

УДК 330.322:008

Потапова Е.В., Башакина С.В.

ФАНДРАЙЗИНГ КАК ИСТОЧНИК ИНВЕСТИЦИЙ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Potapova E.V., Bashakina S.V.

FUNDRISING AS THE SOURCE OF INVESTMENTS IN THE SPHERE OF CULTURE

Потапова Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: kaffinkredit@yandex.ru

Potapova Elena Viktorovna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: kaffinkredit@yandex.ru

Башакина Светлана Владимировна; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 302028, РФ, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А;
e-mail: bashakina_svetlana@mail.ru

Bashakina Svetlana Vladimirovna; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: bashakina_svetlana@mail.ru

В начале XXI века культура, выступая как фактор духовного здоровья нации и социальной стабильности общества, приобретает особую социальную значимость. Обеспечение стабильного социально-экономического развития общества становится сегодня возможным только посредством вклада культуры в формирование человеческого капитала. Проблемы финансирования сферы культуры в российском государстве являются в настоящее время основными, не до конца решенными как с теоретических позиций, так и с точки зрения практической реализации. В организациях культуры фандрайзинг представляет собой целенаправленный систематический поиск средств для осуществления общественно важных проектов и программ в своей области.

In the beginning of the XXI century culture has special social importance, acting as the factor of moral health of the nation and social stability of the society. Today provision of stable social and economic development of the society becomes possible only by means of culture contribution to human capital formation. The problems of culture financing in the Russian state are the basic ones now. They are not solved yet both from theoretical positions, and from the point of view of practical realization. In culture organizations fundrising is purposeful regular search of means for realization of socially important projects and programs in the area.

Ключевые слова: : фандрайзинг, финансовые ресурсы, некоммерческая организация, финансирование, учреждение культуры, культура, сфера культуры.

Keywords: fundrising, financial resources, non-profit organization, financing, culture institutions, culture, culture sphere.

В начале XXI века культура, выступая как фактор духовного здоровья нации и социальной стабильности общества, приобретает особую социальную значимость. Мировой опыт социально-экономического развития и становления демократических ценностей подтверждает тот факт, что реализация экономических и политических прав становится не возможна в отрыве от социальных и культурных прав. Иными словами, экономические и политические факторы определяют образ и уровень жизни общества, но именно культурные факторы формируют восприятие обществом своего настоящего и будущего, выбор экономических и политических моделей поведения.

Обеспечение стабильного социально-экономического развития общества становится сегодня возможным только посредством вклада культуры в формирование человеческого капитала. Приращение этого капитала происходит в значительной мере в процессе реализации потенциала культуры. Высокие темпы экономического развития новых индустриальных стран во многом объясняются значительными инвестициями в человеческий капитал. Высокий уровень социально-экономического развития имеет в своей основе те же причины. Современные экономические теории обосновывают все возрастающую роль человека в постиндустриальном обществе. Как следует из расчетов экс-

пертов Института экономики РАН, выполненных на основе данных Всемирного банка, человеческий капитал составляет более половины мирового национального богатства – 365 трлн долл., на воспроизводимый и природный капитал приходилось соответственно 95 и 90 трлн долл. [8]. На сегодняшний день, человеческий капитал практически во всех странах мира превышает половину накопленного национального богатства.

В нашей стране проблемам культуры уделяется значительное внимание. Руководство страны регулярно подчеркивает важность использования культурного потенциала страны в ее социально-экономическом развитии. Например, Д.А. Медведев, будучи Президентом страны, в своем послании Федеральному Собранию отметил роль культуры в становлении инновационной экономики в России: «Инновационная экономика может сформироваться только в определенном социальном контексте как часть инновационной культуры... Мы обязаны беречь единое культурное пространство страны во всем его многообразии, помогать сохранению богатых национальных традиций народов России» [9].

Однако приходится констатировать, что культура в современном российском обществе находится в состоянии, определяемом большинством экспертов как критическое. С одной стороны, в сфере культуры имеют место две угрожающие тенденции: отказ от высоких духовных ценностей в пользу примитивности, подмена духовных ориентиров материальными и замещение цивилизационно идентичной культуры иноцивилизационными культурными стандартами [14]. С другой стороны, российское государство в качестве приоритетных выбрало иные направления развития, что привело к ухудшению финансирования сферы культуры.

Проблемы финансирования сферы культуры в российском государстве являются в настоящее время основными, не до конца решенными как с теоретических позиций, так и с точки зрения практической реализации. Следует отметить, что бюджетное финансирование, осуществляемое в соответствии с законодательством Российской Федерации и законодательством субъектов Российской Федерации, является основной формой финансирования для учреждений культуры на современном этапе развития.

По данным экспертов Высшей школы экономики номинальные расходы из консолидированного бюджета РФ на культуру и кинематографию устойчиво растут в 2011-2015 гг. (табл. 1). Однако в реальном выражении значения указанного показателя так и не достигают уровня 2008 г. Таким образом, можно сделать вывод, что значимость расходов на культуру и кинематографию за последнее десятилетие снизилась.

Инвестиции государства в человеческий капитал стали одной из существенных жертв очередного кризиса российской экономики. На федеральном уровне именно эти статьи выступили лидерами экономии: на 8,1 % по отноше-

нию к 2014 г. сократились расходы на культуру и кинематографию, на 4,3 % – на образование, на 3,7% – на здравоохранение. Сократились и доли расходов по этим статьям в бюджете: на образование – с 4,3 % в 2014 г. до 3,9 % в 2015 г., на здравоохранение – с 3,6 до 3,3 %, на культуру – с 0,7 до 0,6 % [2].

Таблица 1 – Расходы бюджетной системы Российской Федерации на культуру и кинематографию в 2012-2015 гг., млрд руб. [17]

	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Консолидированный бюджет Российской Федерации и государственных внебюджетных фондов	310,6	340,2	377	410	395,6
в т.ч.:					
федеральный бюджет	83,8	89,9	94,8	97,8	89,9
бюджеты государственных внебюджетных фондов	0	0	0	0	0
консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации	234,7	257	288,1	320,7	310,6
бюджеты территориальных государственных внебюджетных фондов	0	0	0	0	0

Выполняя задачи по идеологическому обеспечению и социальному обслуживанию населения, сфера культуры, с одной стороны, выступает в числе основных претендентов на средства государственного бюджета. С другой стороны, культура располагает существенным коммерческим потенциалом, позволяющим внести вклад в развитие российской экономики.

В России влияние рыночных механизмов на формирование и становление общественных институтов имеет большое значение. Отрасль культуры, представленная в основном НКО, также подвержена сильному воздействию законов и принципов рыночных отношений, нацеленных ключевым образом на выявление эффективных и устранение неконкурентоспособных участников. Поэтому, невзирая на поставленные цели и задачи существования какой-либо НКО, в основе её функционирования всегда лежит вопрос о том, как оно будет осуществляться. Иными словами, проблемы выживаемости в условиях конкурентной борьбы, в том числе в сфере культуры, носят фундаментальный характер, оказывая при этом влияние на намеченную руководителем составом учреждения концепцию развития. В поиске дополнительных финансовых средств организации помогает сравнительно новый вид деятельности – фандрайзинг (fundraising – FR, поиск денег). В организациях культуры фандрайзинг представляет собой целенаправленный систематический поиск средств для осуществления общественно важных проектов и программ в своей области.

Существуют два основных вида фандрайзинга: проектный и оперативный. Проектный фандрайзинг используется в том случае, когда необходимо привлечь средства под конкретный проект. Он является наиболее удобной

формой привлечения и аккумуляции средств как для организаторов проекта, так и для финансирующей стороны. Это объясняется наличием четко определенных целей использования средств, возможностью привлечения значительных финансовых источников при низких расходах на фандрайзинг, а также получением конкретных выгод от участия в осуществлении социально-значимых проектов и программ. Оперативный же используется некоммерческой организацией для поиска средств на покрытие текущих затрат. Он является менее эффективной формой привлечения средств, так как поступающие средства не имеют целевого назначения и аккумулируются в текущем бюджете организации [1].

Кроме того, фандрайзинг может быть внутренним и внешним. Первый осуществляется сотрудниками некоммерческой организации, а второй – с помощью профессиональных консультантов по фандрайзингу.

Можно выделить следующие методы организации фандрайзинга: телефонный фандрайзинг (обращение к потенциальным донорам по телефону), почтовый фандрайзинг (обращение к потенциальным донорам в письме), индивидуальный фандрайзинг (персональное обращение к потенциальному донору в личной беседе), солофандрайзинг (получение поддержки известных лиц) и событийный фандрайзинг (проведение различных мероприятий) [13].

Рынок возможных доноров разнообразен. Финансовые ресурсы учреждения культуры могут получать:

- от учредителей на текущие затраты и капитальные вложения;
- от зарубежных и российских благотворительных организаций, в том числе от фондов и международных организаций;
- от коммерческих хозяйствующих субъектов;
- от физических лиц.

Принимая во внимание необходимость использования эффективных и полезных методов, фандрайзинг предусматривает определенную стратегию, тактику, методологию. Фандрайзинговая деятельность является продолжением стратегии и тактики учреждения по планированию и управлению.

В НКО сферы культуры фандрайзинг трактуется как технология партнерства и инструмент коммуникации с возможными донорами. Комплекс управленческих мероприятий по планированию, организации, проведению и контролю процесса привлечения средств в НКО является фандрайзинговой кампанией. В связи с проведением долгосрочных и масштабных фандрайзинговых кампаний сформировалась потребность в новых специалистах – фандрайзерах, которые предоставляют услуги в области привлечения ресурсов.

Фандрайзинг – это не временная мера по спасению, оторванная от программы деятельности учреждения. Процесс привлечения финансовых ресурсов неразрывно связан с миссией и генеральной линией развития организации. Следовательно, такую деятельность необходимо расценивать как продол-

жение основной стратегии по планированию и управлению. Таким образом, она не будет противоречить сформировавшемуся общественному образу и репутации организации.

Задачами фандрайзера является анализирование рынка потенциальных доноров, определение общих интересов доноров и НКО, создание системы бонусов для доноров, разработка способов привлечения ресурсов, а также непосредственная реализация фандрайзинговой кампании. В основе фандрайзинга лежат определенные нормы:

1. Задача фандрайзинга в организациях культуры заключается в том, чтобы достигнуть согласия между интересами донора и потребностями данной организации.

2. Говорить об успехе фандрайзинга можно только тогда, когда он предоставляет ресурсы для реализации стратегии развития учреждения культуры.

Кроме того, необходимо следовать следующим принципам:

1. Успех фандрайзинга зависит от управления и активного участия руководителя в процессе.

2. Основой успеха фандрайзинга является малая база доноров.

3. Отказ от формального подхода, представление о слабых и сильных сторонах организации, ее работников, потенциальных дарителей способствует эффективному развитию.

Правильный фандрайзинг основан на стратегическом подходе, который предполагает следующие этапы:

Этап 1: Определение нужд учреждения. На этом этапе производится анализ текущей работы и выявляются первостепенные потребности.

Этап 2: Формулирование предложения: предназначение средств.

Этап 3: Изучение возможных источников фандрайзинга. На этом этапе важно не забывать о разнообразии источников (фирмы, частные лица, благотворительные организации, государственные органы). Грантоотдающие фонды могут выделить крупную сумму на целевой проект, но это длительный процесс, который не дает 100% результата. Частные дарители жертвуют меньшие суммы, но для НКО это быстрые и нецелевые средства с возможностью тратить их по обстоятельствам.

Этап 4: Определение методологии. Для привлечения денежных ресурсов можно прибегнуть к системе членских взносов, заявкам на гранты, письмам донорам, массовым рассылкам, участию в партнерских проектах, персональной беседе, общественным мероприятиям и др.

Этап 5: Распределение ответственных лиц. В случае, когда собственный профессиональный потенциал не соответствует требованиям фандрайзинговой деятельности, необходимо привлечь новых экспертов. Чаще всего главным фандрайзером является руководитель организации, обладающий максимальным управленческим ресурсом и социальным авторитетом.

Этап 6: Постановка промежуточных целей и реалистичных сроков. Важной составляющей стратегии является формирование серии промежуточных результатов с планируемыми сроками выполнения.

Этап 7: Установление размера бюджета. Он может содержать единовременные затраты, выплаты персоналу, затраты на приобретение оборудования и материалов для проекта, публикации и другие специфические траты.

Создание бизнес-плана проекта и иных документов, адресованных потенциальным донорам финансирования (спонсорский пакет, заявка на грант и др.), возможно лишь при условии четко сформулированной стратегии.

Фандрайзинговая политика НКО как эффективная форма привлечения ресурсов играет большую роль в российских условиях. Непростое финансовое положение вынуждает отечественные некоммерческие организации заниматься поиском новых источников доходов.

Таким образом, развитие учреждения культуры – комплекс хорошо организованных, целенаправленных усилий по привлечению финансовых средств путем выявления возможных доноров и предварительной работы с ними, а также ходатайства к ним о дарениях в случае, когда их цели и стремления совпадают с целями и приоритетами учреждения. Задача программы развития состоит в том, чтобы сделать учреждение культуры более независимым. Поэтому судить об эффективности фандрайзинга следует, исходя не из собранных сумм, а из того, в какой мере полученные дарения отвечают стратегическим представлениям о будущем вашей организации.

Большая часть российских некоммерческих организаций не занимается регулярными сборами средств, поэтому зачастую на реализацию какого-либо проекта просто нет денег. В решении этой проблемы на помощь приходит фандрайзинг – абсолютно новая область знаний для России. На данный момент процент участия населения и государства в формировании доходов НКО не высок, но становится актуальной проблема привлечения новых форм финансирования, планирования и организации процессов внешней поддержки, а соответственно, и развития фандрайзинга. С такими направлениями деятельности, как менеджмент, маркетинг, PR-реклама Россия сможет повысить уровень своего развития.

Основными видами поддержки некоммерческих организаций, в том числе сферы культуры, является спонсорская помощь – оказание безвозмездной финансовой и (или) материальной помощи (поддержки). Осуществление деятельности по привлечению дополнительных финансовых средств лучше возложить на сторонних организаторов, профессионально занимающихся данной проблемой.

В некоммерческих организациях существует множество причин, по которым не ведется систематических поиск средств. Главная из них – дефицит наработок, опыта и профессиональных навыков в проведении фандрайзинго-

вых кампаний.

Стремление получить дополнительные средства от спонсоров – это не основная цель учреждений культуры, это средство работать лучше, тут деньги выступают стимулом для развития культуры. Поэтому аккумуляция дополнительных денежных ресурсов на развитие социокультурной сферы является важным направлением в деятельности каждого учреждения. Проблема учреждений культуры состоит не столько в отсутствии возможностей получить спонсорские деньги, сколько в неумении использовать эти возможности, в отсутствии практического опыта привлечения средств.

Список источников:

1. Артемьева Т.В. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования / Т.В. Артемьева, Г.Л. Тульчинский. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010. – 285 с.

2. Железнова М. Культура отдохнет [Электронный ресурс] // Ведомости. – 2016. – 28 июня. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/06/29/647157-kultura-otdohnet>.

3. Колесниченко С.И. Показатели эффективности в современных информационных системах / С.И. Колесниченко, О.В. Рудакова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2010. – №2(2). – С. 11-17.

4. Кулькова В.Ю. Организационно-информационная поддержка деятельности СО НКО в Российской Федерации и Республике Татарстан // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №2(20). – С. 165-170.

5. Лыгина Н.И. Основные направления развития межрегиональной интеграции и ассоциации экономического взаимодействия // Регион: системы, экономика, управление. – 2008. – №1. – С. 111-116.

6. Лыгина Н.И. Сравнительная оценка методики определения стоимости финансовых ресурсов предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №4. – С. 2-9.

7. Лыгина Н.И., Фирсов А.Е. Направления совершенствования процесса управления экономическими системами при развитии инновационной деятельности // Вестник ОрелГИЭТ. – 2008. – №4(6). – С. 58-62.

8. Национальное богатство стран мира на начало XXI в [Электронный ресурс] // Бизнес on-line. – Режим доступа: <http://www.business-gazeta.ru/article/80938/>.

9. Послание Президента РФ Федеральному Собранию Российской Федерации [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2009. – 13 ноября. – Режим доступа: <https://rg.ru/2009/11/13/poslanie-tekst.html>.

10. Рудакова О.В. Национальное богатство в системе общественного благосостояния / О.В. Рудакова, В.И. Ладанов // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2013. – №1(7). – С. 256-261.

11. Рудакова О.В. О приоритете развития сферы услуг в условиях постиндустриальной трансформации / О.В. Рудакова, Е.М. Самородова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2007. – №2(2). – С. 110-117.

12. Рудакова О.В. Тенденции и проблемы развития Интернет-торговли цен-

ными бумагами на российском фондовом рынке / О.В. Рудакова, В.М. Бабадаева // Вестник ОрелГИЭТ. – 2011. – №3(17). – С. 101-110.

13. Рутковская М. PR-технологии в привлечении инвестиций. Спонсоринг и фандрайзинг. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 308 с.

14. Сулакшин С.С. Критические проблемы состояния культуры современной России [Электронный ресурс] // Россия навсегда. – Режим доступа: <http://rossiyanavsegda.ru/read/1930/>.

15. Угрюмов В.Б. Инвестиции в культуру – инвестиции в «человеческий капитал» [Электронный ресурс] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. – Режим доступа: <http://www.nauteh-journal.ru/index.php/--gn12-07/596-a>.

16. Фейгельман Н.В. Фандрайзинг в системе деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2010. – №2-1. – С. 253-257.

17. Финансы России. 2016: стат.сб. – М.: Росстат, 2016. – 343 с.

18. Чернышева Т.А. Связи с общественностью (PR): учебное пособие. – Новосибирск: НГТУ, 2012. – 140 с.

19. Шекова Е.А. Управление учреждениями культуры в современных условиях: учебное пособие. – СПб.: Издательство «Лань»; Издательство «ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2014. – 416 с.

20. Rudakova O. Human Potential as an Element of Innovative-investment Attraction of The Regions / O. Rudakova, N. Lygina, Y. Soboleva // Procedia Economics and Finance. – 2015. – №24 С. – PP. 666-674.

УДК 347.27:332.1(470)

Чуканов А.И.

ИССЛЕДОВАНИЕ НЕРАВНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Chukanov A.I.

RESEARCH OF DEVELOPMENT UNEVENNESS OF HYPOTHECARY HOUSING CREDITING IN THE REGIONS OF RUSSIA

Чуканов Андрей Игоревич, аспирант; ФГБОУ ВО «Тульский государственный университет», 300012, РФ, г. Тула, пр. Ленина, д. 92;
e-mail: itunereg@gmail.com

Chukanov Andrey Igorevich; Tula State University; 92 Lenina Avenue, Tula 300012, Russian Federation;
e-mail: itunereg@gmail.com

Ипотечное жилищное кредитование является одним из наиболее важных направлений экономической политики в Российской Федерации. Данный вид кредитования необходим для решения про-

Hypothecary housing crediting is one of the most important directions of the economic policy in the Russian Federation. This kind of crediting is necessary to solve the problems of provision of the population with

блемы обеспечения населения доступным жильём, а также для развития банковской и строительной систем. При исследовании ипотечного сектора, как правило, применяют агрегированные показатели, не учитывающие особенности развития ипотеки в разных регионах России.

Для совершенствования методики развития ипотечного жилищного кредитования в России необходимо выявить структуру развития ипотеки в регионах РФ и, соответственно, сгруппировать регионы по кластерам. Помимо этого, целесообразно изучить влияние различных экономических факторов на развитие ипотеки в регионах.

В данной статье рассматриваются источники данных по ипотечному кредитованию в России, основные подходы для представления и анализа этих данных. Описываются показатели, оказывающие влияние на ипотечный сектор, и на основе изученного материала строится схема функционирования ипотечного кредитования в России. Для проведения группировки регионов применяется кластерный анализ (метод *k-means*, использующийся для выявления однородных групп, называемых кластерами). На основании проведённой кластеризации сделаны выводы о наличии пяти ипотечных кластеров и определены направления дальнейшего исследования ипотечного кредитования в России.

Ключевые слова: : ипотечное кредитование, ипотека, эконометрическое моделирование, АИЖК, кластеризация, *k-means*.

affordable housing, and to develop banking and building systems. In the research of hypothecary sector the aggregated indicators are used, as a rule, which do not consider the features of mortgage development in different regions of Russia.

It is necessary to reveal the structure of mortgage development in the regions of the Russian Federations for perfection of the development technique of hypothecary housing crediting in Russia and to group the regions on clusters accordingly. Besides, it is expedient to study the influence of various economic factors on mortgage development in the regions.

*In the article the data sources on hypothecary crediting in Russia, the basic approaches for presenting and analyzing of these data are considered. The indicators influencing hypothecary sector are described, and on the basis of the studied material the scheme of hypothecary crediting functioning in Russia is presented. To group the regions cluster analysis is fulfilled (method *k-means* is used to reveal homogeneous groups called clusters). On the basis of clusterization conclusions are made that there are five hypothecary clusters and the directions of further research of hypothecary crediting in Russia are defined.*

Keywords: *hypothecary crediting, mortgage, econometric modelling, Agency of hypothecary housing crediting, clusterization, k-means.*

Одной из приоритетных проблем экономики России является решение жилищного вопроса. Для этого была разработана Стратегия развития ипотечного жилищного кредитования Российской Федерации до 2020 года, которая утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 ноября 2014 г. № 2242-р в целях реализации государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [1].

В рамках Указа Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг» установлены целевые ориентиры по ипотеке.

Однако наступление нового экономического кризиса в России и последующий за ним значительный спад на рынке ИЖК привели к усугублению проблем в этой сфере [2]:

- социальные (избыточные жилищные неравенства);
- экономические (низкий уровень дохода у большинства населения);

- ментальные (отсутствие трудовой и демографической мотивации).

Важно отметить, что для успешного решения части этих проблем необходимо создание новой методики развития ипотечного жилищного кредитования (ИЖК).

Для анализа ипотечного жилищного кредитования обычно используются такие показатели, как среднедушевой доход населения, средняя стоимость одного квадратного метра жилья, коэффициент доступности жилья и некоторые другие показатели, агрегирование которых происходит на всероссийском уровне. Данный подход может приводить к выводам, верным лишь для определённой части регионов или ряда групп населения.

Для проведения дифференцированной ипотечной политики необходимо оценить ипотечный потенциал региона. Прежде всего, следует учитывать существенные различия в регионах страны, а также высокую дифференциацию доходов населения.

Важным при выполнении экономических исследований является не только проверка качественных, но и определение количественных связей. Для этого применяют эконометрическое моделирование.

В эконометрике существуют три основных типа данных [3]:

- перекрёстные данные,
- панельные данные,
- временные ряды.

Первый тип данных представляет собой набор наблюдений за различными объектами за единичный промежуток времени.

Второй тип данных представляет собой наблюдение за несколькими объектами на определённом промежутке времени.

Последний тип данных - временной ряд – представляет собой последовательность значений во времени одного объекта.

Основными источниками данных по ипотечному жилищному кредитованию являются:

- ЦБ РФ, предоставляющий показатели рынка ипотечного кредитования, которые сгруппированы в статистическом сборнике «Сведения о рынке жилищного (ипотечного жилищного) кредитования в России». Некоторые данные предоставляются за месяц, другие за полгода, что может создать определённые сложности при анализе данных, также многие данные представлены накопленным итогом [4];

- Агентство ипотечного жилищного кредитования (АИЖК), предоставляющее данные, полученные от ЦБ РФ и Росстата, в обработанном виде за выбранные периоды для разных регионов [5];

- Росстат, предоставляющий ежегодные данные по жилищному строительству и другим показателям, связанным с ипотекой, также выпускающий ежегодный сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели» [6];

- Аналитический центр компании ООО «Русипотека», предоставляющий мониторинг рынка «Ипотечное кредитование в регионах России». В отличие от предыдущих источников, он не публикуется в открытых источниках.

Для нахождения статистической связи между объёмом ипотечного жилищного кредитования и различными факторами используются [7]:

- многомерные временные ряды;
- панельные данные;
- системы одновременных уравнений;
- перекрёстные данные.

