



НОВГОРОДСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО

НАУКА, БИЗНЕС, ВЛАСТЬ – ТРИАДА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

*Сборник статей
VI Международной научно-практической конференции
Великий Новгород, 20 апреля 2021 года*



**ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД
2022**

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«НОВГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ЯРОСЛАВА МУДРОГО»

НАУКА, БИЗНЕС, ВЛАСТЬ – ТРИАДА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

*Сборник статей
VI Международной научно-практической конференции
Великий Новгород, 20 апреля 2021 года*

ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД
2022

УДК 338.24
ББК 65.050

Печатается по решению
РИС НовГУ

Рецензенты:

доктор экономических наук, профессор **Н. Ю. Омарова**
(Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого)
доктор экономических наук, профессор **И. И. Костусенко**
(ООО «Бизнес Центр «Планета», г. Великий Новгород)

Редакционная коллегия:

Р. А. Тимофеева (отв. ред.); М. М. Омаров (отв. ред.);
И. С. Алексина; Е. С. Афанасьева

Наука, бизнес, власть – триада регионального развития: сборник
НЗ4 статей VI Междунар. науч.-практ. конф. Великий Новгород, 20 апреля
2021 г. / НовГУ им. Ярослава Мудрого. – Великий Новгород, 2022. –
157 с.

ISBN 978-5-89896-779-6

DOI: 10.34680/978-5-89896-779-6/2022.triad

В сборник включены статьи, представленные в рамках VI Международной научно-практической конференции «Наука, бизнес, власть – триада регионального развития», состоявшейся 20 апреля 2021 года в НовГУ, г. Великий Новгород.

В ходе конференции докладывались результаты научных исследований по приоритетным направлениям развития мировой и российской экономики, состоялось конструктивное профессиональное обсуждение широкого круга научных проблем и результаты передовой практики организации маркетинга в системе предпринимательства и в различных сферах деятельности субъектов региональной экономики.

Сборник предназначен для преподавателей высшей школы, студентов, аспирантов, предпринимателей, руководителей и специалистов региональной государственной службы.

УДК 338.24
ББК 65.050

ISBN 978-5-89896-779-6

© Новгородский государственный
университет им. Ярослава
Мудрого, 2022
© Авторы статей, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	5
Аксёнов И.А. Электронная таможня в условиях цифровой экономики.....	7
Александров И.О. Влияние пандемии COVID-19 на развитие экономики Канады.....	10
Александров И.О., Браславская М.Н., Шуршилова А.П. Влияние цифровизации на формирование устойчивых конкурентных преимуществ российской промышленности	20
Афанасьева Е.С., Барсукова К.А. Ребрендинг: его суть, зачем необходим, его основные преимущества и к чему может привести	29
Барков В.В., Алексина И.С. Внедрение Lean-технологий в систему государственного управления Новгородской области	35
Жалнина П.А., Науменко Н.В. Управление системой образования в Санкт-Петербурге.....	45
Заврумова Б.З. Цифровая коммерция: сервисно-доминантная логика и создание ценности.....	52
Кукушина О.С., Александрова Е.С. Комплексный анализ и объективная оценка вероятности банкротства предприятия в условиях экономической нестабильности	60
Куприянова Т.Н., Никифорова Е.П. Методические подходы и инновационные технологии в организации надомного социального обслуживания пожилого населения.....	68
Логутова С.В. Преимущества и недостатки франчайзинга в аспекте современных реалий	75
Михалёв Д.А., Кузьмина Д.В. Бизнес-планирование для диверсификации деятельности предприятия	82
Монгуш Д-Д.М. Формирование эстетического воспитания молодёжи посредством спортивных тренировок.....	86

Назаралиев С.Б. Экономические отношения России и Азербайджана на современном этапе	89
Науменко Н.В., Афанасьева Е.С. Конкурентоспособность предпринимательских структур на рынке Новгородской области	93
Науменко Н.В., Омаров М.М. Инновационные технологии как способ повышения конкурентоспособности организации.....	97
Монгуш К.О. Тенденции развития рынка клининговых услуг и перспективы создания клининговых компаний	103
Окомина Е.А., Руденко М.А., Львова Е.А. Инновационная деятельность как одно из главных условий модернизации экономики	108
Ондар А.А. Бизнес-план по развитию спортивно-оздоровительной активности населения республики Тыва	115
Отставнова Л.А. Система отношений «человек-производство»: технологические тренды в период пандемии	120
Сергеева Т.Л., Калининина Е.В. Роль КРІ в управлении деятельностью организации	126
Тимофеева Р.А., Омаров М.М., Саюнова Т.А. Интеграция пространства детского технопарка «Кванториум» с производством для целей развития региона	132
Тимофеева Р.А., Ярышкин В.А. Создание организационно-ресурсных условий для эффективной деятельности строительных компаний в городе Великие Луки	137
Шилинскайте И.А. Использование элементов геймификации в организации процесса адаптации.....	144
Юрина Н.Н. Внедрение цифровых технологий в деятельность организаций отрасли растениеводства	150

ПРЕДИСЛОВИЕ

Состоявшаяся в апреле 2021 года, несмотря на значительные ограничения, связанные с противодействием распространения новой коронавирусной инфекции, в онлайн формате VI Международная научно-практическая конференция «Наука, бизнес, власть – триада регионального развития», явилась последовательным продолжением работы Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого по обсуждению новых направлений развития социально-экономических систем, проблем цифровой экономики и креативной индустрии, рисков происходящих трансформационных процессов.