Особенностями панельных данных являются:

- учёт специфики регионов страны, поскольку влияние различных факторов в разных регионах страны рассматривается за определённый промежуток времени;

- анализ влияния факторов за несколько периодов времени.

Преимуществом панельных данных является то, что они позволяют выявить эффекты от неучтенных переменных и избежать смещений, связанных с ними.

В результате изучения публикаций, посвященных ипотечному кредитованию, были выявлены следующие факторы, которые могут влиять на объём ипотечного кредитования в России:

1. Показатели банковской системы:

1.1 Показатели эффективности анализа риска неплатежей ипотечных заемщиков:

- объём задолженности по ИЖК, млн руб.;
- объём просроченной задолженности по ИЖК, млн руб.;

Показатели задолженности по ИЖК свидетельствуют о том, насколько эффективна банковская система анализа риска неплатежей. В случае же постоянного быстрого роста неплатежей необходимо принять срочные меры по изменению методики анализа рисков ипотеки.

Данные показатели влияют на текущую политику банков: они должны выполнять нормативы ЦБ и создавать резервы для списания просроченной задолженности.

1.2 Показатели состояния ипотечного кредитования:

- количество выданных ипотечных кредитов, шт.;
- средний размер ИЖК, млн руб.;
- средневзвешенный срок кредита, мес.;

Показатели состояния ипотечного кредитования, с одной стороны, характеризуют объём выданных ипотечных кредитов, с другой, они напрямую связаны со стоимостью жилья и характеризуют состояние жилищного рынка.

1.3 Показатели, характеризующие условия выдачи ипотечных кредитов:

- размер процентной ставки по ИЖК;

- размер первоначального взноса по кредиту, млн руб.;

Показатели, характеризующие условия выдачи ипотечных кредитов, являются индикаторами доступности заёмных средств для банков, величины маржи (монополизации сектора [8]). Они также свидетельствуют о степени приемлемости риска для банков: более высокие ставки и первоначальный взнос делают ипотеку малодоступной для большинства населения, но снижают количество неплатежей, поскольку только наиболее обеспеченные заёмщики смогут взять ипотечный кредит. Во времена кризиса значение данных показателей повышается.

2. Показатели рынка жилья:

- стоимость одного кв. м. жилья, руб.
- площадь введённого жилья, тыс. кв. м.

Показатели рынка жилья показывают тенденцию развития рынка жилья. При этом стоимость жилья является телом кредита и напрямую влияет на объёмы ИЖК, а площадь введённого жилья показывает предложение жилищного рынка и влияет на стоимость недвижимости.

3. Показатели благосостояния населения:

- среднедушевые денежные доходы населения, руб./мес.

Очевидно, что чем выше данный показатель, тем больший ипотечный кредит может взять заёмщик, тем лучшее жильё он возьмёт и тем больше банк выдаст ему кредит.

- доля платежа по ипотечному кредиту в доходе заёмщика за вычетом потребительских расходов. Данный показатель показывает разницу доходов гражданина и его потребительских расходов и является более точным индикатором, чем предыдущий показатель, поскольку учитывает повседневные расходы населения. Высокое значение данного показателя делает неустойчивым платёжеспособность заёмщика.

Показатели благосостояния населения характеризуют состояние спроса на жильё и ипотечные кредиты и, как будет показано далее при анализе показателей доступности ИЖК, являются ключевыми для развития ипотечного кредитования в России.

Приведенный перечень показателей не позволяет учесть все аспекты рынка ИЖК в России, однако он достаточен для эконометрического анализа (рисунок 1).

Для разработки новой методики развития ИЖК в России с учетом регионального характера развития ипотечного кредитования необходимо:

- выявить, насколько равномерно происходит развитие ИЖК в регионах РФ;
- в случае выявления региональных отличий в развитии ИЖК необходимо осуществить группировку регионов;
- оценить влияние экономических факторов на неравномерность развития ипотеки в регионах при их дифференциации.

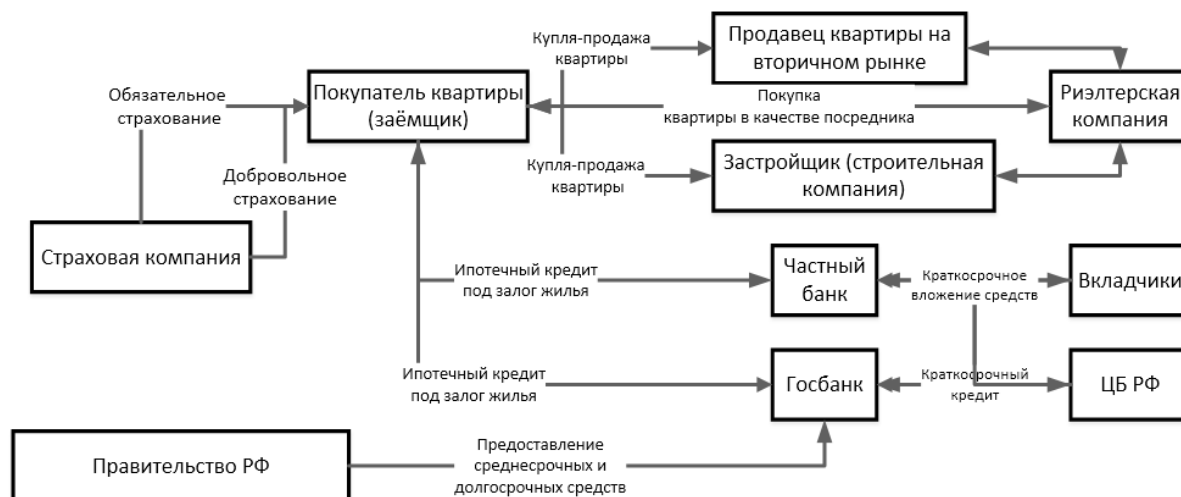


Рисунок 1 – Схема функционирования рынка ИЖК в России

Для выявления характера неравномерности развития ипотечного жилищного кредитования в регионах представляется целесообразным использовать кластеризацию.

Кластеризация – один из видов обучения без учителя, когда на вход подаются неразмеченные данные (признаки без отклика), а затем при помощи алгоритмов кластеризация на выход подаётся отклик, показывающий структуру данных.

При выполнении данного исследования использован алгоритм k-means, являющийся наиболее популярным алгоритмом кластеризации.

На вход данный алгоритм принимает рассматриваемые признаки, которыми являются среднедушевой доход населения за 2016 год, измеренный в рублях, и объем выданных ипотечных жилищных кредитов за 2016 год, измеренный в млрд руб., наблюдения осуществлены по регионам РФ.

Среднедушевые доходы взяты из данных Росстата, а источником объёма ипотечного кредитования в России является данные Центрального Банка РФ [9, 10].

Пусть K - количество кластеров, m - количество наблюдений, n - количество признаков, X - матрица, строками которой являются наблюдения, столбцами признаки, тогда x_{ij} – элемент матрицы X , находящейся в i -ой строке и j -ом столбце. Наблюдения, принадлежащие к k -ому кластеру, обозначаются как C_k .

Важно отметить, что кластер не бывает пустым, хотя бы одно наблюдение принадлежит любому кластеру, и кластеры не пересекаются, то есть если наблюдение находится в одном кластере, то оно не может находиться в другом.

Более формализовано условия можно записать следующим образом:

$$C_1 \cup C_2 \cup \dots \cup C_k = \{1, \dots, m\}; \quad (1)$$

$$\forall k, k' \in \{1, \dots, K\} \wedge k \neq k' \rightarrow C_k \cap C_{k'} = \emptyset. \quad (2)$$

Поскольку количество кластеров неизвестно, необходимо определить целевую функцию $J(\Theta)$, которая позволит сравнивать результаты работы алгоритма с различным количеством кластеров и выбрать наилучший из них [11].

Этой функцией является сумма внутри кластерных разбросов:

$$J(\Theta) = \sum_{k=1}^K (W(C_k)) \quad (3)$$

Целью алгоритма является минимизация целевой функции. Наиболее распространённым расстоянием, используемым для расчёта внутриклассовых разбросов, является евклидово, при котором:

$$W(C_k) = \frac{1}{|C_k|} \sum_{i, i' \in C_k} \sum_{j=1}^n (x_{ij} - x_{i'j})^2, \quad (4)$$

где $|C_k|$ - количество наблюдений в k -ом кластере.

Задача кластеризации является NP-трудной, но k -means позволяет найти локальный минимум, близкий к глобальному минимуму.

Алгоритм кластеризации по методу K средних:

- 1) определяем количество кластеров равное K ;
- 2) инициализируем K центроидов μ случайными числами в диапазоне от $1 \dots K$;
- 3) разделим все наблюдения на K кластеров так, чтобы наблюдения, лежащие в каждом кластере, имели наименьшее расстояние от его центра (центроида):

$$x_i \in C_k \leftrightarrow \forall l \in \{1, \dots, K\} \wedge l \neq k \rightarrow \sum_{j=1}^n (x_{ij} - \mu_{kj})^2 < \sum_{j=1}^n (x_{ij} - \mu_{lj})^2 \quad (5)$$

Обновим значения центроид, сделав их равными среднему значению наблюдений их кластера:

$$\mu_k = \frac{1}{|C_k|} \sum_{i \in C_k} x_i. \quad (6)$$

Вычислим значение целевой функции $J(\Theta)$ по формуле:

$$J(\Theta) = \sum_{i \in C_k} \sum_{j=1}^n (x_{ij} - \mu_{kj})^2; \quad (7)$$

- 4) повторяем этап 3 до тех пор, пока целевая функция значимо убывает при каждой новой итерации.

Для определения структуры регионов в области ипотечного кредитования рассмотрим диапазон количества кластеров в количестве от 2 до 11.

Перед запуском алгоритмы все признаки приведены в стандартизированную форму (среднее значение каждого признака равно нулю, а его стандартное отклонение равно единице).

В целях снижения останки алгоритма в неоптимальном локальном минимуме для каждого количества разбиений алгоритм k-means запускался 100 раз и выбирался вариант с наименьшим значением целевой функции. Другим подходом является инициализация центроид точек, максимально удалёнными от уже выбранных центроид [12].

Чем больше количество кластеров, тем меньше целевая функция, однако максимальное количество разбиений приведёт лишь к переобучению на рассматриваемых данных.

Для нахождения оптимального количества кластеров построим график зависимости суммы внутриклассовых разбросов от количества разбиений (рисунок 2).

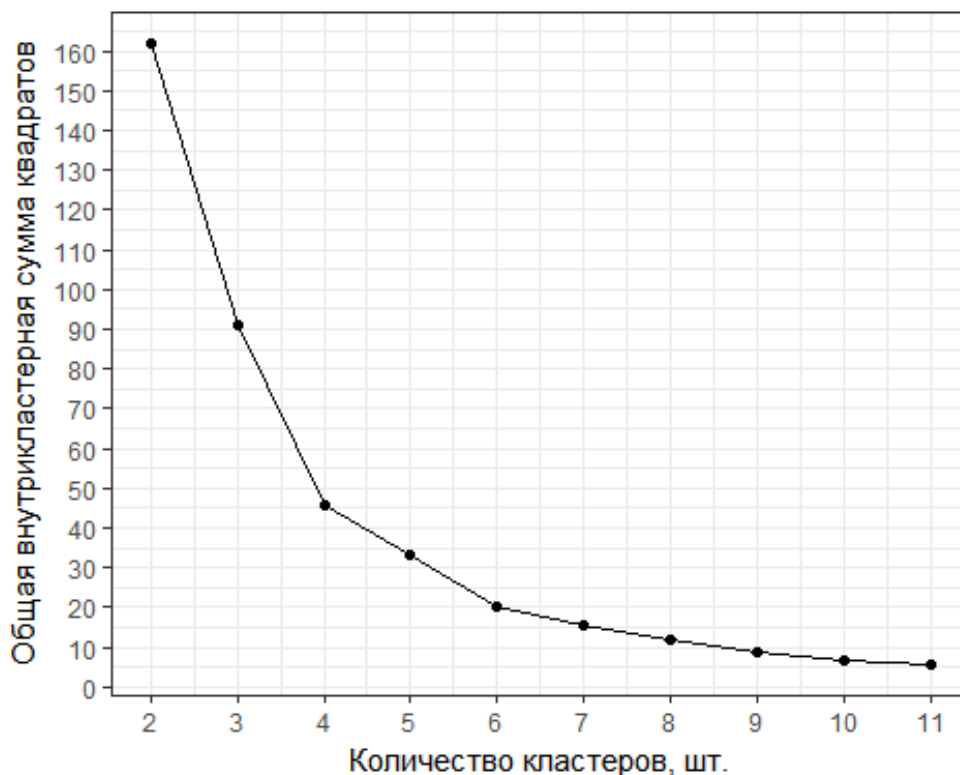


Рисунок 2 - График зависимости суммы внутриклассовых разбросов от количества разбиений

После числа кластеров, равного шести, сумма разбросов снижается незначительно, шесть кластеров наиболее точно описывают дифференциацию регионов в сфере ипотечного кредитования.

Результат работы алгоритма показывает неравномерность развития ипотеки в России, а также значительное различие числа регионов в кластерах (таблица 1).

Таблица 1 – Размеры кластеров ИЖК в России

Номер кластера	Количество регионов в кластере, шт.
1	3
2	5
3	25
4	48
5	1
Итого	82

В кластере 3 и 4 находится 89% регионов страны, для этих кластеров рост доходов хорошо объясняет объём ипотечного кредитования (рисунок 3).

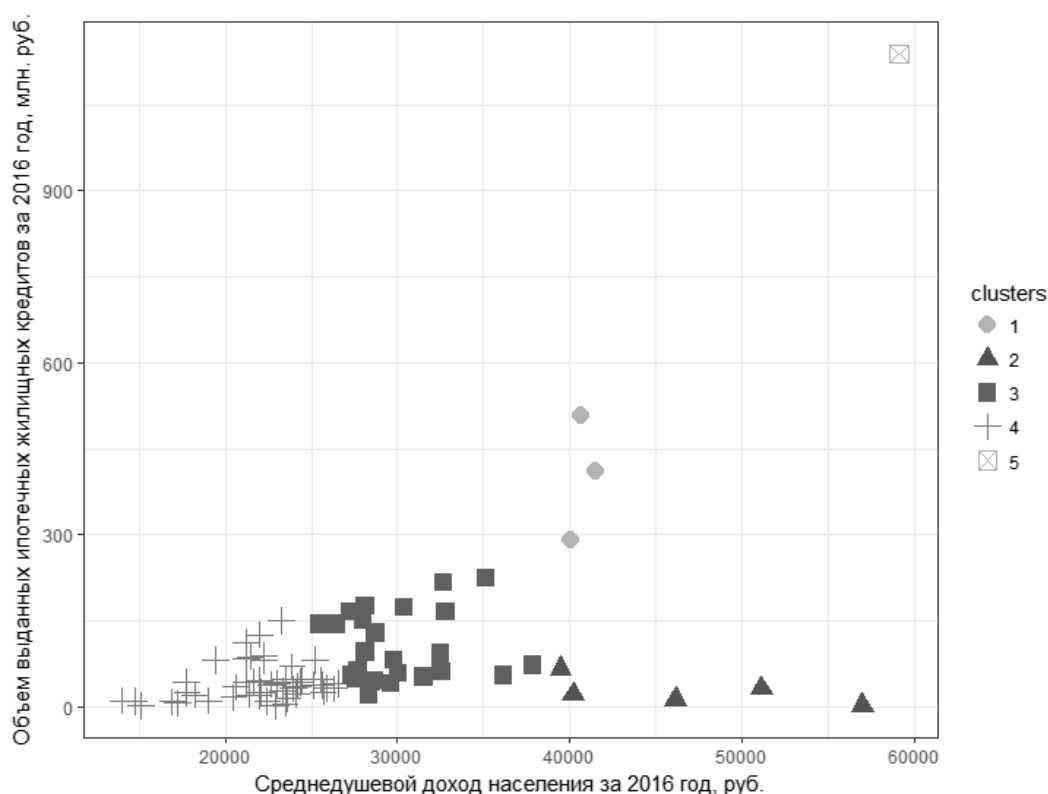


Рисунок 3 – Кластеризация регионов России по объёму ипотечного кредитования и среднему доходу

Кластер 5 состоит из 1 региона, обладающего наибольшим средним доходом и объёмом ипотечного кредитования. Кластеры 1 и 2 значительно отличаются друг от друга, так как во втором кластере при доходе, не меньшем, чем в первом, объём ипотечного кредитования находится на низком уровне даже по сравнению с кластерами 3 и 4 (таблица 2).

На основе проведённого исследования можно сделать следующие выводы:

- на ипотечное кредитование в России оказывает влияние множество факторов, которые необходимо учитывать для развития ипотеки в России;
- кластеризация с помощью метода k-means позволила выделить пять кластеров;

Таблица 2 – Регионы, принадлежащие первому, второму и пятому кластерам

Название региона	Номер кластера
г. Москва	5
Республика Саха (Якутия)	2
Камчатский край	2
Магаданская область	2
Сахалинская область	2
Чукотский авт. округ	2
Московская область	1
г. Санкт-Петербург	1
Тюменская область	1

- необходимо исследование различий кластеров 1 и 2, поскольку при схожем среднедушевом доходе объём ипотечного кредитования во втором кластере находится на низком уровне;

- для более качественного анализа состояния ипотеки в России необходимо рассматривать не только агрегированные показатели на уровне всей страны, но и учесть особенности регионов.

Список источников:

1. Стратегия развития ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ №2242-р от 08.11.2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=212846&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.10424336972559689#0>.

2. Бессонова О. Жилищный вопрос в России: Какая модель выведет из кризиса // Вопросы экономики. – 2015. – №8. – С. 149-158.

3. Айвазян С.А., Мхитарян В.С. Прикладная статистика. Основы эконометрики: учебник для вузов. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 656 с.

4. Показатели рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=ipoteka>.

5. Информационно-статистическая система данных по рынку жилья и ипотеки в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--d1aqf.xn--plai/about/analytics/statistics/>.

6. Росстат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>.

7. Цыпина Ю.С., Цыпин А.П. Статистические методы в изучении ипотечного жилищного кредитования России // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2012. – №6. – С. 10-13.

8. Коршунова Г.В., Романова Л.Е. Специфика концентрации российских рынков в условиях кризиса // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2016. – №2-1. – С. 365-373.

9. Среднедушевые денежные доходы по субъектам Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_11sub.htm.

10. Отдельные показатели по кредитам в рублях, предоставленным физическим лицам-резидентам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

statistics/UDStat.aspx?Month=01&Year=2017&TblID=4-6.

11. Введение в статистическое обучение с примерами на языке R / Джеймс Г. и др. – М.: ДМК Пресс. – 2016. – 450 с.

12. Дасгупта С., Пападимитриу Х., Вазирани У. Алгоритмы / Пер. с англ. под ред. А. Шеня. – М.: МНЦМО, 2014. – 320 с.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ

УДК 004.9:656

Байрамгелдиев Б.Б.**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ
АВТОТРАНСПОРТНЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ****Bairamgeldiev B.B.****INFORMATION TECHNOLOGIES OF THE MOTOR TRANSPORT
ENTERPRISE MANAGEMENT**

Байрамгелдиев Бердымырад Байрамгелдиевич*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: boss.berdi@yandex.ru

Bairamgeldiev Berdymyrad Bairamgeldievich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: boss.berdi@yandex.ru

Автотранспортные предприятия – это связующее звено, обеспечивающее развитие и совершенствование экономики. Повышение эффективности деятельности таких предприятий напрямую отражается на трудовом ритме промышленности, строительства и сельского хозяйства. В современных условиях одним из главных рычагов такого повышения является широкое применение информационных систем управления и оптимизация информационных потоков внутри них.

The motor transport enterprises is a connecting link providing development and perfection of the economy. Efficiency increase of such enterprises' activities has direct effect on the labour rhythm of industry, construction and agriculture. Under modern conditions wide application of information control systems and information streams optimization are the main levers of such increase.

Ключевые слова: информация, информационные потоки, информационная система управления, автоматизированное рабочее место, автотранспорт.

Keywords: information, information streams, information control system, automated workplace, motor transport.

Управление автотранспортным предприятием связано со сбором, хранением и обработкой большого количества бумажной документации, часть которой состоит из документов с повторяющейся или не сильно изменяющейся содержательной частью. В то же время управление невозможно без учета оперативной и текущей информации, которая подвержена быстрому изменению. В этих условиях применение информационных технологий на различных уровнях управления является насущной необходимостью [1].

Для предприятия, осуществляющего внутригородские пассажирские перевозки, миссией является обеспечение качественных, комфортных и безопас-

* **Научный руководитель:** Музалевская Алла Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: maa_orel@mail.ru

ных перевозок пассажиров.

Главная цель – удовлетворение потребностей населения и предприятий города в транспортных услугах и реализация на основе полученной прибыли социальных и экономических интересов членов общества и трудового коллектива самого предприятия.

Исходя из цели, основные задачи предприятия формулируются следующим образом:

- организация и выполнение пассажирских перевозок в соответствии с планом и заданиями;
- хранение, техническое обслуживание и ремонт подвижного состава;
- материально-техническое снабжение предприятия;
- содержание и ремонт зданий, сооружений и оборудования;
- подбор, расстановка и повышение квалификации персонала;
- организация труда, планирование и учет производственно-финансовой деятельности.

Стратегические цели рассматриваемого предприятия относятся к областям финансов, производства и маркетинга (рисунок 1).

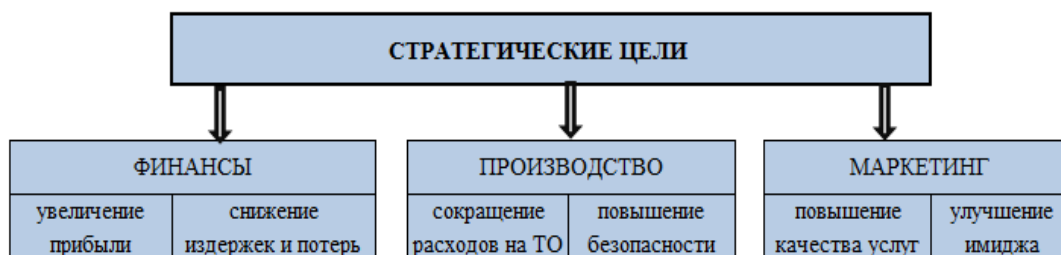


Рисунок 1 – Стратегические цели пассажирского автотранспортного предприятия

В соответствии с направлениями деятельности в структуре предприятия выделяют следующие компоненты (рисунок 2) [5]:

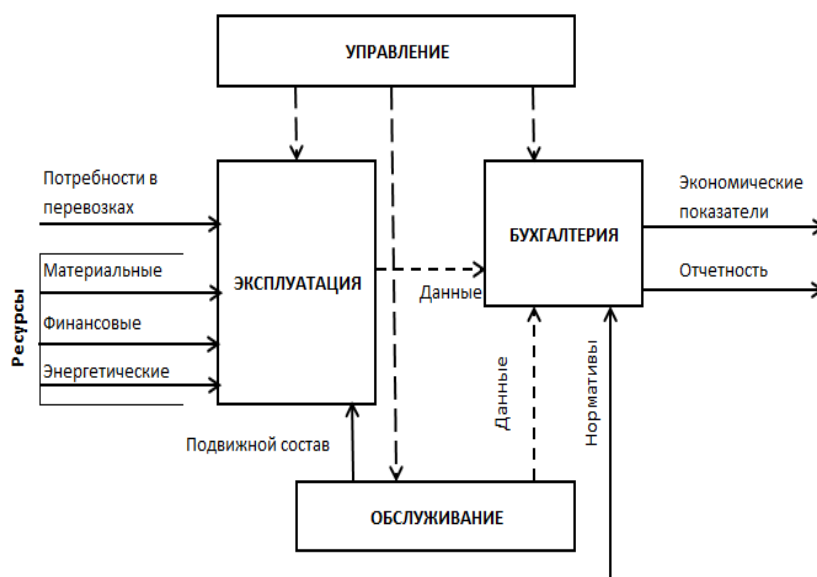


Рисунок 2 – Функциональная структура предприятия

Эксплуатационная служба организует и осуществляет перевозки пассажиров, руководствуясь принципами рационального использования имеющихся ресурсов (транспорта и персонала).

Техническая служба предназначена для обеспечения технической готовности автомобилей к работе на маршруте, развития производственной базы и материально-технического снабжения.

Служба подсобно-вспомогательных работ отвечает за хранение автотранспорта, сырья и материалов, осуществляет информационное обслуживание, контроль за техническим состоянием автотранспорта, мойкой автотранспорта и уборкой помещений, территории.

Экономическая служба представлена бухгалтерией. Выполняемые функции: учет наличия, сохранности и уровня использования финансовых средств; организация первичного учета расходования материальных ресурсов и денежных средств, расчетов с клиентами, поставщиками и финансовыми органами.

Связующим звеном между структурными подразделениями выступает корпоративная система управления предприятием [6], которая создает условия для четкости работы подразделений.

В каждом подразделении автотранспортного предприятия решаются собственные задачи. Процессы управления на АТП формируют цикл, который начинается со сбора информации о состоянии предприятия, затем полученная информация анализируется, иногда оформляется в виде отчетов и используется для принятия управленческих решений.

Деятельность подразделений и относящегося к ним персонала регистрируется при помощи производственных документов, таких как путевые и ремонтные листы, табели работы сотрудников, наряды выходов на линию, требования на получение запасных частей и прочие. Результаты деятельности предприятия отражаются в различных отчетах и сводках (отчет по затратам на транспорт, отчет о расходовании горюче-смазочных материалов и тому подобных). Таким образом, источниками информации (входных данных для построения бизнес-процессов) являются подразделения АТП, в которых персонал выполняет определенные виды работ и фиксирует это в информационной базе предприятия.

Источником технических, экономических и других показателей (например, фактические значения расхода топлива, периодичность технического обслуживания подвижного состава, количество отработанных часов и так далее) является производственный учет. Такого рода данные фиксируются в первичных документах, которые могут быть представлены в бумажном или электронном виде.

Набор документов вместе со схемой их движения представляет собой документооборот предприятия (информационные потоки). Полная схема документооборота для каждого предприятия индивидуальна. Она во многом опре-

деляет эффективность управления, поэтому необходимо оценивать целесообразность принятой схемы документооборота на основании анализа ряда показателей:

- 1) объема обрабатываемой информации (на уровне документа, задачи, подразделения, АТП);
- 2) соотношения объемов нормативно-справочной, первичной и вторичной информации;
- 3) степени дублирования информации (на уровне документа, задачи, подразделения, АТП);
- 4) трудоемкости обработки данных.

Документ как носитель информации в процессе своего жизненного цикла проходит через ряд подразделений предприятия, каждое из которых вносит в него (или, наоборот, извлекает) определенные данные.

Документооборот только технической службы АТП включает более 110 документов. Из общего количества документов на долю первичных приходится около 38% (технические паспорта транспортных средств, путевые листы, ремонтные листы, требования на запасные части и так далее). Доля документов, содержащих нормативно-справочную информацию (НСИ), составляет 8% (маршруты и режимы работы, нормы расхода топлива, ресурс шин, периодичность и трудоемкость технического обслуживания (ТО) и прочее). Основная масса в документообороте – вторичная документация (порядка 54%): это различные отчетные формы (справки, сводки, ведомости, картотеки, журналы и так далее). Понятно, что, если эта информация будет обрабатываться вручную, выполнение всех процессов существенно замедлится.

Применение информационных технологий (ИТ) вносит в порядок ведения документооборота некоторые изменения. При использовании компьютерных средств формируется электронная база данных (БД), которая обеспечивает хранение нормативно-справочной информации (НСИ), первичных документов и позволяет автоматически формировать вторичные документы. Такого рода объем работы не будет выполнен эффективно, если он не основан на современной информационной системе управления предприятием (ИСУП), которая начинается с грамотной организации автоматизированных рабочих мест (АРМ).

АРМ – это профессионально-ориентированные малые вычислительные системы, которые расположены непосредственно на рабочих местах специалистов и предназначены для автоматизации их работ. Использование АРМ служит для реализации идеи распределенного управления, согласно которой предусматривается локальная, полная и законченная обработка информации на различных уровнях иерархии, хранение данных и результатов их обработки в локальных банках данных и передача на другие уровни только требуемой части информации.

Создание АРМ позволяет эффективно обрабатывать массивные потоки рабочей информации, которые в зависимости от того, где применяются, обладают характерной структурированностью. Отдельные АРМ с ориентированным на пользователя программным обеспечением (ПО) позволяют реализовать индивидуальный подход к автоматизации именно тех функций, которые выполняются конкретным подразделением. Внедрение автоматизированных рабочих мест значительно сокращает время выполнения работ и повышает их точность, облегчает труд специалистов, повышает эффективность работы предприятия в целом.

В частности, для обеспечения профессиональной деятельности бухгалтера организуется АРМ, имеющее следующее программное обеспечение для обработки данных: операционная система ОС Windows 7, интегрированный пакет приложений MS Office (версии 2010 года) и специализированная программа бухгалтерского учета «1С: Бухгалтерия 8.0», которая позволяет автоматизировать все разделы бухгалтерского и налогового учета.

Имеющееся программное обеспечение не в полной мере отвечает требованиям к автоматизации деятельности автотранспортного предприятия. С точки зрения охвата всех аспектов деятельности, подразделений и бизнес-процессов предпочтительнее было бы использовать программу «1С: Управление автотранспортом», которая позволяет вести разносторонний управленческий и оперативный учет. Эта программа реализована по модульному принципу и состоит из следующих взаимосвязанных подсистем:

- производственно-технический отдел (ведение справочника транспортных средств; планирование технического обслуживания; учет выработки транспортных средств и оборудования; контроль сроков замены шин и аккумуляторов, учет ДТП, контроль окончания сроков действия документов);
- складской учет (поступления товаров и материалов на склад, внутреннее перемещение между складами, списание, проведение инвентаризаций);
- учет горюче-смазочных материалов (нормы расхода, поступление и выдача);
- учет ремонтов (выполненных ремонтов и планового технического обслуживания, замены шин и аккумуляторов, дополнительной комплектации);
- диспетчерская (заказы на автотранспортные средства, суточная разнарядка и маршрутные листы; путевые листы);
- взаиморасчеты (учет прейскурантов и тарифов, расчет стоимости услуг транспортных услуг, формирования счетов, актов и реестров за оказанные услуги);
- учет работы водителей (выработка и рабочее время водителей и начисление заработной платы);
- учет затрат (учет прямых затрат, распределение косвенных затрат между автомобилями, отчеты по затратам в различных контекстах);

- мониторинг (контроль маршрута; скоростного режима; расхода топлива и другое).

Очевидно, что подобное программное обеспечение лучше отвечает целям и задачам управления автотранспортным предприятием. Однако в настоящий момент переход к новому программному обеспечению невозможен по ряду причин, в частности, из-за психологической неготовности персонала. На текущий момент потоки информации на предприятии выглядят следующим образом (рисунок 3).

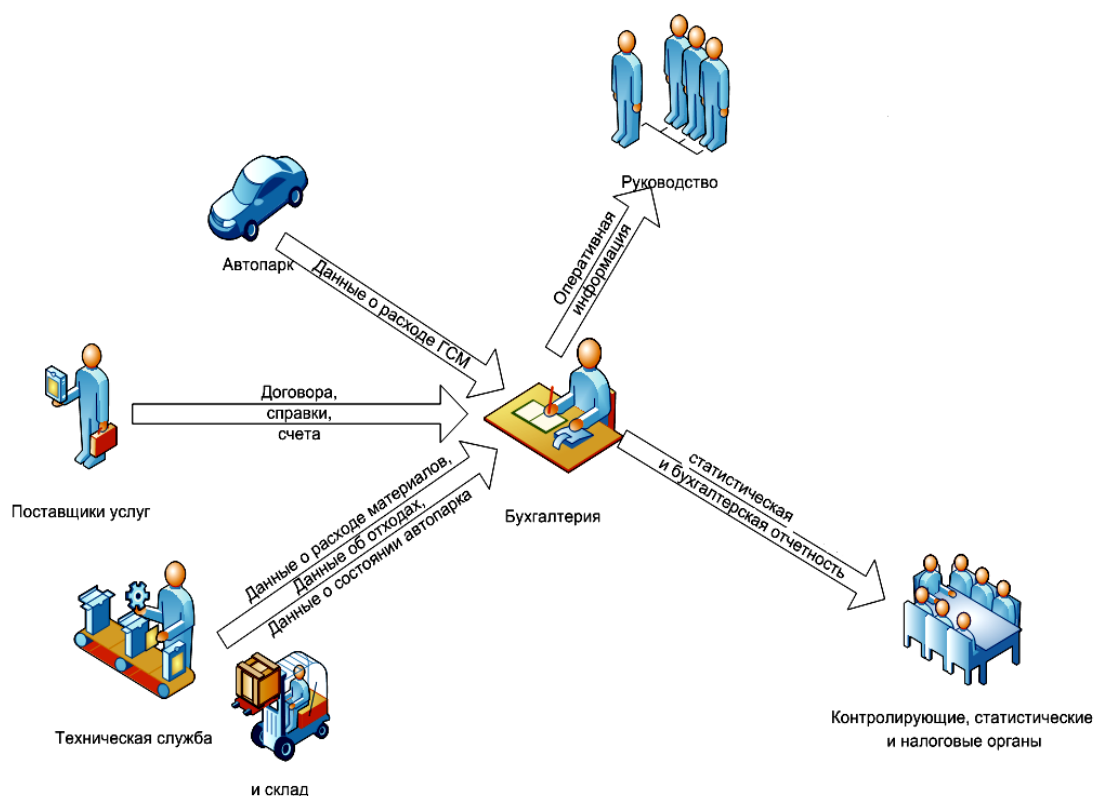


Рисунок 3 – Потоки информации на автотранспортном предприятии

Такая организация информационных потоков содержит следующие недостатки:

1) Дублирование информации. Каждое подразделение имеет собственный набор документов, содержание которых частично пересекается. Это приводит к увеличению времени на обработку информации и сопровождается появлением ошибок. Кроме того, содержание документов о результатах деятельности частично или полностью дублирует информацию первичных документов.

2) Бухгалтер перегружен из-за дублирования операций при обработке информации. Первичные документы составляются службами предприятия (зачастую в ручном режиме). Далее бухгалтер выполняет сбор первичных документов, контролирует их достоверность, готовит для машинной обработки, записывает на носители, обрабатывает с помощью программных средств.

Для преодоления указанных недостатков необходимо создать модуль информационной системы предприятия в виде базы данных, который позволит оптимизировать потоки информации (рисунок 4).

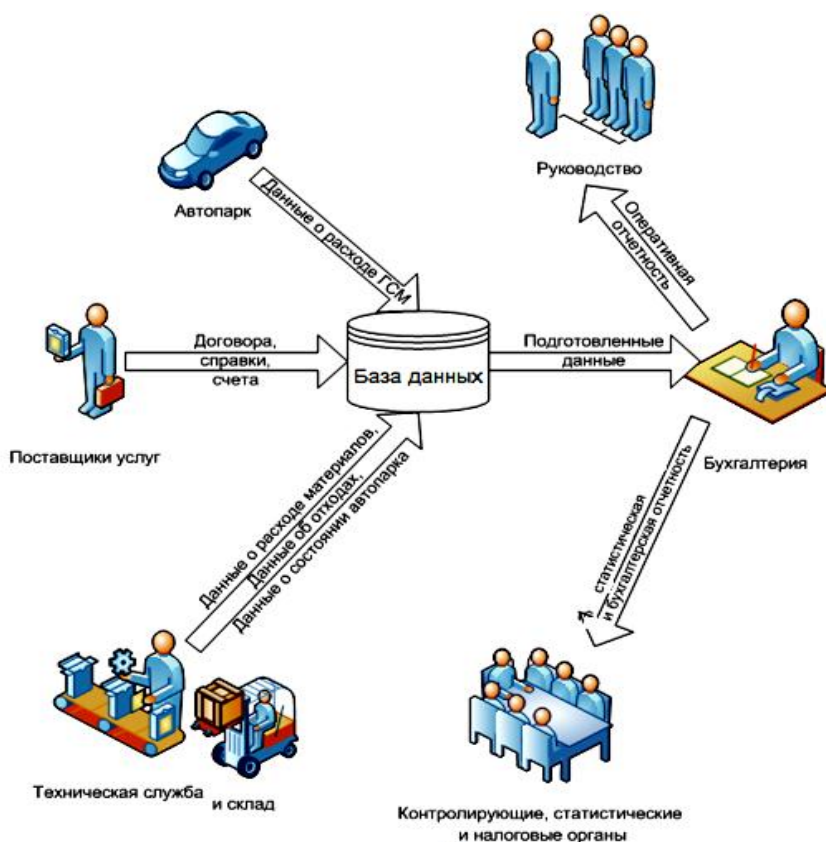


Рисунок 4 – Оптимизированные потоки информации на автотранспортном предприятии

Указанный модуль позволит устранить вышеперечисленные недостатки, может быть интегрирован в существующую информационную систему управления предприятием легко и без особых затрат. Кроме того, модуль легко расширить, что в дальнейшем позволит предприятию включить дополнительные возможности, необходимые для работы: информацию о ремонте и ТО транспортных средств, экологическую документацию и другое наполнение.

Список источников:

1. Информационные системы и технологии управления: учебник / под ред. Г.А. Титоренко. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 591 с.
2. Малявкина Л.И., Волобуев К.А. Тенденции развития систем автоматизированного проектирования // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2015.– №1 (11). – С. 31-34.
3. Малявкина Л.И., Исмаилов Э.М. Системы поддержки принятия решений как составляющая эффективного управления предприятием // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2016. – №5 (17). – С. 56-61.
4. Малявкина Л.И., Карпычева Е.Ю., Савина А.Г. Системный подход и моделирование в управлении оборотными средствами // Вестник ОрелГИЭТ. – 2014. – №2

(28). – С. 76-85.

5. Минько Р.Н. Технология транспортных процессов: учебное пособие / Р.Н. Минько, А.И. Шапошников. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2016. – 120 с.

6. Матяш С.А. Корпоративные информационные системы: учебное пособие / С.А. Матяш. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2015. – 471 с.

7. Сергеева И.И., Горячева А.В. Система электронного документооборота: этапы внедрения и уровни зрелости // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (5). – С.451-454.

8. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Проблема стратегических изменений при взаимодействии организации с турбулентной внешней средой // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – №1 (23). – С. 26-31.

9. Ясенев В.Н. Информационные системы и технологии в экономике: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 560 с.

УДК 658.78:004.45

Смагина И.В., Ковалева Д.В.

АВТОМАТИЗАЦИЯ СКЛАДА ВРЕМЕННОГО ХРАНЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ ПРОГРАММНОГО РЕШЕНИЯ QGUAR WMS PRO

Smagina I.V., Kovaleva D.V.

AUTOMATION OF THE INTERIM WAREHOUSE WITH QGUAR WMS PRO

Смагина Ирина Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irina-smag@yandex.ru

Smagina Irina Valeryevna, candidate of economic sciences, associated professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: irina-smag@yandex.ru

Ковалева Дарья Валерьевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: d.kovaleva.92@mail.ru

Kovaleva Darya Valeryevna, Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: d.kovaleva.92@mail.ru

Наличие в оперативном режиме точной информации о местоположении товара, возможность быстрой сборки необходимого товара в нужном количестве, доставка заказов в установленные сроки формирует высокую лояльность клиентов склада и является для организации необходимым требованием к функционированию в современных условиях рынка.

Грамотная организация ИТ-инфраструктуры с использованием информационной системы управления складом положительно сказывается

Availability of exact on-line information about goods location, possibility of fast assemblage of the necessary goods in the necessary quantity and delivery of orders in due time provide high loyalty of the warehouse clients and are the necessary requirement for the organization in order to function under modern market conditions.

Competent organization of IT infrastructure with the use of information control system of the warehouse positively affects the enterprise activity. The WMS-system can optimize all logistic business processes of

на работе предприятия. WMS-система способна оптимизировать все логистические бизнес-процессы склада, снизить риски неверного учета и неправильной отгрузки товаров, получать достоверную информацию о складском товародвижении, свести к минимуму потери при выполнении складских операций.

В статье выявлены преимущества программы Qguar WMS Pro, внедренной для автоматизации деятельности СВХ «Арт-сервис Клинцы».

Ключевые слова: : склад временного хранения, информационная система, автоматизированная система управления складом, автоматизация.

the warehouse, lower the risks of incorrect stocktaking and wrong shipment of the goods, get trustworthy information about warehouse movement of the goods and minimize losses at warehouse operations.

In the article advantages of the program Qguar WMS Pro introduced for automation of the activity of the interim warehouse 'Art Service Klinty' are revealed.

Keywords: interim warehouse, information system, warehouse automated control system, automation.

Предоставление услуг на складах временного хранения является поступательно развивающимся бизнесом на современном рынке складских услуг и в настоящее время имеет все признаки стабильного, перспективного и доходного бизнеса. Услуги складов временного хранения учтены с той целью, чтобы на момент прохождения таможенного досмотра предоставить возможность для хранения товара в надлежащих условиях. Такой таможенный склад позволяет сокращать потери при долговременной транспортировке товара, особенно это касается скоропортящихся продуктов питания, срок годности которых ограничен.

Для склада довольно актуальна проблема «пересортицы» – путаницы, которая связана с наличием одного и того же товара, но от разных заказчиков. Поэтому для решения данной проблемы на СВХ «Арт-сервис Клинцы» можно определить следующие мероприятия по дальнейшему совершенствованию складского комплекса по вопросам технического и технологического перевооружения, а именно:

- оптимизация складских площадей и стеллажного комплекса;
- внедрение автоматизированной системы управления складом Qguar WMS Pro.

Склад временного хранения (СВХ) «Арт-сервис Клинцы» является составной частью ЗАО «Компания «Арт-сервис», работающей на рынке складских услуг более 20 лет. Эффективная работа компании достигается за счет повышенного внимания к требованиям клиентов и содействия в прохождении всех необходимых формальностей, которые связаны с перевозкой, хранением и таможенным оформлением товаров. За время успешной работы компания приобрела богатый опыт по таможенному оформлению товаров самой широкой номенклатуры, в том числе и требующих особых условий контроля. Поэтому многие клиенты с мировым именем пользуются услугами компании уже многие годы.

Деятельность СВХ «Арт-сервис Клинцы» заключается в оказании услуг

клиентам.

Одной из задач склада является переработка возвратов товара от наиболее крупных клиентов ЗАО «Арт-сервис» СВХ г. Клинцы.

В количественном и весовом отношении от общего объема возвраты составляют небольшую часть, однако трудоемкость переработки высокая из-за штучного характера поставок, необходимости тщательной проверки, дополнительной упаковки, а также из-за большого количества ручных операций при внесении информации в автоматизированную систему управления Qguar WMS Pro.

На СВХ «Арт-сервис Клинцы» применяется информационная система автоматизированного контроля прибытия транспортных средств и учета приема (выдачи) грузов WMS.

Эффект от внедрения Qguar WMS Pro описанной технологии почувствовали руководители и сотрудники СВХ «Арт-сервис Клинцы», а также компании, стоящие на следующей ступени движения готовой продукции к потребителю: они получают продукт с полной информацией о нем, зафиксированной в штрих-коде, и используют его при хранении и операциях с товаром на собственных складах.

К числу положительных моментов от внедрения описанной системы управления хранением на СВХ «Арт-сервис Клинцы» можно отметить следующие:

- применение WMS, когда вся информация о товаре, находящемся на складе, известна, позволяет осуществлять его скорейшую и правильную обработку;
- СВХ «Арт-сервис Клинцы» работает в режиме «реального» времени, и сотрудники склада точно знают, какой товар на и где находится на складе;
- есть возможность планировать и контролировать результирующие показатели работы СВХ «Арт-сервис Клинцы» на основе оперативной, достоверной и полной отчетности;
- точность учета увеличена практически до 99,0%, что особенно важно для товаров с небольшим сроком хранения;
- производительность труда персонала СВХ увеличена примерно на 30%, что позволяет направить высвободившиеся ресурсы на дальнейшее развитие;
- появилась возможность отследить точное количество товара и место его нахождения в любой момент времени;
- реализована система полной отчетности: по товарам (перемещение), по сотрудникам (график работы), а также можно построить расчет для формирования заработной платы;
- увеличилась емкость склада, так как адресное хранение позволило размещать несколько разных грузов на одной паллете и варьировать высоту стеллажных ярусов.

В СВХ «Арт-сервис Клинцы» WMS-система управления складом (рисунок 1) внедрена для решения сразу нескольких задач в организации работы склада: снижение издержек на внутрискладские операции и увеличение пропускной способности склада, а также уменьшение численности персонала СВХ «Арт-сервис Клинцы».

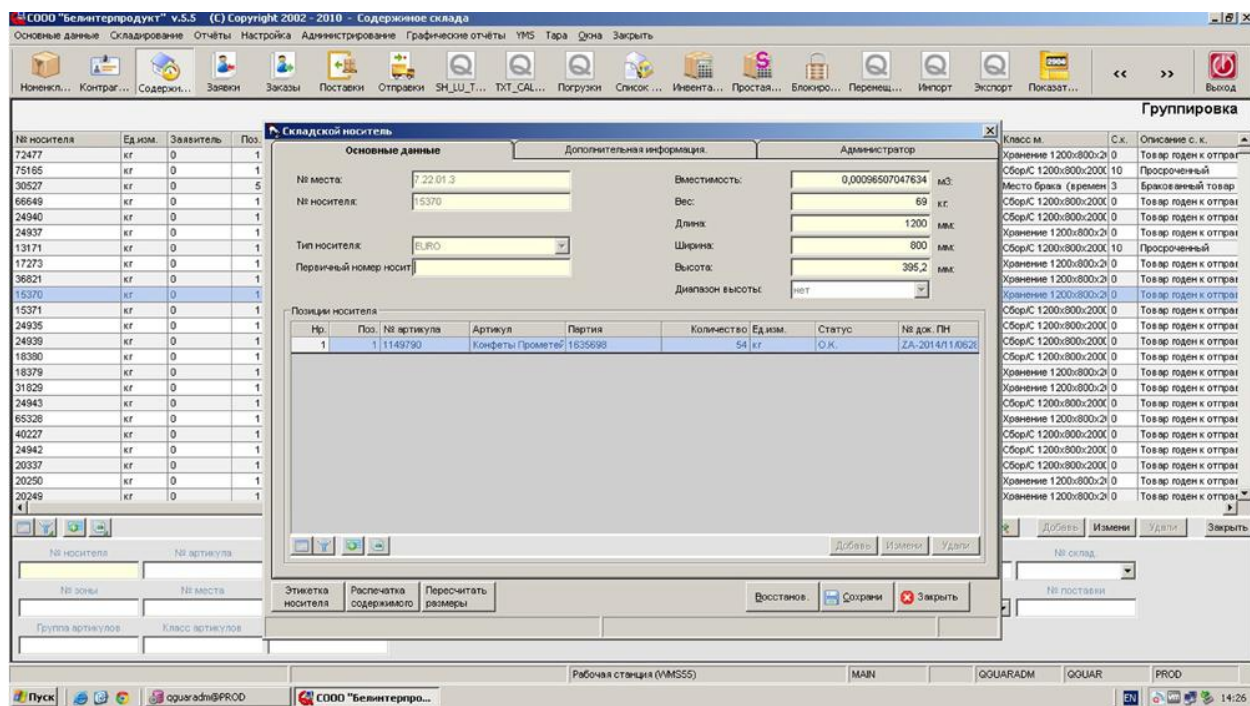


Рисунок 1 – Форма «Содержимое склада» программы WMS-система управления складом

Система WMS, внедренная на СВХ г. Клинцы, принадлежит к семейству комплексных систем. Основное назначение такой системы управления складом состоит в том, что она дает возможность:

- управлять складом в режиме реального времени, оперативно получая информацию о его состоянии в любых разрезах;
- позволяет оптимально использовать все ресурсы склада: временные, финансовые, материальные, человеческие – за счет планирования, анализа загрузки мощностей, анализа оборачиваемости грузов, контроля выполнения заданий.

Указанные преимущества отличают системы класса WMS от обычной учетной системы, данные в которую вводятся вручную и поступают в систему с временной задержкой, иногда весьма значительной.

Функционал WMS отвечает всем требованиям к системе современного складского комплекса. Поддержка бизнес-процессов осуществляется в режиме реального времени. В системе реализованы все основные складские логистические бизнес-процессы, такие как регистрация договоров с клиентами; воз-

возможность ведения прейскуранта с историей изменения цены услуги; приемка товара на хранение; отгрузка товара со склада; внутри-складское перемещение; комплектация, перекомпоновка и упаковка; инвентаризация (без остановки работы склада); получение информации о товаре (включая графические изображения); отчетность (как стандартные, так и нестандартные формы); работа с браком; управление персоналом; графическая топология; контроль подбора и комплектации; автоматический биллинг и выставление счетов; кросс-докинг; партионный и серийный учет, учет по срокам годности; прием возвратов.

Функционал WMS позволяет пользователям централизованно под управлением программного обеспечения посредством рабочих станций и радиотерминалов выполнять складские операции. В программе есть функция «Проводник», что упрощает поиск информации.

Эксплуатация склада с внедренной WMS-системой осуществляется просто и эффективно, позволяя свести к минимуму потери при выполнении складских операций. Реальные преимущества организация (логистический оператор) получает при обслуживании клиентов. Точная информация о местоположении товара, возможность быстрой сборки необходимого товара в нужном количестве предоставляет для организации выгодные преимущества, выраженные в доставке заказов в установленные сроки, без задержек, что в итоге формирует высокую лояльность клиентов склада.

WMS-система управления складом способна оптимизировать всю работу, снизить риски неверного учета и неправильной отгрузки товаров. Управление происходит за счет внедрения и настройки сложных алгоритмов, позволяющих собрать и обработать абсолютно всю информацию о складском товародвижении.

При использовании WMS все сложные процессы о правильном и оптимальном размещении продукции, контроле сроков хранения, товарного соседства ложатся на автоматизированную систему. Благодаря гибкому интерфейсу программу легко подстроить практически под любое по площади помещение и любой тип хранения продукции, а также получить готовый отчет по любому клиенту.

Также данная программа имеет необходимый для работы склада набор функций, включающий:

- поставки на склад;
- комплектации;
- отправки со склада;
- автоматическую идентификацию;
- отчеты для клиента.

Использование современных информационных и логистических технологий, возможность интеграции с различными внешними устройствами автоматизации ставят Qguar WMS Pro в один ряд с ведущими решениями по управлению складом мирового уровня. Количество существующих на сегодняшний

день пользователей системы Qguar WMS Pro и многочисленные международные инсталляции, в том числе сетевые, гарантируют высочайший уровень накопленного опыта.

Среди обеспечивающих подсистем информационной системы обычно выделяют информационное, техническое, программное, организационное и правовое обеспечение.

Техническое обеспечение СВХ «АРТ-СЕРВИС КЛИНЦЫ» представляет собой совокупность последующих технических средств: 3 серверов, 18 персональных компьютеров, 2 канала связи, 7 многофункциональных устройств (принтер-сканер-копир), периферийных устройств (3 принтера, 2 точки доступа WiFi, 1 беспроводной модем Yota, 1 факс).

Наглядно техническая архитектура информационной системы СВХ «Арт-сервис Клинцы» представлена на рисунке 2.

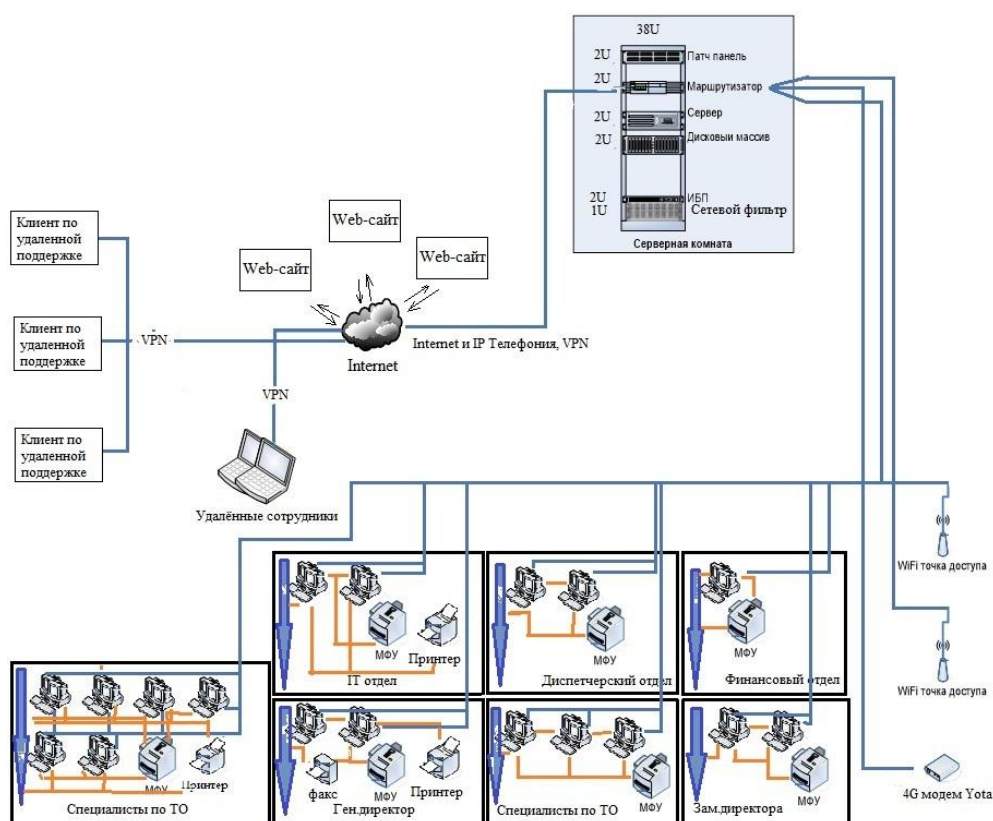


Рисунок 2 – Техническая архитектура СВХ «АРТ-СЕРВИС КЛИНЦЫ».

Оснащение, представленное в технической архитектуре СВХ «АРТ-СЕРВИС КЛИНЦЫ», с возложенными на него задачами справляется абсолютно успешно. Объем передаваемых, принимаемых и обрабатываемых данных относительно многообразен и имеет тенденцию к росту, т.к. деятельность организации стремительно расширяется.

Все представленные ПК имеют следующую конфигурацию системы:
 Центральный процессор: Intel(R) Core (TM) i3-3240 CPU 3.40 GHz

Оперативная память: 8,00 ГБ;

Видеокарта: Radeon RX 460.

В качестве аппаратной основы серверов используется сервер ETegro Hyperion RS120 G3, Hyperion RS230 G2, сервер хранения данных базируется на специализированной аппаратной основе Fastor NS300 G3.

В качестве рабочих станций используется станция высшего диапазона ETegro Avelion DW350 G4.

Рабочая станция основана на последнем поколении многоядерных процессоров AMD Opteron и архитектуре Direct Connect.

Программная архитектура (программное обеспечение) информационной системы СВХ «Арт-сервис Клинцы» представлена на рисунке 3.

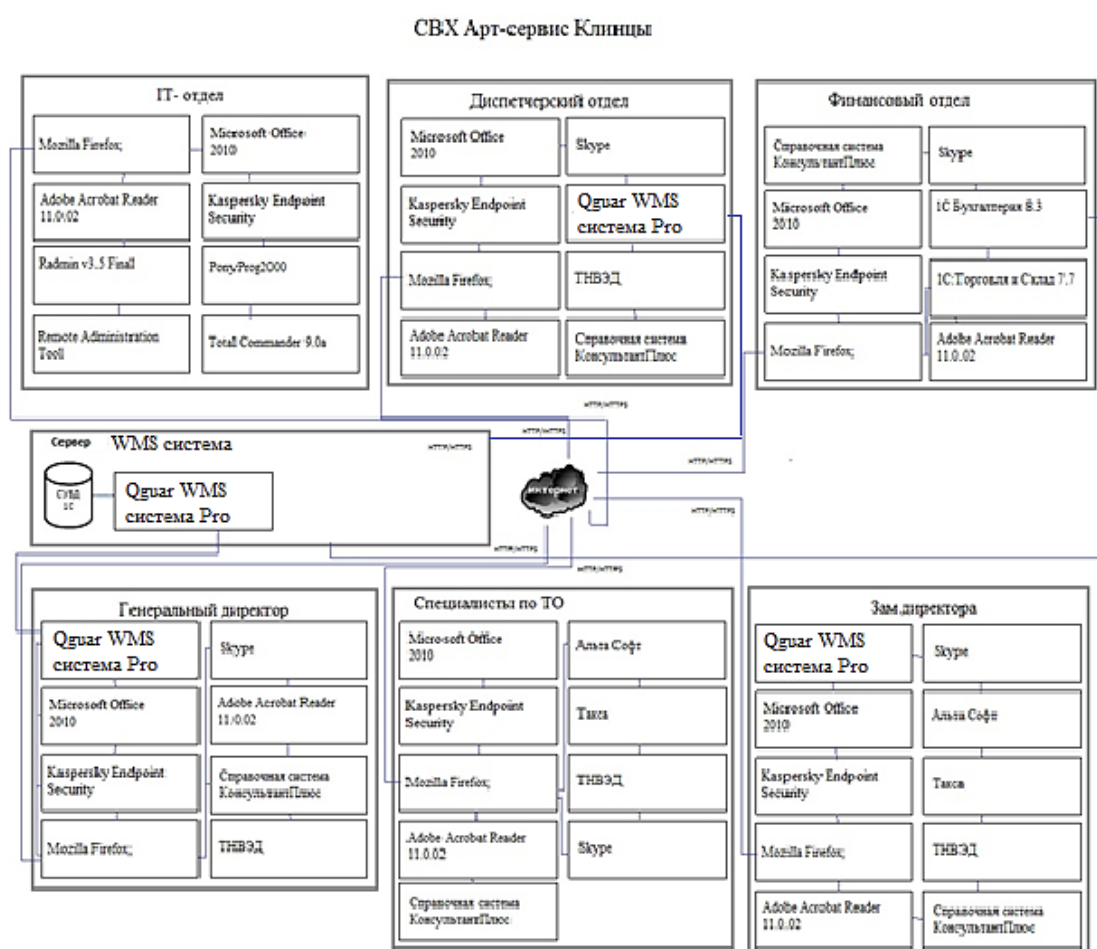


Рисунок 3 – Программная архитектура СВХ «АРТ-СЕРВИС КЛИНЦЫ».

В качестве базового ПО на предприятии принято использование операционных систем фирмы Microsoft и офисного пакета Microsoft Office. Все новые компьютеры приобретаются вместе с программным обеспечением. На предприятии эксплуатируется программный комплекс «Альта-СВХ» (в данный ком-

плекс входят такие программы, как Альта Софт, Такса, ТНВЭД) по учету и оформлению партий товаров, поступающих на СВХ, пакет бухгалтерских программ («1С- Предприятие», «Клиент-Банк», «Такском-Спринтер») и пакет информационных программ («Консультант-Плюс» и различные информационные базы данных). В 2011 году проводилась доработка эксплуатируемой системы автоматизированного управления складом Oguar WMS Pro. В качестве вспомогательного ПО на предприятии используется ряд внешних программных продуктов: Антивирус Касперский (Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ) – корпоративный антивирусный пакет, Adobe Acrobat Reader 11.0.02, Skype – для общения с получателями и отправителями груза.

С учетом специфики деятельности персональные компьютеры СВХ «АРТ-СЕРВИС КЛИНЦЫ» имеют следующие дополнительные программные обеспечения (персональные пакеты ПО для отделов):

Финансовый отдел: 1С Бухгалтерия, системе 1С - Торговля – Склад; Банк-Клиент;

IT – отдел: Radmin Viewer 3.5 vinal, PonyProg2000, Remote Administrator tool, Total Commander 9a.

Подготовка внутренней и внешней отчетности, а также необходимых сопроводительных документов осуществляется с помощью программных продуктов пакета прикладных программ Microsoft Office 2010.

Веб-браузер Mozilla Firefox используется всеми отделами организации для работы в сети Интернет.

Для защиты ценных данных на ПК выявлена важность регулярного обновления программного обеспечения на всех рабочих станциях, участвующих в процессе обмена информацией. Необходимость этого на отдельных рабочих местах сокращается ввиду поддержки использования вычислительных инструментов.

Информационная безопасность на СВХ осуществляется с использованием следующих аппаратно-программных средств защиты:

1. Использование контроля доступа (защита от несанкционированной загрузки персонального компьютера, ограничение доступа к внутренним ресурсам);
2. Регистрация, хранение и обработка информации о событиях, связанных с системой безопасности;
3. Использование антивирусных средств;
4. Использование электронного ключа КриптоТри ФСТЭК.

Программно-аппаратные меры позволяют уменьшить риск таких угроз, как нарушение доступности информации и вероятность возникновения уязвимостей, ошибок и сбоев.

Кроме того, для защиты от вредоносных кодов и программ использована антивирусная система Kaspersky Endpoint Security для бизнеса СТАНДАРТНЫЙ.

КриптоТри ФСТЭК – программно-аппаратный комплекс для организации рабочего места в инфраструктуре открытых ключей (PKI): шифрования и электронной цифровой подписи документов, управления цифровыми сертификатами, аутентификации, который отличает наличие в поставке сертифицированного USB-токена Рутокен Lite, а также Сертификата соответствия и копии Сертификата ФСТЭК на устройство.

Эффективное применение современных информационных технологий и систем позволяет значительно увеличить производительность труда, улучшить качество выполняемых работ, обеспечить значительный прирост прибыли за счет сокращения времени на обработку информации. В связи с этим, зачастую приходится использовать современные ИС.

Ознакомившись с общей ситуацией на СВХ «Арт-сервис Клинцы», проведя подробный анализ ИТ-инфраструктуры, можно отметить, что данное предприятие – это успешно развивающаяся организация с широкими перспективами, которая достаточно успешно автоматизирует все бизнес-процессы в сфере логистики и складских работ. На сегодняшний день у предприятия большое количество клиентов, удовлетворенных услугами, которые предоставляет СВХ.

Список источников:

1. Дыбская В.В. Логистика складирования. – М.: ИНФРА-М. – 2011. – 559 с.
2. Дыбская В.В. Управление складированием в цепях поставок. – М.: Альфа-пресс. – 2014. – 720 с.
3. Маликов О. Складская и транспортная логистика в цепях поставок. – СПб. Питер. – 2015. – 400 с.
4. Таран С.А. Как организовать склад. Практические рекомендации профессионала. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Альфа-Пресс, 2014. – 127 с.
5. Трофимова В.В. Информационные технологии: учебник для академического бакалавриата. – М.: Юрайт, 2014. – 624 с.

УДК 664.681.1:663.911

Меркулов А.И., Степаненко Н.М., Белова В.И.**ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
НЕТРАДИЦИОННОГО СЫРЬЯ В ТЕХНОЛОГИИ САХАРНОГО ПЕЧЕНЬЯ****Merkulov A.I., Stepanenko N.M., Belova V.I.****THE RESEARCH OF THE POSSIBILITY OF NONCONVENTIONAL
RAW MATERIALS USE IN SUGAR COOKIES TECHNOLOGY**

Меркулов Андрей Иванович, аспирант; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: andreymerkulov78@yandex.ru

Merkulov Andrey Ivanovich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: andreymerkulov78@yandex.ru

Степаненко Надежда Михайловна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: 25stepahska@mail.ru

Stepanenko Nadezhda Mikhailovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: 25stepahska@mail.ru

Белова Валентина Ивановна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: beloval@mail.ru

Belova Valentina Ivanovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: beloval@mail.ru

Существенная роль в профилактике недостаточной обеспеченности населения микронутриентами традиционно отводится обогащению пищевых продуктов – и в первую очередь хлебобулочных, мучных кулинарных изделий – ценными биологически активными пищевыми веществами. Выбор этой группы продуктов обусловлен их распространенностью и популярностью среди населения РФ, особенно детей. В последнее время перед технологами пищевой промышленности стоит задача расширения ассортимента мучных кондитерских изделий функционального и диетического назначения за счет введения в традиционную рецептуру различных функциональных ингредиентов или замены традиционного сырья на его диетические аналоги. В статье рассмотрены вопросы изучения влияния замены пшеничной муки на кукурузную муку и применения порошка топинамбура в технологии сахарного печенья. Полученные резуль-

Enrichment of foodstuffs with valuable biologically active food substances plays an important role in prevention of insufficient provision of the population with micronutrients and first of all, this refers to bakery, flour culinary products. The choice of this group of products is stipulated by their prevalence and popularity among the population of the Russian Federation, especially children. The recent task of the technologists of food-processing industry is to expand the assortment of functional and dietary flour confectionery products at the expense of introduction of various functional components in traditional formulation or replacement of traditional raw materials with its dietary analogues. In the article the results of the replacement of wheat flour for corn flour and topinambour powder use in technology of sugar cookies are considered. The received results have shown, that change of traditional formulation does not worsen the quality of the developed products.

таты показали, что изменение традиционной рецептуры не приводит к ухудшению качества работанных изделий.

Ключевые слова: сахарное печенье, кукурузная мука, порошок топинамбура.

Keywords: sugar cookies, corn flour, topinambour powder.

Достижения науки о питании позволяют сделать вывод о том, что пища – один из важнейших факторов, определяющих наше здоровье. Правильное питание обеспечивает нормальный рост и развитие детей, способствует профилактике заболеваний и продлению жизни, повышению работоспособности и созданию условий для адекватной адаптации к окружающей среде [3].

Существенная роль в профилактике недостаточной обеспеченности населения микронутриентами традиционно отводится обогащению пищевых продуктов – и в первую очередь хлебобулочных, мучных кулинарных изделий – ценными биологически активными пищевыми веществами.

Поскольку мучные изделия являются основным продуктом питания большинства населения планеты и особенно России, они могут служить удобным объектом для введения в организм человека пищевых добавок профилактического и функционального действия [4].

Мучные кондитерские изделия – это высококалорийные пищевые продукты. Они содержат достаточно много сахара и жира, пользуются большим спросом у населения, особенно детей и подростков, значительную долю среди них занимает печенье.

Существенный недостаток этой продукции – незначительное содержание в них таких биологически активных веществ, как витамины, минеральные вещества, пищевые волокна [7].

Важность обсуждаемой проблемы связана с тем, что кондитерские изделия чаще всего потребляются в детском возрасте и влияют на формирование здоровья нации. Специфика этой возрастной группы ориентирует на использование определенных источников таких нутриентов, как белок, минеральные вещества, витамины.

Это обосновывает целесообразность исследований в области направленного обогащения сахарного печенья ингредиентами натурального происхождения, обеспечивающими высокие потребительские свойства готовых изделий.

Мука кукурузная используется в составе смесей для диетического и детского питания, рекомендуется при заболеваниях желудочно-кишечного тракта.

Кукурузная мука так же, как и желтая кукуруза, из которой ее готовят, содержит большое и разнообразное количество полезных веществ, витаминов и минералов. Польза кукурузной муки заключается в таких элементах, как кальций, калий, магний, крахмал и железо, в витаминах группы В и витаминах РР.

Высокая калорийность кукурузной муки может считаться отрицательным качеством. Однако стоит отметить, что при сравнительно высоком индексе жирности, кислотности и калорийности кукурузная мука легко усваивается организмом и значительно снижает уровень холестерина.

Кукурузную муку часто смешивают с другими видами муки, к примеру с пшеничной или ржаной мукой. Такой прием позволяет пекарю добиться большей воздушности выпечки и индивидуальных вкусовых качеств [11].

Кукурузная мука также имеет специфический привкус, который передается изделиям из нее. Поэтому при производстве изделий перед добавлением в тесто ее рекомендуется подвергать гидротермической обработке для повышения водопоглотительной способности, активации ферментов и увеличения содержания сахаров.

Отличительной особенностью этого вида муки является большое содержание клетчатки, способствующей снижению холестерина и выведению из организма жировых отложений.

Изделия из нее улучшают перистальтику кишечника и их рекомендуют людям с болезнями органов пищеварения. Кроме клетчатки, в ней также содержится много белка, витамины группы В, А, Е, а также микроэлементы: магний, кальций, железо, фосфор [1].

В целом кукурузная мука по составу беднее, чем пшеничная. В таблице 1 приведен аминокислотный скор кукурузной и пшеничной муки.

Таблица 1 – Аминокислотный состав кукурузной и пшеничной муки

Незаменимые аминокислоты	Содержание незаменимых аминокислот на 100 г продукта	
	Кукурузная мука	Пшеничная мука
Аргинин	0,41	0,54
Валин	0,42	0,5
Гистидин	0,26	0,26
Изолейцин	0,31	0,43
Лейцин	1,28	0,81
Лизин	0,25	0,35
Метионин	0,12	0,18
Треонин	0,25	0,38
Триптофан	0,07	0,15
Фенилаланин+Тирозин	0,84	0,95
Фенилаланин	0,46	0,57

Сравнительный анализ аминокислотного состава пшеничной и кукурузной муки показал, что биологическая ценность кукурузы несколько беднее, чем у пшеницы. Пшеница содержит больше белка, который полноценнее по аминокислотному составу, чем белок кукурузный. Между тем, кукуруза превосходит пшеницу по содержанию лейцина. Также в кукурузной муке содержится достаточное количество витаминов группы В (тиамина и рибофлавина), ретинола, бета-каротина.

Кукуруза богата такими минеральными веществами, как кальций, магний, фосфор и железо, а также микроэлементами (медью и никелем), что позволяет рекомендовать изделия из кукурузы людям, страдающим аллергией, сахарным диабетом, ожирением и другими формами нарушения обмена веществ, а также имеющим патологию желудочно-кишечного тракта [5].

В отличие от пшеницы, кукуруза является безглютеновой культурой, что имеет определенное значение для сторонников здорового питания и жизненно большое значение для носителей такого наследственного заболевания, как целиакия.

В последние годы наметилась тенденция обогащения продуктов питания различными биологически активными веществами растительного происхождения.

Инулин и олигофруктоза являются растворимыми диетическими волокнами, обладают очень интересными технологическими свойствами, которые позволяют использовать их для обеспечения более сбалансированной диеты и создания продуктов с пониженным содержанием жира и сахара, улучшать структуру, стабильность и вкус [2].

Инулин – природный полисахарид (фруктан), состоящий из фруктозных звеньев, связанных между собой. Именно в этих звеньях кроется секрет замечательных диетических свойств инулина (пищевое волокно, пребиотический эффект, улучшение усвоения кальция, иммуномодуляция, улучшение липидного обмена, снижение риска возникновения рака кишечника и др.) [8].

Больше всего инулина содержится в клубнях топинамбура и корне цикория (15-20 %). В пищевой промышленности инулин пригоден для замены жира. Его присутствие улучшает объем и текстуру изделий из теста.

Продукты переработки топинамбура как в форме биологически активной добавки, так и в качестве сырья удобно использовать для производства хлебобулочных изделий. В пищевой промышленности для получения новых видов мучных кондитерских изделий с биологически активной пищевой добавкой используется продукт переработки клубней топинамбура в сухом концентрированном виде [6].

Добавка может вводиться как непосредственно при приготовлении теста, так и при приготовлении заранее смеси с мукой, используемой по мере необходимости в хлебопекарных производствах или изготовлении изделий по кулинарным рецептам [9].

Для реализации способа производства мучных изделий используют сухой порошок топинамбура с остаточной влажностью не более 14%.

Предложенное решение позволяет получать новые виды мучных кондитерских изделий с повышенной биологической ценностью за счет обогащения продукта инулином, пектином, микроэлементами и другими биологически активными компонентами, содержащимися в биодобавке [10].

Использование порошка топинамбура позволяет получать мучные кондитерские изделия с пониженным содержанием жира, сахара, при этом обогащённые полезными компонентами, то есть сочетать «минус» с «плюсом» и, что особенно важно, добиваться улучшения потребительских свойств и продления срока годности.

Порошок топинамбура (другое название – мука иерусалимского артишока) содержит компоненты углеводного комплекса, представленного в основном полисахаридом инулиновой природы (до 82%), белки (до 7%), жиры (0,3-0,7%), витамины (В1, В2, С), пектиновые вещества (до 10%), клетчатка (до 7%), органические кислоты, макро- и микроэлементы.

Минеральные элементы наиболее весомо представлены железом (до 12 мг%) и кремнием (до 8%), а также: калием – до 200 мг%, фосфором – до 500 мг%, кальцием до 40 мг%, магнием – 30 мг%, марганцем – до 45 мг%, цинком – до 15 мг%, медью – до 0,4 мг%, никелем – 0,3 мг% и др.

Белковый состав порошка топинамбура характеризуется разнообразием составляющих аминокислот, в том числе незаменимых, которые синтезируются только растениями и не синтезируются в организме человека. К их числу относят: аргинин, валин, гистидин, изолейцин, лейцин, треонин, метионин, триптофан, фенилаланин.

Вышеизложенное позволяет считать, что добавление функциональных продуктов из топинамбура, будет способствовать приданию функциональных свойств многим кулинарным изделиям и в первую очередь мучным кондитерским изделиям.

Целью настоящего исследования являлась разработка технологии сахарного печенья с добавлением порошка топинамбура и заменой пшеничной муки на кукурузную.

За основу разработки нового ассортимента мучных кулинарных изделий брали рецептуру из «Сборника рецептов мучных кондитерских изделий и булочных изделий для предприятий общественного питания» № 8 «Песочный основной».

Опытные и контрольные образцы сахарного печенья готовили следующим способом.

Для приготовления теста предварительно подготовленные жидкие компоненты и сахар-песок перемешивали около 10-15 минут.

Затем добавляли растворенные по отдельности в воде (температура воды 15-20°C) химические разрыхлители и в последнюю очередь жир с температурой около 40°C, ароматические вещества. Все тщательно перемешивали до однородной консистенции в течение 15-20 минут. Замес теста осуществлялся путем смешивания яично-сахарной смеси с мукой. В контрольном образце использовали пшеничную муку в опытных – кукурузную. Порошок топинамбура вводили в опытные образцы вместе с мукой. Продолжительность замеса теста

составила 5-7 мин.

Отформованные тестовые заготовки укладывали на подовые листы, которые затем подавали в печь. Выпечку печенья производят при температуре 210-220°C в течение 20 минут.

При определении влияния порошка топинамбура на свойства яично-сахарной смеси и физико-химические свойства песочного теста использовали образцы с добавлением 2% (образец 1) и 5% (образец 2) порошка топинамбура от массы муки.

Качество теста для сахарного печенья в первую очередь определяется свойствами взбитой яично-сахарной массы, поэтому был проведен анализ ее качества по следующим показателям: пенообразующая способность яично-сахарной смеси, плотность взбитой массы.

Пенообразующую способность яичной суспензии вафельного теста определяли по ГОСТ 23409.27-78 путем измерения высоты объема образовавшейся пены по делениям на измерительном цилиндре через 30 минут после приготовления эмульсии. Пенообразующую способность определяют по формуле:

$$П = V_0 * 100 / V_p \quad (1),$$

где V_0 – объём образовавшейся пены, см³;

V_p – исходный объём раствора, см³.

Плотность яичной эмульсии определяли пикнометрическим методом, основанным на определении массы равных объёмов исследуемого продукта и воды при помощи пикнометра. Плотность вычисляли по формуле

$$D = (m_1 - m) / (m_2 - m) \quad (2),$$

где m – масса пустого пикнометра, г;

m_1 – масса пикнометра с исследуемым раствором, г;

m_2 – масса пикнометра с водой, г.

Показатели качества взбитой яично-сахарной смеси для сахарного печенья представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели качества взбитой яично-сахарной смеси

Наименование образцов	Показатели качества взбитой яично-сахарной массы	
	Пенообразующая способность, %	Плотность, г/см ³
Контрольный образец	293	0,376
Опытный образец 1	286	0,250
Опытный образец 2	340	0,313

Согласно полученным результатам установили, что пенообразующая способность опытного образца яично-сахарной смеси с порошком топинамбура в

количестве 5% от массы муки увеличилась на 16% по сравнению с яично-сахарной смесью контрольного образца.

Это связывали с тем, что порошок топинамбура обладает высокой водопоглотительной и водоудерживающей способностью. Порошок из клубней топинамбура содержит полисахариды, которые в сочетании с водой образуют коллоидные системы и проявляют свои функциональные свойства лишь при достаточном гидратировании.

Установлено, что эмульсии с введением порошка топинамбура отличаются повышенной стойкостью по сравнению с контролем, что позволяет использовать их для улучшения технологических свойств тестовых полуфабрикатов.

Внесение воды в тесто имеет важное значение для процессов, происходящих на всех стадиях приготовления мучных кулинарных изделий. При участии воды осуществляется сложный комплекс биохимических процессов.

Учитывая важную технологическую роль влажности теста, ее включают в комплекс контролируемых показателей его качества.

Массовая доля влаги в тесте определялась по методике, приведенной в ГОСТ 5900-73, на приборе «Элекс-7». Результаты исследования приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Влияние порошка топинамбура и кукурузной муки на влажность теста

Влажность, %	Контроль	Образец 1 порошок топинамбура 2 %	Образец 2 порошок топинамбура 5 %
После замеса	40	41	40,8
Перед формовкой	41,7	40,5	39

В результате полученных данных в образцах с порошком топинамбура и кукурузной мукой наблюдается снижение влажности. Это объясняется тем, что инулин, входящий в состав топинамбура, адсорбирует воду и удерживает ее. Поэтому вода в тесте связана не белками муки, а компонентом порошка топинамбура.

Для изучения влияния добавления порошка топинамбура и кукурузной муки в рецептуре сахарного печенья на физико-химические свойства теста определяли удельный объем и плотность. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Физико-химические свойства теста

Наименование показателей	Контрольный образец	Опытный образец 1	Опытный образец 2
Удельный объем, см ³ /г	1,67	1,61	1,59
Плотность, г/см ³	0,6	0,6	0,5

Согласно полученным данным установили, что удельный объем и плотность сахарного теста опытных образцов с порошком топинамбура практически не отличались от значений контрольного образца.

Таким образом, изменения в рецептуре, в частности добавление порошка топинамбура в количестве 2% и 5% от массы муки и замена пшеничной муки на кукурузную, не повлияли на физико-химические показатели теста. Для дальнейших исследований был выбран образец, в котором использовали порошок топинамбура в количестве 5% от массы муки.

На следующем этапе исследований проводили оценку качества выпеченного сахарного печенья. В контролируемые показатели качества сахарного печенья входят щелочность, массовая доля влаги, массовая доля золы, не растворимой в соляной кислоте, органолептические показатели качества. Эти показатели определяли по методикам: щелочность по ГОСТ 5898-87, массовая доля влаги по ГОСТ 5900-73, массовая доля золы, не растворимой в соляной кислоте по ГОСТ 5901-89, органолептические показатели качества по ГОСТ 5897-90.

Данные исследований представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Исследование влажности готового изделия

Наименование показателя	Наименование образцов	
	Контроль	Опытный образец
Влажность, после выпечки, %	4,5	5,11
Щелочность, °Т	2,0	1,9
Зольность, %	0,1	0,1

Содержание влаги в процентах для сахарного печенья составило 4,5%. Оптимальная влажность теста, кроме его качественных показателей, зависит от водопоглощительной способности используемой муки.

Норма влажности для сахарного печенья составляет не более 3-9% (по ГОСТ 4901-89). Следовательно, данные показатели соответствуют норме для сахарного печенья. Содержание сухих веществ в сахарном печенье, соответственно, 95,5%

Анализ полученных данных показал, что влажность выпеченных изделий существенно не отличалась от показателей влажности контрольного образца.

Щелочность сахарного печенья обусловлена применением при его производстве химических разрыхлителей.

Под градусами щелочности подразумевается количество см³ 1 моль/дм³ раствора кислоты, идущего на нейтрализацию щелочей, содержащихся в 100 г изделия.

Щелочность печенья не должна превышать 2°.

В ходе определения щелочности было установлено, что образцы сахарного печенья соответствуют требованиям ГОСТ 24901-89 по данному показателю.

Массовая доля золы, не растворимой в 10-процентной соляной кислоте контрольного и опытного образцов, не превышала нормативной (0,1).

Важным потребительским свойством пищевых продуктов являются ор-

ганолептические показатели. Для кондитерских изделий они должны соответствовать ГОСТ 5897-90 и ГОСТ 6442-2014.

Органолептическая оценка проводится для установления соответствия органолептических показателей качества продуктов требованиям нормативного документа комиссией, состоящей не менее чем из 5 человек. Органолептический анализ включает в себя рейтинговую оценку внешнего вида, текстуры (консистенции), запаха, вкуса с использованием балльной шкалы, представленной в таблице 6.

Таблица 6 – Шкала балльной оценки качества готовых изделий

Показатель качества изделия	Уровень качества	Характеристика уровня качества в зависимости от вида изделия
1. Внешний вид, форма	5	форма правильная, соответствует данному виду, толщина равномерная;
	4	форма достаточно правильная, толщина равномерная;
	3	форма недостаточно правильная, недостаточно равномерная толщина;
	2	форма неправильная с изменением толщины изделия;
	1	форма деформированная (изогнутая или выпуклая), значительное изменение толщины изделий.
2. Состояние поверхности, структура пористости	5	поверхность гладкая без трещин и вздутий, пористость достаточно равномерная, хорошо развитая;
	4	поверхность достаточно гладкая, без трещин и вздутий, пористость достаточно равномерная, развитая;
	3	поверхность гладкая едва заметны вздутия, пористость недостаточно равномерная;
	1	поверхность неровная, трещины и вздутия более до 1/2 поверхности, непромес с закалом и пустотами.
3. Цвет	5	равномерный от золотистого до светло-коричневого;
	4	достаточно равномерный от золотистого до светло-коричневого;
	3	недостаточно равномерный, бледноватый или темно-коричневый, в изломе темноватый;
	2	неравномерный, бледный или темно-коричневый, в изломе темный;
	1	подгорелый, бледный
4. Хрупкость	5	хрупкий;
	4	достаточно хрупкий;
	3	недостаточно хрупкий или ломкий;
	2	не хрупкий, не ломкий;
	1	очень твердый, не разламываются при большом усилии.
5. Запах	5	приятный, свойственный данному виду, ярко выраженный;
	4	приятный, свойственный данному виду, выраженный;
	3	свойственный данному виду, недостаточно выраженный;
	2	несвойственный данному виду, горелый, кисловатый;
	1	наличие постороннего запаха (плесневый, горелый, затхлый).

На рисунке 1 представлены результаты органолептической оценки качества выпеченного сахарного печенья с безглютеновой мукой и порошком топинамбура. Анализ полученных результатов показал, что опытный образец са-

харного печенья обладает лучшим вкусом, привлекательным золотистым цветом без использования искусственных красителей, хрупкостью и рассыпчатостью.

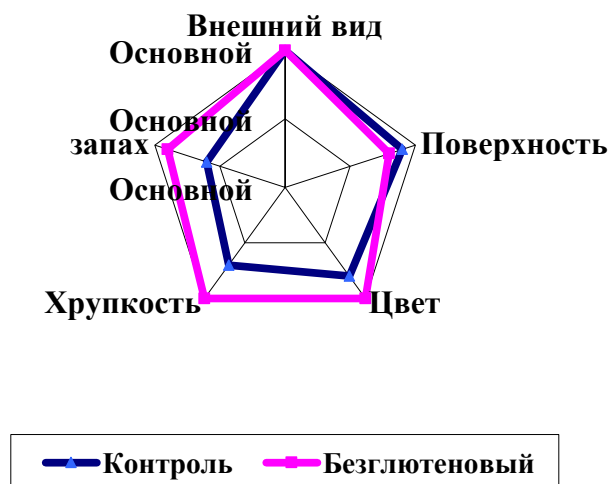


Рисунок 1- Органолептическая оценка образцов выпеченного сахарного печенья

Таким образом, замена пшеничной муки на кукурузную и использование в рецептуре порошка топинамбура не повлияли на показатели качества сахарного печенья. Это позволит расширить ассортимент безглютеновой кондитерской продукции отечественного производства.

Список источников:

1. Бурлай Ю.В., Сухой Л.Ф. Определение прочностных характеристик кондитерских изделий // Хлебопекарная и кондитерская промышленность. – 2011. – №5. – С. 18-20.
2. Васьян В.А. Исследование процесса образования теста для сахарных сортов печенья: автореф. дис. ... канд. техн. наук. – М., 2012. – 220 с.
3. Герасимова И.В. Сырье и материалы кондитерского производства. – М.: Агропромиздат, 2009. – 208 с.
4. Грачев О.С. Основные направления работы кондитерской промышленности по использованию нетрадиционных и местных видов сырья. – М., 2010. – 19 с.
5. Зайцева Г.И. Использование нетрадиционных видов сырья // Пищевая промышленность. – 2012 – №3. – С. 33-34.
6. Ильинская Т.Н. Дополнительные виды муки и улучшители, применяемые за рубежом в производстве хлебобулочных, мучных кондитерских и макаронных изделий. – М.: ЦНТИ Пищепром, 2013. – 81 с.
7. Козлова А.В., Цыганова Т.Б. О технологии производства сахарного печенья профилактического назначения // Кондитерское производство. – 2012. – №3. – 25 с.
8. Козьмина Е.П. Биохимия хлебопечения. – М.: Пищевая промышленность, 2010. – 278 с.
9. Корячкина С.Я. Новые виды мучных и кондитерских изделий. – Орел: Труд,

2011. – 212 с.

10. Меркулова Е.Г. Современные технологии получения мучных кондитерских изделий на основе бисквита функционального назначения/ Меркулова Е.Г. и др. – Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №1 (31). – С. 133-136.

11. Одинцов А.М. Изучение кондитерских свойств муки: дис. ... канд. техн. наук. – М., 2009. – 158 с.

УДК 658.62.018:664.653.4

Меркулова Е.Г., Тимоничева Э.С., Щигарцова В.В.

ИЗУЧЕНИЕ ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ТЕСТА ДЛЯ ПИЦЦЫ ИЗ ПОЛБЯНОЙ, СОЕВОЙ И ОВСЯНОЙ МУКИ

Merkulova E.G., Timonicheva E.S., Shchigartsova V.V.

STUDYING OF PHYSICAL AND CHEMICAL QUALITY INDICATORS OF PIZZA DOUGH FROM SPELT, SOYA AND OAT FLOUR

Меркулова Елена Геннадьевна, кандидат биологических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: lenamerkulova1972@yandex.ru

Merkulova Elena Gennadjevna, Candidate of Biological Sciences, Associate Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: lenamerkulova1972@yandex.ru

Тимоничева Эльвира Сергеевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: elvira.timonicheva@gmail.com

Timonicheva Elvira Sergeevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: elvira.timonicheva@gmail.com

Щигарцова Виктория Владимировна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: 0190415412@mail.ru

Shchigartsova Victoria Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: 0190415412@mail.ru

В статье приведены данные изучения влияния замены пшеничной муки в тесте для пиццы комбинацией полбяной, соевой и овсяной муки на физико-химические показатели качества пшеничного теста и изделий из него. Исследовали такие показатели, как влажность и кислотность.

In the article the results of the research of physical and chemical quality indicators of wheat dough and products from it when wheat flour in pizza dough was replaced for combination of spelt, soya and oat flour are presented. Such indicators, as humidity and acidity were investigated.

Ключевые слова: пресное дрожжевое тесто, физико-химические показатели, полбяная мука, соевая мука, овсяная мука, влажность, кислотность.

Keywords: unleavened yeast dough, physical and chemical indicators, spelt flour, soya flour, oat flour, humidity, acidity.

Стабильность состава и потребительских свойств продукции общественного питания обусловлена соблюдением требований нормативной документации в части физико-химических показателей. Именно органолептические и физико-химические показатели являются критериями идентификации. В работе приведены результаты исследований физико-химических показателей дрожжевого теста для классической пиццы, при приготовлении которой была осуществлена замена пшеничной муки на комбинации полбяной, соевой и овсяной муки в соотношении 4:2:1. Для оценки качества дрожжевого теста для мучных кулинарных изделий по физико-химическим показателям определяли влажность и кислотность.

Влажность теста – это основной показатель, который оказывает влияние на свойства продукта, на выход готовых изделий. Содержание влаги оказывает влияние на все биохимические процессы, протекающие в тесте, на жизнедеятельность микроорганизмов (дрожжевых грибков и молочнокислых бактерий) в нем и, как следствие, на скорость подъема теста, вкусовые качества получаемого изделия.

В среднем пшеничная мука может поглощать от 50 до 65 мл влаги на каждые 100 граммов. Влажность теста с учетом воды, содержащейся в муке, соли и дрожжей равна 36 % [11]. Реальное потребление влаги может достигать 85 мл на каждые 100 граммов муки или же, наоборот, снижаться до 30 мл на 100 граммов муки, хотя влажность остается неизменной. Оптимальное содержание влаги в тесте индивидуально.

Мука полбяная характеризуется низкой водопоглощательной способностью и высоким отношением упругости теста к растяжимости. По «силе» она относится к слабым. По технологическим (варочным, мукомольным, хлебопекарным) свойствам приближается к муке, полученной из твердых сортов пшеницы, а по качеству превосходит муку пшеничную. Поэтому мука полбяная является ценным пищевым сырьем для использования на предприятиях пищевой промышленности, общественного питания и торговли для производства мучных композитных смесей, хлебобулочных, кондитерских и макаронных изделий [10].

Соевая мука должна иметь влажность не более 9,0 %, а овсяная – 8,0-15,0% [2, 4].

Опытные образцы были созданы стандартным способом приготовления дрожжевого теста по безопасной технологии. Рецептуры опытных образцов приведены в таблице 1.

Для приготовления образцов в дежу вливали подогретую до температуры 35-40°C воду, предварительно разведенные в воде с температурой не выше 40°C и процеженные дрожжи, сахар, соль, меланж или яйца, далее всыпали муку и все перемешивали в течение 7-8 мин. После этого замешивали тесто до тех пор, пока оно не приобрело однородную консистенцию и стало легко отделяться от стенок дежи.

Таблица 1 – Рецепттура опытных образцов

Наименование сырья	Образец 1	Образец 2
Мука полбяная	72 г	72 г
Мука соевая	36 г	22 г
Мука овсяная	18 г	22 г
Яйцо куриное	15 г	15 г
Соль	0,1 г	0,1 г
Дрожжи сухие	11 г	11 г
Вода	71 мл	71 мл
Масса теста	200 г	200 г

Дежу закрывали крышкой и ставили на 1-1,5 ч для брожения в помещении с температурой 35-40 °С. Когда тесто увеличилось в объеме в 1,5 раза, произвели обминку в течение 1-2 мин и вновь оставили для брожения, в процессе которого тесто обминали еще 1-2 раза. Тесто, приготовленное из муки со слабой клейковиной, обминали 1 раз. Дежу закрывали крышкой и оставляли на 2-2,5 ч для брожения. За время брожения тесто обминали 2-3 раза [1]. Далее определяли физико-химические показатели качества приготовленных образцов и сравнивали их с показателями контрольного образца, приготовленного на пшеничной муке.

Одним из важных показателей качества дрожжевого теста является его влажность. Низкая влажность может сказаться на органолептических свойствах готового изделия: мякиш может стать уплотненным, непластичным, сухим на ощупь, с трещинами на поверхности, слабо разрыхленным и быстро черстветь. Влажность теста значительно влияет на выход хлеба. Если снизить влажность теста на 1%, то выход хлеба уменьшится примерно на 2%.

Влажность контрольного и опытных образцов теста определяли стандартным методом на приборе для определения влажности Элекс-7.

Результаты определения влажности приведены в таблице 2 [10].

Таблица 2 – Изучение влияния замены пшеничной муки на композицию из полбяной, соевой и овсяной муки на влажность дрожжевого теста

Наименование показателя	Контроль	Образец 1	Образец 2
Влажность, %	36	35	35

Анализ полученных результатов показал, что влажность опытных образцов теста с комбинацией из полбяной соевой и овсяной муки практически не отличалась от показателей контрольного образца.

Еще одним важным показателем качества дрожжевого теста является кислотность. Она возрастает в процессе его брожения за счет накопления в тесте молочной и других кислот и частично за счет угольной кислоты, образующейся в результате взаимодействия углекислого газа с водой теста.

Наибольшее значение в кислотности теста имеет молочная кислота, накапливающаяся главным образом в результате действия кислотообразую-

щих бактерий теста и в очень незначительной мере – в качестве побочного продукта спиртового брожения. В значительно меньших количествах в тесте могут образоваться уксусная, муравьиная и другие кислоты.

В пшеничном тесте летучих кислот накапливается меньше, чем в ржаном.

Кислотность теста влияет на такие факторы, как вкусовые свойства готового изделия, коллоидные свойства теста, активность ферментов и микрофлора. Таким образом, чем выше кислотность теста, тем тесто кислее, чем ниже – тем преснее. Однако с точки зрения вкуса теста важно не только количество, но и состав кислот теста. Молочная кислота придает хлебу приятный специфический для хлеба вкус, в то время как уксусная и другие летучие кислоты даже в небольших количествах делают хлеб неприятным и резко кислым по вкусу.

Изучая влияние органических кислот на коллоидные свойства теста, установлено, что повышение кислотности теста увеличивает гидрофильные свойства муки. Молекулы кислоты адсорбируются частицами муки, невидимыми по месту липофильными (гидрофобными) атомными группами, причем гидрофильные группы кислот ($-COOH$) обращены наружу, вследствие чего увеличивается гидрофильность мицелл коллоидных веществ муки.

Одновременно с этим повышение концентрации кислоты, например молочной, увеличивает пептизируемость белковой части муки, что имеет особенно большое значение в ржаном тесте. Повышение кислотности теста замедляет, как уже отмечалось, деятельность α -амилазы, влияя таким образом на активность ферментов [6]. Кислотность поддерживает микрофлору теста в составе и состоянии, благоприятном для технологического процесса. Кислотность служит оградительным барьером для посторонней и нежелательной микрофлоры и хорошим стимулятором для дрожжевых клеток. Определение влияния замены пшеничной муки в дрожжевом тесте на композицию из полбяной, соевой и овсяной муки на кислотность теста определяли ускоренным методом [6]. Результаты исследования приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Влияние замены пшеничной муки на композицию из полбяной, соевой и овсяной муки на кислотность дрожжевого теста

Наименование образца	Время после замешивания				
	30 мин	1 час	1,5 часа	2 часа	2,5 часа
Контроль, град	2,5	3,5	6,7	9,0	5,4
Образец 1, град	2,8	3,4	5,2	7,8	4,0
Образец 2, град	3,1	3,6	5,6	8,0	3,8

Анализ полученных результатов показал, что кислотность в тесте опытных образцов существенно не отличалась от показателя контрольного образца. По литературным данным, кислотность готового дрожжевого теста должна составлять 3,5 градусов кислотности. Этих значений тесто достигает через 1 час

после брожения. Далее идет накопление кислотности теста, а это может отрицательно сказываться на показателях качества готового изделия. Хлеб из муки с повышенной кислотностью получается более кислым, с менее развитой пористостью и пониженным удельным объемом. Мякиш в нижней части изделия может быть уплотнен. Таким образом, оптимальным временем брожения является 1 час.

Важным показателем качества готовых изделий из дрожжевого теста является упёк.

Норма упека пшеничного дрожжевого теста составляет 13% [1].

Расчет количества потерь после выпечки (упёк) приведен в таблице 4.

Таблица 4 – Расчет количества потерь (упёк) выпеченного дрожжевого теста

Наименование показателя	Образец 1	Образец 2
Масса теста до выпечки, г	200	200
Масса выпеченного теста, г	174	172
Упёк, %	13	14

В исследуемых образцах 1 и 2 потери после выпечки (упёк) составили 13 и 14%, соответственно. Эти значения не отличаются от значений данного показателя, установленного по техническим нормативам. Важным показателем качества готовых изделий является их пищевая ценность. Для определения пищевой ценности образцов, приготовленных из смеси полбяной, соевой и овсяной муки, определяли химический состав готовых изделий, приведенный в таблице 5.

Таблица 5 – Содержание основных пищевых веществ

Пищевые вещества		Содержание пищевых веществ в 100г		
		Контрольный образец	Опытный образец 1	Опытный образец 2
Белки, г	раст.	3,1	16,99	16,07
	жив.		0,57	0,57
Жиры, г	раст.	7,1	2,22	2,22
	жив.		0,52	0,52
Углеводы, г		29,3	34,66	34,66
Минеральные вещества				
Натрий, мг		20,7	199,37	185,41
Калий, мг		84,1	192,025	191,01
Кальций, мг		70,2	51,475	51,475
Магний, мг		9,5	56,09	56,09
Фосфор, мг		84,2	201	194
Железо, мг		0,8	2,43	2,43
Витамины				
Ретинол (А)		4	12,24	12,24
Тиамин (В ₁)		1	0,21	0,26
Рибофлавин (В ₂)		1,2	0,1	0,1
Ниацин (РР)		2,45	3,58	3,58
Энергетич. ценность, ккал		277,8	227,12	227,09
Потери при т.о., %		5	5	5

Мука, используемая при приготовлении опытных образцов, по свойствам ближе к муке обойной, которой является в смеси мука полбяная. Данный факт сказывается на физико-химических свойствах данного теста для пиццы, но делает его обогащенным минеральными веществами. Особенность обойной муки в том, что она производится практически из цельного зерна, без удаления верхнего, самого полезного слоя. Большая часть минералов и витаминов скапливается в оболочке злаковых - отрубях, которые удаляются, если речь идет об изготовлении муки высшего сорта. Добавляя в свой рацион хлеб из обдирной муки, мы получаем витамины группы В; витамин Е; витамин Н; кальций; железо; марганец; хром. Эти элементы благотворно влияют на сердечно-сосудистую, кровеносную и пищеварительную системы. В последнем случае это достигается за счет высокого содержания клетчатки - она нормализует стул и стимулирует работу кишечника.

Из таблицы видно, что опытный образец богаче контрольного по количеству минеральных веществ, особенно натрия, и витаминов группы А и РР. Растительных белков больше в 5,5 раз. Растительные белки, в отличие от животных, не содержат холестерина и насыщенных жиров, именно это свойство делает их более полезными.

Также в опытном образце снижена калорийность и количество растительных жиров. Все эти показатели делают готовое изделие из исследуемой мучной композиции насыщенным всеми питательными веществами и в то же время более диетическим, в отличие высококалорийных изделий из пшеничной муки.

Таким образом, использование комбинации из полбяной, соевой и овсяной муки взамен пшеничной муки в рецептуре пресного дрожжевого теста позволит расширить ассортимент кулинарных изделий из данного вида теста.

Список источников:

1. Ананина В.А. Сборник технических нормативов. Сборник рецептов блюд и кулинарных изделий для предприятий общественного питания. Часть 1. – М.: Хлебпродинформ. – 1996. – С. 380-381.
2. ГОСТ 21094-75. Хлеб и хлебобулочные изделия. Метод определения влажности. – М.: Изд-во стандартов, 2006 – 4 с.
3. ГОСТ 26987-86. Хлеб белый из пшеничной муки высшего, первого и второго сортов. Технические условия. – М.: Изд-во стандартов, 1986. – 10 с.
4. ГОСТ 31645-2012. Мука для продуктов детского питания. Технические условия. – М.: Стандартинформ, 2013. – 8 с.
5. ГОСТ 3898-56. Мука соевая дезодорированная. Технические условия. – М.: Стандартинформ, 2008. – 5 с.
6. ГОСТ 5670-96. Хлебобулочные изделия. Методы определения кислотности. – М.: Изд-во стандартов, 2016 – 8 с.
7. Дубцова Г.Н. Сухая пшеничная клейковина – эффективная добавка для по-

вышения качества муки и хлебобулочных изделий // Кондитерское и хлебопекарное производство. – 2005. – №9 (49). – С. 16-18.

8. Зайцева Т.Н., Ходакова Е.Е., Мироманова Ю.В. Физико-химические показатели теста для мучных кулинарных изделий, обогащенного мукой грецкого ореха // Молодой ученый. – 2016. – №12. – С. 275-278.

9. Кретович В.А., Токарева Р.Р. Проблема пищевой полноценности хлеба. – М.: Наука, 1978. – 288 с.

10. Крюкова Е.В. Влияние полбяной муки на качество сдобного печенья / Е.В. Крюкова и др. // Кондитерское производство. – 2014. – №3. – С. 15-17.

11. Павлов А.В. Сборник рецептур мучных кондитерских и булочных изделий для предприятий общественного питания. – СПб: Гидрометеиздат. – 1998. – 119 с.

УДК 005:339

Червяков Ю.А.**БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ПРЕДПРИЯТИЯ,
ИХ ОЦЕНКА И МЕТОДЫ ОПИСАНИЯ****Chervyakov J.A.****ENTERPRISE'S BUSINESS PROCESSES,
THEIR ESTIMATION AND DESCRIPTION METHODS**

Червяков Юрий Анатольевич*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: anatoichy73@mail.ru

Chervyakov Yuri Anatolyevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: anatoichy73@mail.ru

В статье рассматривается относительно новый для России процессный подход к управлению предприятием. При процессном подходе управление предприятием сводится к постоянному улучшению и оптимизации его бизнес-процессов, что приводит к необходимости явного их выделения, детального описания и регламентации с последующей оценкой качества процесса по различным критериям.

In the article the process approach to the operation of business, which is rather new in Russia, is considered. At the process approach operation of business is reduced to constant improvement and optimization of its business processes that leads to the necessity of their obvious allocation, detailed description and regulation with the subsequent estimation of the process quality according to various criteria.

Ключевые слова: бизнес-процесс, управление предприятием, стандарты моделирования, CASE-средства, оценка эффективности бизнес-процесса.

Keywords: business process, operation of business, modelling standards, CASE-means, efficiency estimation of business process.

В современной экономике как никогда ранее остро стоит проблема повышения эффективности управления предприятием. В последние годы эффективное управление все чаще связывают понятием «бизнес-процесс» (или просто – «процесс»). Под процессом в данном контексте понимается «совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих действий, преобразующих входящие данные в исходящие, реализующие управление достижением цели» [1], т.е. при процессном подходе к управлению ориентация идет на результат.

Рассмотрим подробнее суть процессного подхода. Деятельность предприятия разбивается на отдельные части – бизнес-процессы. Применительно к

* **Научный руководитель:** Музалевская Алла Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: maa_orel@mail.ru

каждому бизнес-процессу выполняются операции по управлению: проектирование, регламентация, оптимизация, планирование и контроль показателей результативности и эффективности. Управление предприятием в целом сводится к управлению системой бизнес-процессов. Понятно, что при таком подходе особенно важно правильно идентифицировать бизнес-процессы и выстроить их иерархию. В обобщенном понимании бизнес-процессы предприятия делятся на три группы (рисунок 1).

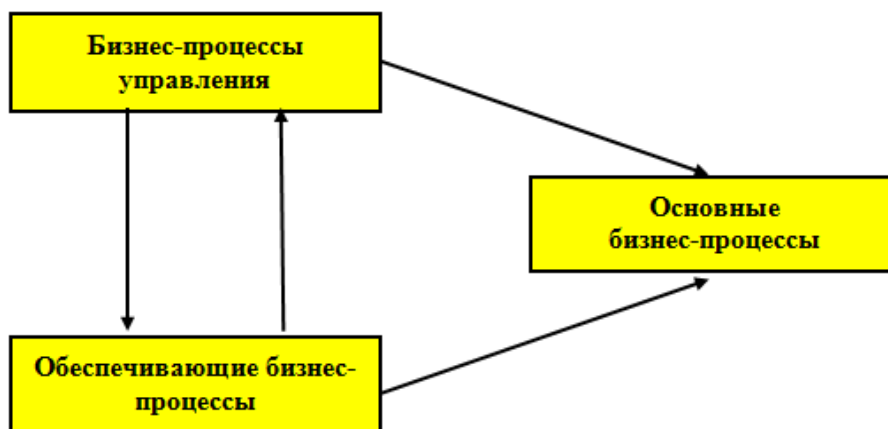


Рисунок 1 – Классификация бизнес-процессов предприятия

1. Основные бизнес-процессы обеспечивают получение дохода, т.е. это процессы производства товара или оказания услуги, соответствуют целям создания предприятия. В рамках основных бизнес-процессов могут быть выделены сопутствующие процессы, являющиеся результатами сопутствующей основному производству деятельности и также влияющие на финансовый результат.

2. Обеспечивающие бизнес-процессы поддерживают инфраструктуру предприятия, предназначены для поддержки функционирования основных бизнес-процессов, а также процессов управления. Обеспечивающие бизнес-процессы связаны с использованием всех видов ресурсов предприятия: материальных, финансовых, трудовых.

3. Бизнес-процессы управления направлены на реализацию всего комплекса функций управления как на уровне каждого бизнес-процесса, так и бизнес-системы в целом. К этой группе относятся процессы стратегического, оперативного и текущего планирования, формирования и осуществления управленческих воздействий, а также бизнес-процессы развития, направленные на совершенствования производимого товара или услуги, технологий, модификации оборудования и так далее.

При процессном подходе управление предприятием сводится к постоянному улучшению и оптимизации его бизнес-процессов. Предприятию, работающему в рамках принципов реализации процессного подхода, необходимо, прежде всего, выделить бизнес-процессы верхнего уровня. При этом уровень де-

тализации деятельности выбирается такой, чтобы его можно было описать в рамках не более чем 15–20 бизнес-процессов, из них 5–9 основных, 5–7 обеспечивающих (при большом количестве процессов теряется управление организацией).

После построения дерева бизнес-процессов следует выполнить их описание «как есть», то есть исторически сложившийся на предприятии порядок деятельности, чтобы выявить «слабые места» каждого процесса с целью устранения недостатков и повышения эффективности выполнения.

Существуют следующие способы описания бизнес-процессов:

- текстовый (на естественном языке или формальное описание);
- табличный;
- графический (свободная или формальная нотация);
- комбинированный.

Текстовое описание бизнес-процесса на естественном языке представляет собой виденье предметной области экспертом. Он описывает общую последовательность работ в рамках некоторого бизнес-процесса и суть каждой работы. Такое описание имеет неструктурированный характер сравнительно большой объем, что затрудняет понимание процесса в целом. Формализованное текстовое описание предполагает использование заранее определенных словесных конструкций и оборотов, аналогичное словесному описанию алгоритма. Правильному пониманию порядка выполнения процесса способствует наличие глоссария терминов предметной области. Такое описание лучше, чем на естественном языке, однако имеет тот недостаток – большой объем.

Табличное описание бизнес-процессов представляет собой хорошо структурированное текстовое описание. Предварительным этапом в этом случае служит подготовка шаблона. Плюсами этого способа являются наличие структуры, простота подготовки, удобство сравнения и анализа. К недостаткам следует отнести некомпактность, отсутствие необходимой детализации, трудность отображения разветвляющегося процесса.

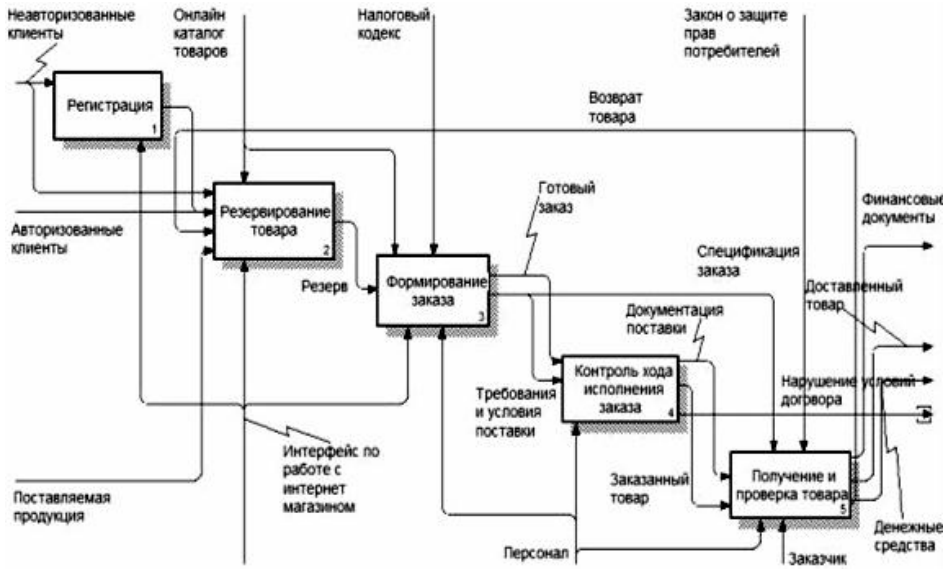
В отличие от предыдущих, графический способ описания бизнес-процесса более наглядный, компактный. Он позволяет четко представить последовательность и логику исполнения процесса. В свободной нотации графические символы для представления элементов бизнес-процесса выбираются исполнителем произвольно, что приводит к трудностям понимания без соответствующих пояснений. Формализованная нотация описания бизнес-процесса имеет фиксированные правила представления информации о бизнес-процессе. Единственным недостатком такого представления является сложность отображения характеристики работ, требуется текстовый комментарий.

Остановимся подробнее на графическом формализованном описании бизнес-процесса, поскольку в настоящее время он является общепринятым и поддерживается специальными программными продуктами (CASE-средствами).

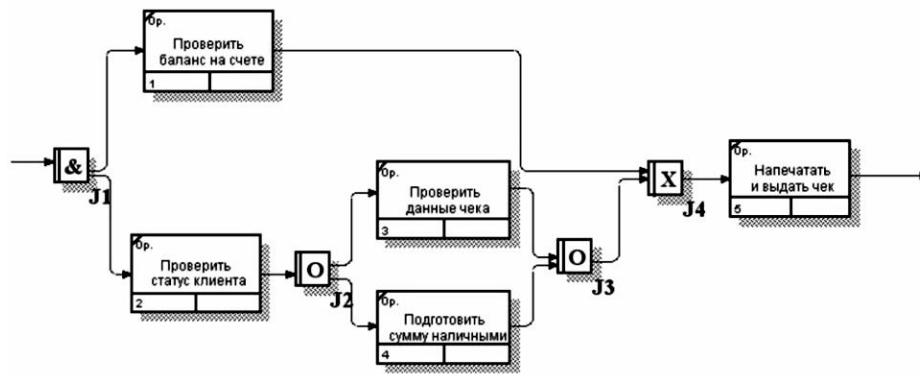
На сегодняшний день наибольшее распространение получили несколько

стандартов моделирования бизнес-процессов [3]:

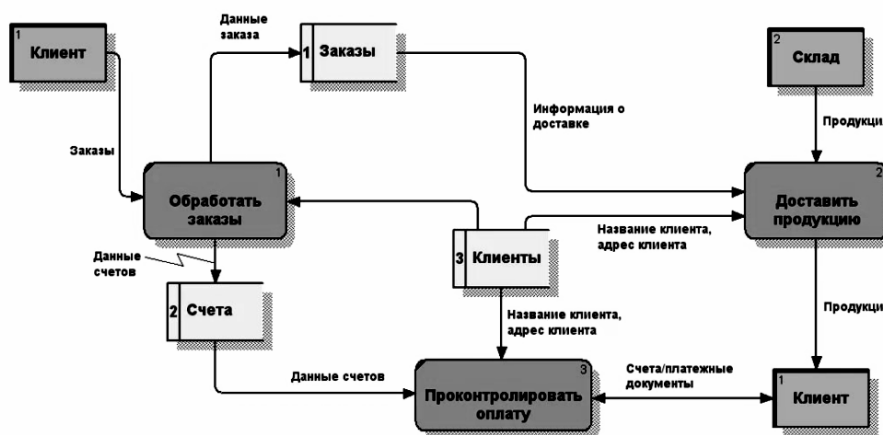
1. Семейство стандартов функционального моделирования IDEF (IDEF0, DFD, IDEF3). Пример описания бизнес-процесса в этой нотации представлен на рисунке 2.



IDEF0



IDEF3



DFD3

Рисунок 2 – Пример описания бизнес-процесса в методологии IDEF

2. Семейство стандартов ARIS (в частности, нотация eEPC), пример описания представлен на рисунке 3.

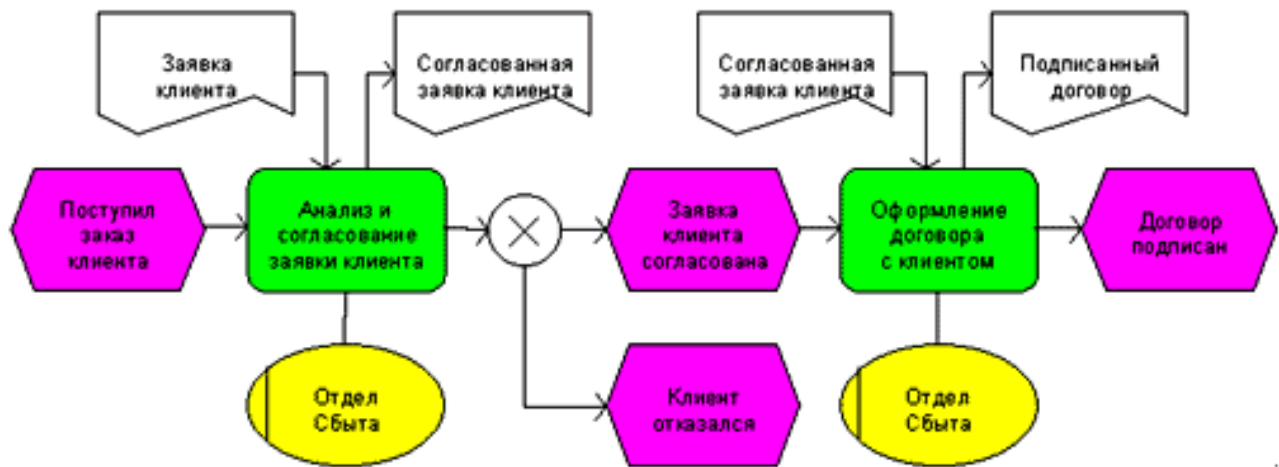
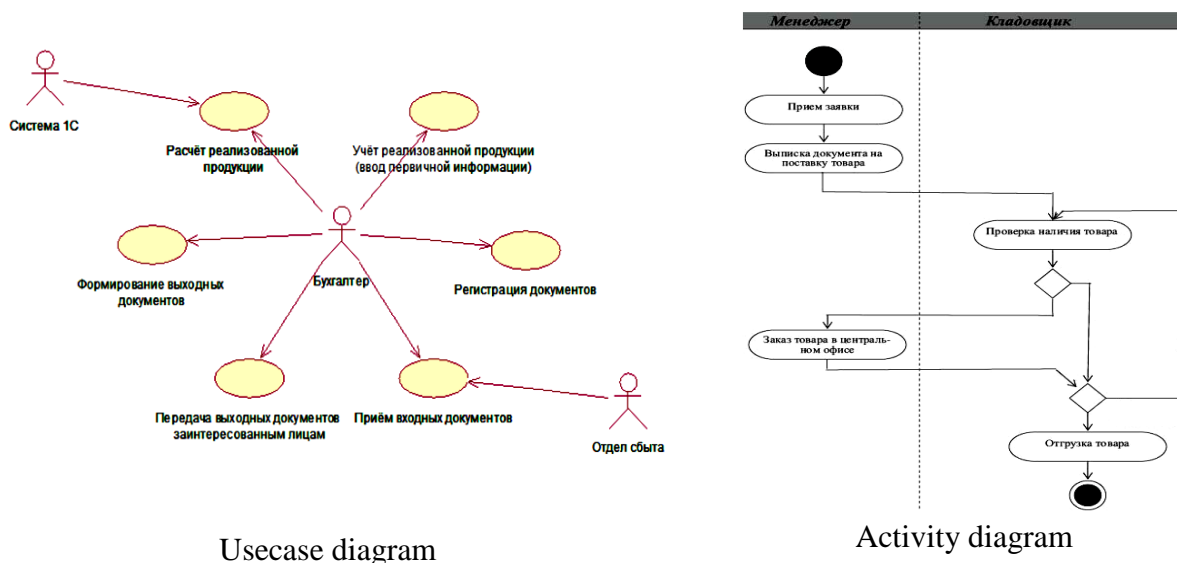


Рисунок 3 – Пример описания бизнес-процесса в нотации eEPC

3. Семейство стандартов UML для визуального моделирования, основанного на объектно-ориентированном подходе (Usecase diagram, activity diagram). Примеры диаграмм представлены на рисунке 4.



Usecase diagram

Activity diagram

Рисунок 4 – Пример описания бизнес-процесса в семействе стандартов UML

На основе этих и других методологий построено множество CASE-средств, наиболее известные из них представлены в таблице 1.

Помимо перечисленных, существует еще достаточное количество других программных продуктов как в рамках рассмотренных нотаций, так и других (в частности, многие разработчики используют собственные языки моделирования).

Таблица 1 – Программные продукты для реализации основных стандартов моделирования бизнес-процессов.

Методология	Нотации моделирования бизнес-процессов	CASE-средство
IDEF	IDEF0, IDEF3, Dataflow diagram (DFD)	AllFusion Business Modeler (BPwin), MS Visio, Business Studio, Power Designer , AllFusion Process Modeler
ARIS	VAD (диаграмма добавленной стоимости), eEPC (расширенная событийная цепочка процесса)	Aris Business Architect (ARIS Toolset), MS Visio, AllFusion Process Modeler
UML	Usecase diagram, activity diagram	Rational Rose, MS Visio, Aris Business Architect, AllFusion Process Modeler
Кроссфункциональное моделирование	Несколько нотаций	MS Visio, Business Studio, AllFusion Process Modeler

Выбор того или иного CASE-средства моделирования бизнес-процессов определяется целым рядом критериев:

- 1) целями проекта;
- 2) требованиями к информации о бизнес-процессах, необходимой для анализа и принятия решений в рамках конкретного проекта;
- 3) возможностями инструментальных средств в части описания процессов;
- 4) требованиями к аппаратному и программному обеспечению;
- 5) доступностью документации (компьютерные учебные материалы, учебные пособия, книги, статьи, информация в Интернете, демоверсии), обучения и технической поддержки (телефонная «горячая линия», техническая и консультационная поддержка через представителя поставщика);
- 6) стоимостью.

Описание бизнес-процессов – один из самых важных этапов внедрения процессного управления. На основе созданного описания проводится регламентация бизнес-процессов, то есть фиксирование нормального протекания процесса.

Бизнес-модель предприятия в дальнейшем подвергается анализу. Для проведения такого анализа важно определение ключевых факторов успеха предприятия и сопоставление с ними бизнес-процессов.

Описанные бизнес-процессы анализируются с точки зрения важности реализации стратегии предприятия, проблемности и возможности корректировки процесса для устранения проблем.

Главными характеристиками качества бизнес-процессов предприятия являются [4]:

- 1) результативность (оценка результата бизнес-процесса);
- 2) эффективность (характеризует стоимость процессов или величину временных затрат на выполнение процесса);

3) адаптивность (способность реагировать на изменение окружающей среды);

4) антиципативность (оптимальное соотношение «цена-качество»).

Результативность бизнес-процесса оценивается по различным критериям, которые зависят от самого процесса. Например, для производственных процессов результативность можно оценивать через объем производства продукции; для процесса кадрового обеспечения можно использовать показатели повышения квалификации персонала и так далее.

Индикаторы оценки эффективности бизнес-процесса могут быть различными и регулироваться, в том числе, локальными актами предприятия. По укрупненным группам это экономические, финансовые и социальные показатели.

В качестве критериев адаптивности могут быть использованы критерии сервиса: ассортимент и количество; качество сырья и произведенной готовой продукции; удовлетворение потребительского спроса во времени и другие.

Практика показывает, что с течением времени даже идеально организованные процессы перестают таковыми быть. Поэтому необходимо постоянно отслеживать качество бизнес-процессов предприятия, проводить их инжиниринг и реинжиниринг.

Список источников:

1. Зиненко Н.С. Характеристика процессного подхода к управлению организацией [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2015/pdf/15351.pdf>.

2. Зимина Л.В., Малявкина Л.И. Особенности разработки моделей бизнес-процессов маркетинговой службы в инструментальных средствах ERWIN DATA MODELER и RATIONAL ROSE // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33). – С. 77-81.

3. Долганова О.И. Моделирование бизнес-процессов: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. И. Долганова, Е. В. Виноградова, А. М. Лобанова; под ред. О. И. Долгановой. – М.: Юрайт, 2016. – 289 с.

4. Дубинина В.В. Управление бизнес-процессами предприятия // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. – №5 (127). – С. 39–47.

5. Малявкина Л.И., Савина А.Г., Зимина Л.В. Моделирование как инструмент оптимизации бизнес-процессов при реализации процессного подхода к управлению высшим учебным заведением // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №1(39). – С. 45-52.

6. Концептуальные основы ERP-решений для инновационного развития малого и среднего бизнеса / Сергеева И.И. и др. // Наука и образование: современные тренды. 2015. – №2 (8). – С. 471-484.

Герченова С.В.

**ПРОДВИЖЕНИЕ ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ:
ПОНЯТИЕ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ**

Gerchenova S.V.

**ADVANCEMENT OF TOURIST TERRITORIES:
THE CONCEPT AND THE BASIC STAGES**

Герченова София Владимировна*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: cone4ka@rambler.ru

Gerchenova Sofia Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: cone4ka@rambler.ru

В настоящее время в России довольно часто возникают вопросы о необходимости формирования и развития туристической привлекательности, принимаются соответствующие правила и программы. На практике существует сопоставление туризма, туристической деятельности и туристической привлекательности. Тем не менее, такое определение в меньшей мере является некорректным и требует дальнейшего объяснения. Таким образом, необходимо определить основные понятия, связанные с работой по формированию основных принципов туристической привлекательности в регионе.

Quite often now there arise questions about the necessity to form and develop tourist appeal in Russia and corresponding rules and programs are adopted. In practice tourism, tourist activity and tourist appeal are compared. Nevertheless, such definition is quite incorrect and requires further explanation. Thus, it is necessary to define the basic concepts connected with work on formation of the main principles of tourist appeal in the region.

Ключевые слова: маркетинг территории, реклама территории, продвижение туризма региона, целевая аудитория, имиджевая концепция, концепция брендинга, брендинг территории, туристическая привлекательность, привлекательность, политическая стабильность, дестинация, конкурентоспособность.

Keywords: territory marketing, territory advertising, advancement of region tourism, target audience, image concept, branding concept, territory branding, tourist appeal, appeal, political stability, destination, competitiveness.

В современном мире для каждой страны в целом и для ее регионов важно создать благоприятный имидж на международной арене, чтобы вызвать интерес у потенциальных туристов, что улучшит ситуацию в регионе как в экономическом, так и в политическом плане. Тем не менее, положительного образа недостаточно, чтобы привлечь крупные туристические потоки. Здесь важная

* **Научный руководитель: Воронкова Ирина Евгеньевна**, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: irivoronkova@yandex.ru

роль отводится позиционированию уникальных особенностей региона, которые создают свой неповторимый образ и делают его привлекательным для туристических потоков. Таким образом продвижением в регионе занимается маркетинг территории, который направлен на создание необходимых условий для повышения узнаваемости и привлекательности региона.

Концепция маркетинга не имеет конкретного определения, но исследователи согласны в том, что маркетинг является системой мероприятий, направленных на продвижение товаров и услуг. В действующем толковом словаре русского языка дается следующее определение: маркетинг – это комплексный подход к управлению производственно-хозяйственной деятельности организации, основанный на учете требований рынка, и активного влияния на расширение сбыта продукции и услуги по внедрению.

Целью маркетинга территории является создание, поддержание или изменение мнения, поведения субъектов-потребителей, в том числе привлекательности, престижа территории в целом, условий жизни и хозяйственной деятельности на территории; обращение внимания на природные, финансовые, трудовые, организационные и другие ресурсы и на возможности воспроизводства таких ресурсов.

Реклама территории предполагает прохождение нескольких этапов. Первый этап основан на определении целевой аудитории, а также на оценке ее предпочтений. В общем виде принято выделять следующие целевые группы: местные жители, бизнесмены и посетители. Каждая группа потребителей может быть поделена для различных критериев, таких как географический, демографический, социальный и т.д. Результатом распределения является расширение целевой аудитории за счет предоставления целевых подгрупп, которые отличаются по некоторым критериям. Для работы с каждой из выявленных ключевых групп населения необходима разработка коммуникативной стратегии, которая включает в себя: выявление ожиданий каждой из аудиторий к региону; формулировку сообщений, адресованных им, содержащих решение проблем и задач, определение приоритетных каналов коммуникации и инструментов.

В соответствии с ожиданиями целевой аудитории на том же этапе производится оценка существующего имиджа. Среди целевой аудитории проводятся исследования на предмет ее осведомленности о регионе. Таким образом выявляются сильные и слабые стороны региона, принимаются во внимание аспекты, которые требуют корректировки.

Основываясь на результатах исследований, на втором этапе устанавливаются цели продвижения той или иной территории. К ним относятся:

1) экономические цели: формирование инвестиционной привлекательности области, привлечение дополнительного финансирования из федерального бюджета, туристическая привлекательность области;

2) политические цели: увеличение присутствия и роли региона в политической жизни нашей страны, международный авторитет региона, доверие к органам власти и управления;

3) социальные цели: создание благоприятного, комфортного социального климата, увеличение качества жизни, миграционная политика, которая повышает привлекательность территории для высококачественных трудовых ресурсов.

Третьим шагом является формирование концепции бренда. Имиджевая концепция определяет ряд действий для создания уникального образа региона. На данном этапе проходят работы по выявлению приоритетных направлений брендинга территории. Брендинг мест является составной частью комплекса мероприятий по продвижению территории, относящемуся к маркетинговой деятельности.

Брендинг представляет собой процесс формирования имиджа в течение длительного периода через формирование добавочной ценности, эмоционального или рационального «обещания» бренда или немарочного продукта, что делает его более привлекательным для конечного потребителя.

По результатам определения концепции имиджирования проводится целый ряд мероприятий по продвижению территории. На данном этапе, руководствуясь запланированной программой, выполняется корректировка имиджа в соответствии с ожиданиями потребителей, создается бренд территории.

На заключительном этапе продвижения территории производится анализ результатов проведенной работы. Проходят исследования уровня удовлетворенности потребителей, соответствия их ожиданий реальности.

В качестве примера можно привести брендинг города Перми российским дизайнером Артемием Лебедевым. Был проведен ряд мероприятий по повышению визуальной культуры Пермского края. В качестве логотипа А. Лебедев разработал красную букву «П», которая встречается буквально на каждом шагу. Использование логотипа и шрифта в городской среде имеет ключевое значение. Таблички с обозначением улицы и номера дома в Перми набираются Пермским шрифтом. Все названия на табличках должны быть даны на двух языках – русском и английском, с транскрипцией имен собственных и переводом родовых понятий. Двуязычные таблички помогают ориентироваться в городе иностранцам, но не всегда помогают местному населению правильно ориентироваться за счет низкого уровня знания иностранных языков местным населением. На улицах с домами старой постройки зачастую с богато декорированными фасадами рекомендовано размещать компактные объединенные указатели, которые оказывают меньшее влияние на внешний вид здания, а также занимают меньше пространства, но при этом контрастируют с общим видом фасада. Читаемость с дальних расстояний второстепенна, потому что обычно исторические здания примыкают к тротуару. На улицах с современной

многоэтажной застройкой рекомендовано размещать широкие белые таблички с цветной полоской сверху. Цвет полоски соответствует административному району, в котором расположен дом. Это стандартные таблички для большинства домов в Перми. Размер таблички определяется тем, как далеко находится дом от проезжей части и пешеходных дорожек. Чем дальше дом от наблюдателя, тем крупнее должна быть табличка. Все остановки общественного транспорта в Перми обозначаются наборным табло с указанием маршрутов, проходящих через данную остановку. Табло состоит из отдельных взаимозаменяемых стандартных табличек шириной 600 мм. Каждый вид транспорта имеет свой цвет. Автобусы красные, троллейбусы фиолетовые, трамваи зеленые, маршрутное такси оранжевое. Конкретные цифровые значения цветов могут варьироваться в зависимости от наличия пленки, но для печати они одинаковые. Перечисленные детали имеют огромное значение в брендинге территории и в целом оказывают влияние на привлекательность города.

Пример брендинга территорий в России достаточно распространен. Разработаны бренды таких городов, как Москва, Ярославль, Санкт-Петербург, Калининград, Екатеринбург и многие другие. Однако не везде подобные начинания приживаются и находят отклик в сердцах горожан. На сегодня большая часть аудитории недооценивает значимость брендинга территорий в России, а, следовательно, не складывается возможность для полномасштабного развития.

Финансирование брендинга территорий в России происходит довольно медленно и неравномерно, это обусловлено тем, что большинство чиновников не видят в нем быстрых экономических перспектив и поэтому зачастую выделяют меньше финансовых ресурсов, чем этого требует ситуация. Так, при праздновании 450-летия города Орла был разработан юбилейный логотип, который должен был рекламировать событие и привлечь внимание к городу Орлу. Но этого не произошло ввиду того, что ради экономии средств сам знак практически не разработали, а материалы брендинга были только у муниципальных учреждений, которые не знали, как грамотно распределить бренд для продвижения. Это привело к тому, что сам символ празднования не имел должного эффекта, а местное население не заметило попытки брендинга.

Похожие примеры мы зачастую наблюдаем на практике в России. Во избежание этого необходимо четкое представление о том, для чего и как разрабатывается бренд территорий. Это понимание позволит как можно правильнее распределить силы при разработке и продвижении туристического бренда, который, в свою очередь, сможет приносить региону финансы за счет привлечения туристов, продажи сувенирной продукции, продажи различных лицензий и франшиз. Из грамотно построенного бренда впоследствии может быть построен имидж целого региона, с помощью которого выводить новые территориальные бренды станет заметно легче, ведь они будут подчиняться четко выстроенной логически-визуальной концепции.

Процесс продвижения территории является постоянным и непрерывным, так как непрекращающийся мониторинг потребительского спроса туристических потоков, уровня жизни в регионе и т.д. приводит к необходимости корректировки имиджа области.

Привлекательность – это свойство восхищать, удивлять, привлекать особыми качествами, признаками. В специализированной научной литературе о туристической деятельности делается акцент на то, что понятие привлекательности является основным и определяющим для изучения туристских потоков. В нашем понимании местность является привлекательной, если она имеет туристические ресурсы: природные, историко-культурные и социально-экономические, развитую материально-техническую базу, инфраструктуру и удобную транспортную развязку. Привлекательность туристских объектов часто непостоянна и может меняться в зависимости от многих факторов, которые влияют на привлекательность туристической зоны.

Исторические и культурные туристические ресурсы, в частности, уникальные памятники могут иметь решающее значение в организации туристических поездок. Большинство методов оценки туристической привлекательности основывается на экспертной балльной оценке, хотя существуют и экономические оценки исторического и культурного наследия территории. За основу таких оценок принимается непосредственное влияние на функционирование объектов в виде взносов за вход, экскурсии, а также дифференциальной ренты за землю, где находятся памятники истории и культуры.

Существенным фактором привлекательности территории государства в современных условиях жизни является состояние окружающей среды (уровень загрязнения окружающей среды, санитарно-гигиеническое состояния водных объектов, воздуха и почвы). К текущим мероприятиям, направленным на охрану окружающей среды и повышение привлекательности туристических зон, относится создание сети заповедников и национальных парков, где производственная деятельность или ограничена, или запрещена.

Политическая стабильность также является важным фактором, влияющим на привлекательность территории. Она может усилить или ослабить общий имидж региона и, следовательно, влияет на экономическую стабильность.

При формировании привлекательности территории большое значение имеет использование маркетинга, который способствует конкурентоспособности конкретной области и может изначально влиять на ее привлекательность.

Для конкурентоспособности туристической индустрии страны необходимо, чтобы конкурентоспособными были не только отдельные турфирмы, но и на мезо- и макроуровнях индустрии туризма должен приводиться синергический эффект, т.е. необходимо формирование новой системы свойств индустрии туризма. В частности, для туризма на мезоуровне синергический эффект проявляется в уровне дестинации.

Привлекательность региона характеризуется туристским потенциалом и туристическими рисками. Поэтому туристическая привлекательность региона – это оценка потенциального туристского потенциала региона для удовлетворения потребностей потребителей. Туристическая привлекательность как понятие ценности характеризуется набором показателей, которые взаимосвязаны и имеют разную степень важности для общей оценки.

Список источников:

1. Братановский С.Н., Братановская М.С., Кочерга С.А. Правовое регулирование туризма в Российской Федерации: учебное пособие. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 180 с.
2. Виды и тенденции развития туризма: учебное пособие / В.А. Назаркина и др.; Министерство образования и науки Российской Федерации, Новосибирский государственный технический университет; под общ. ред. Б.И. Штейнгольца. – Новосибирск: НГТУ, 2014. – 235 с.
3. Внутренний туризм как основа устойчивого развития регионов России: сборник научных статей / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств»; отв. ред. А.А. Насонов. – Кемерово: КемГУКИ, 2015. – 255 с.
4. Шмарков М.С. Роль инноваций в развитии туристского бизнеса // Вестник ОрелГИЭТ. – 2012. – №3 (21). – С. 84-87.
5. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №4 (34). – С. 74-84.

УДК 659.4:334.7

Шляков Р.И.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ SMM НА РЫНКЕ B2B

Shlyakov R.I.

FEATURES OF SMM APPLICATION IN B2B MARKET

Шляков Роман Игоревич*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: romulbraun@gmail.com

Shlyakov Roman Igorevich; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: romulbraun@gmail.com

* **Научный руководитель: Воронкова Ирина Евгеньевна**, доктор исторических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: irivoronkova@yandex.ru

В данной статье рассматривается сущность понятия SMM. Определяется роль, задачи и цели SMM на рынке B2B. Выявляются особенности применения SMM в сфере B2B-маркетинга. Рассматриваются преимущества применения SMM на рынке B2B.

Ключевые слова: SMM, B2B, социальные сети, социальный маркетинг, таргетинг, социальная платформа.

In the article the essence of SMM concept is considered. The role, the problems and the purposes of SMM in B2B market are defined. Features of SMM application in the sphere of B2B-marketing are disclosed. Advantages of SMM application in B2B market are considered.

Keywords: SMM, B2B, social networks, social marketing, targeting, social platform.

Рынок B2B – один из самых сложных в современном маркетинге, имеющий неоднородную конъюнктуру и специфические особенности. В современных условиях рынок B2B, как и другие маркетинговые структуры, столкнулся с таким неоднозначным явлением, как SMM. Социальные сети, которые являются инструментом SMM, получили широкое распространение не только среди обычных пользователей, но и в бизнес-среде. Рынок B2B столкнулся с данным явлением не так давно, и сейчас происходит активное внедрение технологий SMM в рыночные структуры B2B. Каждая вторая компания применяет социальные сети для продвижения своего бренда, поиска партнеров, взаимодействия с другими организациями и реализации других бизнес-целей, поскольку это один из самых недорогих инструментов продвижения, который способен охватить огромную целевую аудиторию и эффективно выполнять любые маркетинговые задачи.

Social Media Marketing (SMM) – новый и перспективный метод продвижения товара или услуг посредством привлечения различных социальных медиа-каналов. Появился метод SMM на отечественном рынке в 2006 году и за время своего существования успел доказать свою эффективность. Многие компании разного уровня узнаваемости на рынке, специфики и вида деятельности прибегают к продвижению в социальных сетях. SMM позволяет охватить большую целевую аудиторию, анонсировать и рекламировать товары и услуги, увеличить число потенциальных клиентов и партнеров. SMM дает возможность установить прямой контакт с аудиторией, выяснить ключевые потребности и получить обратную связь. Посредством SMM можно привлечь поставщика или партнера, которые социально активны. Социальные медиаплатформы имеют большую бизнес-аудиторию, сопоставимую с аудиторией телевизионных каналов, но при этом активность пользователей в Интернете выше. SMM позволяет «отобрать» целевую аудиторию по определенным критериям с целью минимизировать издержки маркетинга и повысить эффективность продвижения.

SMM изначально использовался как инструмент продвижения бренда и повышения его узнаваемости среди потенциальных клиентов, поэтому прошло достаточно много времени, прежде чем метод SMM стал внедряться в рынок B2B. За последние 5 лет наблюдается высокая эффективность применения

SMM на рынке B2B, несмотря на то, что многие все еще считают данный метод не совсем корректным для бизнес-среды.

Применение SMM подходит для решения различных задач продвижения компаний B2B посредством социальных сетей. Социальный маркетинг можно использовать для реализации следующих целей:

- прямых продаж и лидогенерации;
- повышения узнаваемости бренда;
- рекрутинга;
- противодействия негативу.

Продвижение в социальных сетях используется для компаний, имеющих широкую аудиторию потребителей, и в меньшей степени SMM эффективен для узкопрофильных организаций. Это обусловлено тем, что целевая аудитория, которая способна совершать покупки, небольшая и не относится к числу стандартных для социальных сетей.

Особенностью SMM для B2B является то, что приемы, которые работают для B2C, не применимы либо малоэффективны. Основная задача SMM на рынке B2B – продать продукт или услугу. Позиционирование компании как эксперта на рынке, в социальных сетях так или иначе приведет к продажам: новым и повторным. Многие компании проводят мониторинг потенциальных партнеров из сектора B2B по их социальной активности. На рынке B2B маркетинга происходят значительные изменения, и данные перемены во многом обусловлены внедрением новых технологий, в частности интернет-маркетинга и SMM.

Специфика SMM для рынка B2B отличается тем, что здесь напрочь отсутствует любой развлекательный подтекст, но при этом общение между партнерами становится менее официальным, что позволяет быстрее установить контакт. Социальные сети имеют множество преимуществ в продвижении на рынке B2B:

- раскрутка с использованием SMM не зависит от алгоритмов поисковых систем, отсутствует необходимость постоянной оптимизации и поиска контента по ключевым словам;
- SMM позволяет охватить круг заинтересованных лиц, не раздражая, а привлекая внимание целевой аудитории;
- можно использовать одновременно несколько методов SMM в зависимости от цели продвижения;
- общение с партнером устанавливается напрямую, поэтому можно заранее составить алгоритм возможных действий для повышения эффективности SMM.

Оценить эффект SMM удастся не каждой компании сразу, но, в отличие от других методов продвижения, маркетинг в социальных сетях имеет долгосрочный характер, при этом вложения в раскрутку могут быть минимальными.

Любая социальная сеть предполагает коммуникацию, установление контакта вне зависимости от формы и методов SMM. Многие маркетологи не делают ставки на SMM в B2B только потому, что поток информации в социальных сетях настолько большой, что маркетинг может остаться незамеченным и малоэффективным. Именно поэтому они либо совсем не выделяют бюджет на SMM, либо делают расходы минимальными, акцентируя внимание на других методах продвижения. Вклад социальных сетей в развитие бизнеса можно оценить, только проведя анализ показателей следующих факторов:

- генерация лидов;
- демонстрация ценности;
- укрепление лояльности;
- оптимизация продаж;
- развитие навыков продаж;
- ориентация на авторитет;
- снижение издержек (отказов);
- укрепление позиций на рынке;
- оптимизация прогнозов;
- определение важных метрик;
- обучение сотрудников.

Успех B2B-маркетинга в Интернете зависит от трех ключевых факторов: онлайн-репутации, способности влиять на аудиторию с помощью идей и узнаваемости бренда. Все остальные направления имеют второстепенную значимость и должны рассматриваться как дополнительное явление. Тем не менее, они также должны учитываться, чтобы в достаточной мере изучить рынок, целевую аудиторию и конкурентов.

Многие компании устанавливают для себя определенные рамки и считают, что социальные сети – ограниченная аудитория (преимущественно частные лица), которая не способна на сотрудничество. Хотя на практике социальные сети не менее эффективны, чем любые другие формы продвижения, просто инструменты, которые используются в SMM, не подходят больше ни для каких методов раскрутки. И многие компании, сталкиваясь с социальными платформами, вместо тщательного мониторинга и выборного применения методов SMM расходуют свои усилия на массовую аудиторию, хотя подобный алгоритм не имеет особого смысла. Скептическое отношение к социальным платформам является существенным препятствием на пути к продвижению SMM на рынке B2B. Это обусловлено тем, что сложно подобрать методы, которые бы эффективно действовали на потенциальных партнеров и стимулировали их желание сотрудничать только по визуальному оформлению контекстной рекламы.

Таргетирование – основной инструмент формирования аудитории. Многие маркетологи считают, что все социальные сети одинаковые. На практике

мы видим, что существуют минимум 5 крупных социальных сетей, где большая доля пользователей – разные социальные и возрастные группы, поэтому те методы, которые работают в одной сети, могут не работать в другой. Таргетирование позволяет выделить ядро аудитории и сконцентрировать все усилия на продвижение именно в этом круге пользователей. Данный метод позволяет оптимизировать SMM на руководителей и лиц, принимающих решение. SMM-продвижение B2B-компаний позволяет сформировать адресную направленность, то есть воздействовать конкретно на фокус-группу. Тип контента во многом зависит от вида социальной сети, поэтому на рынке B2B возникла необходимость подобрать оптимальную платформу для SMM-продвижения. Существует несколько социальных платформ, где большинство целевой аудитории - люди, занимающиеся бизнесом, или организации, ищущие партнеров. Среди данных платформ можно выделить следующие:

- LinkedIn – социальная сеть, где 85 % пользователей – клиенты в сегменте B2B. Данная платформа изначально разрабатывалась как инструмент общения между бизнес-группами с целью повышения интереса к SMM. LinkedIn позволяет найти сотрудников, партнеров и клиентов посредством размещения личных страниц или создания сообществ для обмена сообщениями, размещения контекстной рекламы, обсуждений и т.д.

- Facebook – частная социальная сеть, но в ней нашло развитие SMM-продвижение, причем очень эффективно. В Facebook используются бизнес-страницы и тематические группы для B2B-маркетинга, а также применяется массовая рассылка и индивидуальные сообщения, что позволяет установить контакт в непринужденной атмосфере и повысить производительность сделок.

- Twitter – социальная сеть мгновенных сообщений. Мгновенная рассылка Twitter позволяет сразу узнавать о любых изменениях в контенте, быстро реагировать на предложения и оперативно влиять на аудиторию. Twitter позволяет найти иностранных партнеров намного быстрее, чем другие сети, что обусловлено спецификой самой сети. С помощью Twitter можно повысить узнаваемость бренда, управлять имиджем и влиять на аудиторию, поэтому она отлично подходит для B2B-маркетинга.

Существуют и другие крупные социальные сети, такие как В контакте, Одноклассники, Google+, но они имеют высокий процент нецелевой аудитории, и применение методов SMM-продвижения в этих сетях требует использования различных инструментов SMO.

Следует также отметить, что особенности применения SMM на рынке B2B заключаются в возможности использовать отличительные особенности платформы с целью оптимизации показателей раскрутки. То есть специфика конкретной социальной сети может стать вашим преимуществом в SMM-продвижении. Выбор правильной платформы в сегменте B2B составляет половину успеха. Для этого важно изучить свою аудиторию, определить основные

направления деятельности компании и установить цель, чего вы хотите добиться от SMM. В последнее время актуальным становится продвижение в YouTube и Instagram. Эти социальные сети, как казалось, меньше всего подходят для раскрутки, но именно видео-контент теперь часто используется В2В-бизнесе. Тип контента тесно связан с видом социальной сети, что позволило разной аудитории использовать письменный, видео- и визуальный контент.

Сегмент В2В может по-разному использовать социальные сети:

- создать страницу бренда;
- оптимизировать сайт под социальную сеть;
- ведение блога с обновляющимся интересным контентом;
- моделирование страниц в соцсетях;
- создание вирусного контента;
- ведение адресной (прямой) рекламы;
- работа с отзывами и активностью пользователей.

Вид, форма, методы SMM-продвижения подбираются индивидуально. SMM настолько универсальный инструмент маркетинга, что его можно использовать для продвижения компаний любой специализации, прямого поиска поставщиков и партнеров, взаимодействия с клиентами и прочих целей, при этом эффективность SMM-маркетинга носит долговременный эффект. Для SMM требуется меньше бюджета, он позволяет решить любые бизнес-задачи. Удобный и доступный формат социальных сетей способствует оперативному взаимодействию участников В2В. Правильный выбор платформы и активное использование доступных функций позволят повысить рентабельность бизнеса, привлечь новых партнеров и клиентов и создать положительный имидж бренда при минимальных затратах. Продвижение В2В-компаний в социальных сетях позволяет получить обратную связь с партнером - а значит заключить сделку, что и являются целью SMM.

Список источников:

1. ДеМерс Дж. How To Choose The Right Social Media Networks For Your B2B Business / Маркетинг: перев. А. Антипенко. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketium.ru/prodvizhenie-b2b/>.
2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с. – Режим доступа: https://www.mann-ivanov-ferber.ru/assets/images/books/social_media_marketing/Marketing_v_sotssetyakh_glava_1.pdf.

Сусло Е.А.

ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ

Suslo E.A.

FEATURES OF THE STATE FORECASTING AND PLANNING IN RUSSIA

Сусло Екатерина Александровна*; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли», 302028, РФ, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12;
e-mail: 79611000350@yandex.ru

Suslo Ekaterina Aleksandrovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation;
e-mail: 79611000350@yandex.ru

В статье рассмотрены проблемы системы государственного планирования и прогнозирования социально-экономического развития нашей страны в связи с реализацией портфеля государственных программ, основанного на Федеральном законе «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

In the article the problems of the system of state planning and forecasting of social and economic development of our country are considered in connection with portfolio realization of the government programs based on the Federal law 'On 'Strategic Planning in the Russian Federation'.

Ключевые слова: планирование, прогнозирование, государственное управление, государственные программы.

Keywords: planning, forecasting, government, government programs.

Современная экономическая ситуация в России требует новых подходов к изучению роли государства в экономических процессах и поиску инструментов, позволяющих ему эффективно влиять на экономическое развитие. В условиях кризиса важнейшей задачей становится выбор механизма государственного планирования и прогнозирования, позволяющих направлять ресурсы в ключевые, национально значимые проекты и программы развития.

Важнейшим фактором обеспечения конкурентоспособности российской экономики в современных условиях является наличие эффективно функционирующей системы государственного стратегического управления.

Система государственного стратегического управления дает возможность:

1) формировать долгосрочные приоритеты деятельности государства в сфере социально-экономического развития, которые позволяют частным ком-

* *Научный руководитель: Макарова Татьяна Николаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: tanya.mak2010@yandex.ru*

паниям понизить риски, в том числе при принятии долгосрочных инвестиционных решений;

2) разворачивать долгосрочные решения (со сроком осуществления 7 и более лет) в комплекс средне- и краткосрочных задач, которые должны быть согласованы между собой;

3) балансировать планируемые действия, которые требуют внушительных организационных и ресурсных затрат (проекты в транспорте, энергетике, национальной безопасности, демографии, в области развития человеческого потенциала);

4) ориентировать субъектов РФ и муниципальных образований на деятельность в соответствии с поставленными долгосрочными целями;

5) увязывать принимаемые в ходе государственного стратегического управления решения с бюджетными ограничениями, определяемыми как на среднесрочную, так и на долгосрочную перспективу;

б) контролировать реализацию принимаемых решений.

К основным задачам, которые решаются Министерством при реализации стратегического планирования, относятся: формирование системы стратегического управления; разработка и мониторинг реализации Концепции долгосрочного социального и экономического развития России; оценка и анализ проектов по осуществлению базовых направлений деятельности Правительства РФ.

В настоящее время стратегический характер приобретает деятельность, которая направляется на преодоление кризисных экономических явлений. В данном направлении в соответствии с поручением Правительства РФ проводится активная деятельность по мониторингу мер, которые должны быть направлены на оздоровление экономики.

Эффективное функционирование системы стратегического управления особенно актуально на время финансового кризиса и дефицита Федерального бюджета. Формирование системы государственного стратегического управления дает возможность поменять подход к среднесрочному прогнозированию, привязать его к прогнозированию долгосрочных тенденций развития, обеспечить координацию разработки, реализации долгосрочных программ и стратегий развития России в целом, а также конкретных регионов и областей экономики. Кроме того, эта система дает возможность развивать механизмы «управления по результатам», которые обеспечивают четкую взаимосвязь между итогами деятельности органов государственной власти и бюджетными средствами, выделяющимися на их достижение.

В 2014 г. на смену ФЗ от 20 июля 1995 г. № 115-ФЗ «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития РФ», который был правовой основой государственного прогнозирования и программирования, пришел Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стра-

тегическом планировании в Российской Федерации». В законе определено, что планы должны носить реалистичный характер. Авторам программ следует исходить из вероятности достижения поставленных целей в установленные сроки с применением имеющихся ресурсов. При этом целям необходимо быть измеряемыми, другими словами должна присутствовать вероятность объективной оценки достигнутых результатов. Многие эксперты сравнивают эту систему с пятилетними планами, характерными для экономики советской России с 1928 г. Другие аналитики указывают на то, что в настоящее время элементы государственного планирования и прогнозирования применяют во многих странах (например, в Японии и США).

Особым направлением развития государственного прогнозирования и планирования экономики РФ является процесс перехода от сметного планирования бюджета и финансирования по разделам и ведомствам на программное направление составления федерального бюджета, основанное на формировании государственных программ. Российским правительством утвержден список долгосрочных государственных программ по разделам, порядок их разработки, осуществления и оценки эффективности, организована деятельность по подготовке данных программ. В основном в разработке и реализации программ принимают участие десятки ведомств, и для каждого определена сумма, которой ведомство имеет право распоряжаться.

Совместно с механизмом государственных программ сохраняется механизм финансирования федеральных и иных целевых программ. Государственная программа включает в себя федеральные и иные целевые программы, конкретные проекты и непрограммные мероприятия. По существу это новая классификация бюджета, которая направлена на повышение результативности государственных расходов. Данная классификация расходов дает возможность привести в соответствие количество денег, которое выделяется ведомству, с целями, которые при этом должны быть достигнуты. Результативность бюджетной реформы в дальнейшем будет зависеть от того, насколько верно сформулированы цели каждой госпрограммы, индикаторы достижения целей, список задач, нужные мероприятия и механизм оценки.

При реализации государственных проектов и программ появляются задачи, которые являются характерными для проектного финансирования. Так, для локализации рисков проектов наиболее эффективно формировать проектные компании, которые в определенных случаях и в определенных отраслях должны стопроцентно принадлежать государству (например, судебная система, национальная безопасность и т.п.). В некоторых случаях возможно применение механизма государственно-частного партнерства.

К одной из главных задач при реализации государственных программ и составляющих их проектов относят организацию эффективного мониторинга реализации программы (или проекта) на базе принципов управления портфе-

лем проектов и контроля денежных потоков и эффективности осуществляемой госпрограммы. В настоящее время разрабатывается специальный российский стандарт управления госпроектами и госпрограммами. Аналитический центр при российском правительстве внедрил автоматизированную комплексную систему мониторинга процесса реализации госпрограмм и проектов.

Бюджетирование по итогам предполагает оценку экономического эффекта от тех или иных расходов. Ведомствам для доказательства своих потребностей необходимо обосновать ожидаемые экономические итоги своей работы, которых они хотят достичь, и оценивать эффективность своей работы на базе сопоставления планируемого и фактического эффекта исполнения государственной программы.

При оценке бюджетного эффекта государственной программы (или проекта) требуется методическая проработка с учетом особенностей каждой стадии жизненного цикла госпрограммы (или проекта). Наряду с этим необходимо внедрять стандарты управления госпрограммами и национальными проектами на базе международных стандартов управления программами и проектами.

Перечнем госпрограмм РФ предусмотрены 45 государственных программ. Утверждена и исполняется 41 государственная программа (40 государственных программ утверждены Правительством РФ и 1 государственная программа утверждена Президентом РФ). На стадии разработки находятся 4 государственных программы. Все госпрограммы сгруппированы в пять программных блоков. Сводные ежегодные доклады о процессе исполнения и оценке результативности госпрограмм находят свое отражение в разделе «Стратегическое и инвестиционное планирование/Факты и цифры».

Охарактеризуем основные программные блоки.

В программный блок «Новое качество жизни» входят такие госпрограммы, как «Содействие занятости населения»; «Обеспечение доступным и комфортным жильём и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»; «Развитие здравоохранения»; «Развитие образования» на 2013-2020 гг.; «Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах» и пр.

Программный блок «Инновационное развитие и модернизация экономики» включает следующие госпрограммы: «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности»; «Развитие оборонно-промышленного комплекса»; Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.; «Развитие атомного энергопромышленного комплекса»; «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности»; «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 гг.»; «Развитие судостроения и техники для освоения шельфовых месторождений на 2015-2030 гг.» и др.

Программный блок «Обеспечение национальной безопасности» представлен следующими госпрограммами: «Обеспечение государственной безопасности» и «Обеспечение обороноспособности страны».

Программный блок «Сбалансированное региональное развитие» – это следующий ряд программ: «Государственная программа по оказанию содействия добровольному переселению в Российскую Федерацию соотечественников, проживающих за рубежом»; «Развитие федеративных отношений и создание условий для эффективного и ответственного управления региональными и муниципальными финансами»; Государственная программа «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя на период до 2020 года» и пр. Программный блок «Эффективное государство» представлен такими госпрограммами, как «Управление федеральным имуществом»; «Юстиция»; «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» и «Внешнеполитическая деятельность». Основные направления исполнения госпрограмм в 2015 г. соответствовали приоритетам социального и экономического развития, установленным стратегической и программной документацией российского правительства.

Однако необходимо выделить, что госпрограммы пока не стали базовым инструментом планирования и реализации федерального бюджета, который позволял бы в полной мере организовать и координировать работу участников бюджетного процесса. В связи с этим в ходе составления проекта федерального бюджета на 2017 г. и на плановые 2018 и 2019 гг. Правительством РФ предполагается апробация конкретных подходов по совершенствованию деятельности в области следующих госпрограмм [5]: «Развитие здравоохранения»; «Развитие образования на 2013-2020 гг.»; «Социальная поддержка граждан»; «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»; «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности»; «Развитие транспортной системы»; «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.»; «Развитие внешнеэкономической деятельности».

В отношении госпрограмм необходимо сделать следующие шаги [5]: пересмотреть значения ключевых целевых показателей (индикаторов) госпрограмм; корректировать значения целевых показателей (индикаторов) госпрограмм в случае роста объема бюджетных ассигнований на исполнение госпрограмм; представлять в Государственную Думу РФ совместно с проектом федерального закона «О федеральном бюджете на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов» проекты госпрограмм. Сейчас разработаны, утверждены и исполняются госпрограммы для всех государственных научных центров, каждый год проводится мониторинг реализации указанных госпрограмм.

Данные о распределении госпрограмм, которые включены в указанное

направление списка, по итогам анализа, проведенного Минэкономразвития РФ по критерию оценки достижения плановых значений показателей (индикаторов), представлены в таблице 1 [5].

Таблица 1 – Данные о распределении госпрограмм

Наименование госпрограммы	Ответственный исполнитель госпрограммы	Оценка показателей (индикаторов) госпрограммы
«Противодействие незаконному обороту наркотиков»	ФСКН РФ	100,0 %
«Развитие физической культуры и спорта»	Минспорт РФ	98,4 %
«Охрана окружающей среды» на 2012-2020 гг.	Минприроды РФ	96,1 %
«Обеспечение общественного порядка и противодействие преступности»	МВД РФ	94,6 %
«Социальная поддержка граждан»	Минтруд РФ	93,9 %
«Развитие образования» на 2013-2020 гг.	Минобрнауки РФ	93,3 %
«Развитие здравоохранения»	Минздрав РФ	90,6 %
«Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечение пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах»	МЧС РФ	79,5 %
«Доступная среда» на 2011-2020 гг.	Минтруд РФ	74,4 %
«Развитие культуры и туризма» на 2013-2020 гг.	Минкультуры РФ	73,8 %
«Содействие занятости населения»	Минтруд РФ	70,7 %
«Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации»	Минстрой РФ	47,7 %

В целях повышения точности оценки и качества макроэкономического эффекта при осуществлении госпрограмм Минэкономразвития РФ планирует активизировать деятельность по таким направлениям, как [5] модернизация нормативно-правовой методологической базы, направленная на поиск и введение методов оценки, которые позволяли бы анализировать макроэкономический эффект в совокупности подходов со стороны спроса и предложения; совершенствование модельного инструментария, включая разработку и введение моделей всеобщего равновесия и комплексных многосекторных моделей;

В ходе исполнения госпрограмм практически всегда появляются вопросы, связанные с целесообразностью внедрения изменений в нормативно-правовую базу разработки госпрограмм, предусматривающих разные дополнительные требования к показателям (индикаторам) и содержанию госпрограмм. Например, за период 2012-2016 гг. в Порядок вводились изменения одиннадцать раз. Данное число изменений в нормативно-правовую базу по разработке и исполнению госпрограмм в итоге отражается на качестве и содержании госпрограмм, а также ведет к усложнению их структуры и процессов разработки и анализа эффективности их исполнения.

Кроме того, несмотря на то, что действующей нормативной и правовой базой предусмотрено упрощение процедуры согласования госпрограмм посредством введения процедуры инициативного согласования, постоянно появляется проблема наделения отдельных органов исполнительной власти полно-

мочиями по согласованию госпрограмм.

Минэкономразвития РФ планирует в ближайшем будущем реализовать проработку проблемы нормативного закрепления критериев для определения специфических процедурных особенностей разработки и исполнения госпрограмм.

Вероятными моделями госпрограмм могут быть такие модели, как [5]:

- госпрограммы, которые могут быть ориентированы на социальный и экономический эффект (отраслевые госпрограммы);
- территориально-ориентированные госпрограммы, которые будут направлены на формирование отдельных территорий, в основном отражающих аналитические мероприятия, исполняемые на соответствующей территории в рамках отраслевых госпрограмм;
- сервисно-ориентированные (или обслуживающие) госпрограммы, направленные исключительно на осуществление текущей работы соответствующего федерального органа исполнительной власти, а также на достижение целей и ожидаемых итогов, сформированных обобщенно, без четких критериев и индикаторов оценки их достижения;
- другие госпрограммы, которые могут быть направлены на решение конкретной задачи политики государства.

Специфика данных программ требует переоценки существующей методологической базы, развития планов их исполнения и детальных планов-графиков, отчетных материалов, методик анализа эффективности их исполнения.

Необходимо выделить, что в настоящее время действует объективная необходимость внедрения изменений в бюджетное законодательство России в области введения в него программно-целевого принципа планирования расходов федерального бюджета. Данный принцип заключается в необходимости наиболее результативного распределения имеющихся финансовых ресурсов в целях наибольшего достижения запланированных целей и ожидаемых итогов госпрограмм, а также детального закрепления полномочий ответственных исполнителей, соисполнителей госпрограмм и порядка их взаимосвязи.

Не решая выявленных проблем, на практике невозможно реализовывать поставленные в Послании Президента РФ Федеральному Собранию РФ от 3 декабря 2015 г. задачи, которые заключаются в том, что каждый бюджетный цикл следует начинать с детальной фиксации приоритетов и вернуть главенствующую роль госпрограмм в бюджетном процессе.

Исследование эффективности любой государственной программы представляет собой сложную комплексную задачу. Анализ эффективности необходимо проводить по совокупности трех параметров: результативности, рентабельности и экономности расходов. Также важен учет вероятностного значения выполнения программных мероприятий.

Таким образом, на рубеже XX и XXI вв. объективно возникло противоре-

чие между возрастающими требованиями к качеству программных документов в области программно-целевого планирования развития сложных технических систем и необходимостью использования современных методов и технологий их обоснования. Именно поэтому методология обоснования госпрограмм настоятельно требует дальнейшего совершенствования, в том числе на основе принципов самоорганизации.

Список источников:

1. Кузнецова Е.И. Проблемы методологии стратегического анализа в государственном стратегическом планировании: методы анализа // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – №1. – С. 18-22.
2. Никонова И. Проектный анализ и проектное финансирование [Электронный ресурс]. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 154 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279820>.
3. Нормативное и методологическое обеспечение разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/mines/activity/sections/GovPrograms/>.
4. Попов Ю.Н. О задачах и путях преодоления концептуального монополизма в разработке государственных стратегий социально-экономического развития // Менеджмент и бизнес-администрирование. – 2012. – № 3. – С. 4-12.
5. Портал Госпрограмм РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://programs.gov.ru/Portal/analytics/quarterReportToGovernment>.
6. Тупчиенко В.А. Государственная экономическая политика [Электронный ресурс]. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 663 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114696>.
7. Уланова А.А., Макарова Т.Н. Кадровое планирование в государственных учреждениях // Инновационные технологии научного развития. – 2016. – С. 220-225.
8. Чулков А.С. Проблемы применения программно-целевого бюджетирования в регионах Российской Федерации и пути их решения // Финансы и кредит. – 2016. – № 34. – С. 26-36.

УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

ПОРЯДОК РАССМОТРЕНИЯ И РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ НАУЧНЫХ СТАТЕЙ

1. Редакция журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» принимает к рассмотрению только материалы, поступившие по электронной почте. Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журналах ОрелГУЭТ.

2. Редакция журналов ОрелГУЭТ принимает к рассмотрению статьи и материалы, отражающие научные взгляды, результаты и достижения фундаментальных и теоретико-прикладных исследований в области экономики и других социально-гуманитарных наук, а также отдельных направлений естественно-технических наук (математики, информатики, товароведения, технологии и гигиены питания). Материалы, не соответствующие по тематике перечисленным предметным областям, к рассмотрению не принимаются.

3. Каждая научная статья должна иметь рецензию специалиста соответствующего научного профиля (доктора наук, профессора). Кроме этого, при условии публикации статей аспирантов, соискателей ученой степени кандидата наук должна быть представлена рекомендация научного руководителя.

4. Главный редактор журнала направляет статью на рецензирование члену редакционного совета, курирующему соответствующее направление / научную дисциплину. При отсутствии члена редсовета или поступлении статьи от члена редакционного совета главный редактор направляет статью для рецензирования внешним рецензентам.

5. В качестве рецензентов рукописей статей, поступающих для публикации, привлекаются известные специалисты в данной предметной области, имеющие в течение последних трех лет публикации в рецензируемых источниках по рассматриваемой тематике. К рецензированию рукописей статей научных работников привлекаются специалисты с соответствующей или более высокой ученой степенью.

6. Рецензент должен рассмотреть направленную статью в течение 2-х недель с момента получения и направить в редакцию (по e-mail, почтой РФ) мотивированный отказ от рецензирования или рецензию.

7. После получения рецензий на очередном заседании редакционного совета рассматривается вопрос о поступивших статьях и принимается окончательное решение на основе оценки рецензии об опубликовании или отказе в опубликовании статей. На основе принятого решения авторам направляется письмо (по e-mail, почтой РФ) от имени ответственного редактора журнала. В письме дается общая оценка статьи, если статья может быть опубликована после доработки / с учетом замечаний – даются рекомендации по доработке / снятию замечаний, если статья не принимается к опубликованию – указываются причины такого решения.

8. Рецензии хранятся в редакции в течение 5 лет. При поступлении запроса в Министерство образования и науки Российской Федерации могут быть предоставлены копии рецензий. По запросам авторов рукописей и экспертных советов ВАК редакция предоставляет соответствующие рецензии по статье без указания Ф.И.О. рецензентов.

9. Статья, направленная автором в редакцию после устранения замечаний, проходит повторное рецензирование у члена общей или специализированной редакционной коллегии, осуществившего первичное рецензирование данной статьи.

10. Привлечение внешних рецензентов возможно в следующих случаях: когда отсутствует член редсовета, курирующий определенное направление научную дисциплину; член редакционного совета не имеет возможности подготовить рецензию; редакционный совет не соглашается с мнением высказанным в рецензии члена редсовета; поступает статья от члена редакционного совета.

ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ:

1. Заглавие не должно быть слишком длинным, но полностью отвечать содержанию статьи.

2. Статьи должны носить, как правило, аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо завершить выводом и предложениями.

3. В статье рекомендуется привести ссылки на литературные источники и приведенные в ней статистические данные. Ссылки следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления».

4. Обязательным является список литературы. Он приводится в конце рукописи в алфавитном порядке по фамилиям авторов в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008).

5. К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1 печатного листа (10000-40000 знаков).

6. Количество авторов (соавторов) статьи – не более 3 человек. В одном номере публикуется не более 2 статей одного автора (соавтора). Статьи аспирантов должны сопровождаться рекомендацией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой.

7. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами. Автор, направляя рукопись в редакцию, принимает личную ответственность за оригинальность исследования (не менее 70%), поручает редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати.

8. Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность указания всех приведенных сведений, оригинальность присланных материалов, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований. Авторы публикуемых материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Авторы дают согласие на обработку редакцией своих персональных данных, в соответствии с требованиями Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных» и размещение полного текста статьи в сети Интернет на официальных сайтах журнала «Научные записки ОрелГИЭТ» (http://orelgiet.ru/public/Nauchnye_zapiski_Orel_GIET), Научной электронной библиотеки (www.elibrary.ru), а также в российских и иностранных научных базах данных и электронных библиотеках (ст. 1286 и 1238 Гражданского Кодекса Российской Федерации).

9. Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.

Редакция оставляет за собой право отклонять присланные работы, если они не соответствуют профилю журнала, редакционным требованиям, нормам научной этики, либо нарушают законодательство РФ.

Более подробно требования к публикуемым статьям изложены на интернет-странице РИО ОрелГУЭТ http://orelgiet.ru/public/Usloviya_publicatsii.

**МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ,
НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

TABLE OF CONTENTS

Voronkova I.E. Editorial Column	5
---	---

MANAGEMENT AND MARKETING

Armanshina G. R., Motina S.E., Sergeev K.Ju. The modern concept of competitive strategies	6
---	---

Pjanova N.V., Tretjakova N.A. Competitive strategy in the system of the organization's competitiveness control	13
--	----

Goloktionova Ju.G., Vasiljeva O. B, Klochkov D.Ju. Strategic planning as the tool of management of the industrial enterprise development	21
--	----

Makarova T.N., Iljushina E.V. Maintenance of sustainable development of entrepreneurial structures in the Russian Federation	34
--	----

ECONOMY, ORGANIZATION AND MANAGEMENT

Lisichkina N.V., Armanshina G. R, Komissarova E.A. Macroeconomic planning as the management tool of scientific and technical development of national economy	43
--	----

Orlova S.A., Kucherova M.V. The concept of economic crime and classification of its reasons	57
---	----

Potapova E.V., Bashakina S.V. Fundraising as the source of investments in the sphere of culture	63
---	----

Chukanov A.I. Research of development unevenness of hypothecary housing crediting in the regions of Russia	71
--	----

INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES

Bairamgeldiev B.B. Information technologies of the motor transport enterprise management	82
--	----

Smagina I.V., Kovaleva D.V. Automation of the interim warehouse with Qguar WMS Pro	89
--	----

TECHNOLOGY AND COMMODITY RESEARCH

Merkulov A.I., Stepanenko N.M., Belova V.I. The research of the possibility of nonconventional raw materials use in sugar cookies technology	98
--	----

Merkulova E.G., Timonicheva E.S., Shchigartsova V.V. Studying of physical and chemical quality indicators of pizza dough from spelt, soya and oat flour	108
---	-----

THE SCIENCE OF THE FUTURE

Chervyakov J.A. Enterprise's business processes, their estimation and description methods	115
---	-----

TABLE OF CONTENTS

Gerchenova S.V.

Advancement of tourist territories: the concept and the basic stages **122**

Shlyakov R.I.

Features of SMM application in B2B market **127**

Suslo E.A.

Features of the state forecasting and planning in Russia **133**

AUTHORS GUIDELINES

141