Программный комитет конференции возглавил доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета Александр Карлик, который многие годы успешно руководил научной деятельностью столь известного в мировом научном сообществе вуза. В Программный комитет также вошли учёные Владимирского государственного университета имени А.Г. и Н.Г. Столетовых, Нижегородского государственного университета имени Н.И. Лобачевского, Санкт-Петербургского государственного аграрного университета, предпринимательское сообщество представлял руководитель группы компаний «Инжкомсервис» Игорь Зуев, а иностранных учёных – доцент Азербайджанского государственного экономического университета Рамин Назаралиев.

Сборник статей, сформированный по результатам конференции, позволяет получить достаточно полную картину научной активности участников конференции.

Рассматривая отдельные направления научных работ, представленных в сборнике, прежде всего необходимо обратить внимание на блок статей, посвящённых нарастающим процессам цифровизации во всех сферах жизнедеятельности человека (Аксёнов И.А., Браславская М.Н., Заврумова Б.З., Омаров М.М., Саюнова Т.А., Тимофеева Р.А., Шилинскийте И.А., Шуршилова А.П., Юрина Н.Н.). Важно отметить, что в данных статьях рассматривается значительный пласт возникающих вопросов при разработке, внедрении и последующем использовании инструментов цифровизации.

Другой значимый блок – инновационные решения хозяйствующих субъектов в современных реалиях неопределённости и рисков, турбулентности и волатильности (Александрова Е.С., Алексина И.С., Афанасьева Е.С., Барков В.В., Барсукова К.А., Кукушина О.С., Куприянова Т.Н., Логутова С.В., Львова Е.А., Монгуш К.О., Науменко Н.В., Никифорова Е.П., Окомина Е.А., Руденко М.А., Ярышкин В.А.). Особенностью этой группы работ является стремление доказать правомерность использования различных методологических подходов и математических инструментов для точного описания и

предвидения развития экономических процессов, фундаментально меняющих принципы и методы прошлого.

К данной группе статей примыкают статьи, посвящённые ситуации распространения коронавируса и нивелирования пандемийных противоречий (Александров И.О., Отставнова Л.А.). Актуальность данного направления исследований не подлежит сомнению.

Впервые на конференции, начало которой было положено в 2014 году инициативой двух профессоров – шведского университета г. Уппсала Пэра Линда и российского университета г. Великий Новгород Риммы Тимофеевой, и имевшей западно-скандинавский уклон, представлены результаты исследований учёных из Азербайджана и Монголии, а также республики Тува.

Работа конференции получила соответствующее освещение в средствах массовой информации, рассматривавших её как один из весьма важных научных форумов, проводимых ежегодно на родине российской государственности, Великом Новгороде, а регулярность проведения конференций была оценена как свидетельство развивающегося творческого сотрудничества учёных Великого Новгорода с отечественными и зарубежными коллегами.

Необходимо отметить, что в рамках конференции проходил уже четвёртый конкурс студенческих работ, в котором приняли участие студенты как бакалавриата, так и магистратуры из разных высших учебных заведений. В 2021 году впервые, помимо традиционных первого, второго и третьего места, были учреждены номинации аналитик, методолог, проблемщик, эстет, энциклопедист, информатор и энтузиаст, что связано со всё большим количеством участников конкурса.

Будем надеяться, что материалы конференции будут актуальными как для специалистов, так и для широкого круга читателей, и будут способствовать дальнейшему развитию исследований в сфере экономики и управления социально-экономическими системами.

Доктор экономических наук,
профессор НовГУ

Римма Тимофеева

УДК 339.9

DOI: 10.34680/978-5-89896-779-6/2022.triad.01

ЭЛЕКТРОННАЯ ТАМОЖНЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аксёнов И.А.

Владимирский государственный университет им. Александра Григорьевича
и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

ELECTRONIC CUSTOMS IN THE DIGITAL ECONOMY

Aksenov I.A.

Vladimir State University named after Alexander Grigorievich
and Nikolai Grigorievich Stoletovs, Vladimir, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности создания электронной таможни как элемента развития цифровой экономики. Определяется трансформация задач и особенностей осуществления основных функций современных таможенных органов. Отражается сущность и показатели развития цифровой экономики. Определяются технические условия развития электронной таможни в условиях цифровой экономики. Выявляются технические возможности таможенных органов и систематизируется набор этапов развития электронной таможни.

Ключевые слова: электронная таможня, цифровая экономика, цифровые данные, таможенные операции.

Abstract. The article discusses the features of creating an electronic customs office as an element of the development of the digital economy. The transformation of tasks and features of the implementation of the main functions of modern customs authorities is determined. The essence and indicators of the development of the digital economy are reflected. The technical conditions for the development of electronic customs in the digital economy are determined. The technical capabilities of customs authorities are identified and a set of stages in the development of electronic customs is systematized.

Keywords: e-customs, digital economy, digital data, customs operations.

Основной задачей таможенных органов любой страны является регулирование входящего и исходящего товаропотока с помощью установленного набора инструментов. В последнее десятилетие наблюдается стремительный рост торговли, экономических и иных операций, производимых в электронной форме с использованием сети «Интернет». Данный факт потребовал незамедлительной трансформации многих систем государственного управления, включая таможенную.

Специалисты таможенного дела и таможенного права сходятся во мнении, что глобальная среда, в которой осуществляют свои функции таможенные органы, изменилась и теперь определяется такими факторами как взаимная торговля транснациональных и иных корпораций, изменение требований безопасности в международной торговле, неуклонно растущий объем отправок, уровень использования информационных и коммуникационных технологий в рамках электронной торговли, степень взаимодействия таможенных администраций стран мира [1].

Для исследования особенностей работы электронных таможен в условиях цифровой экономики необходимо определить ее сущность. Поскольку цифровизация экономики страны производится поэтапно и согласно государственным программам, то приоритетным следует считать именно то толкование цифровой экономики, на базе которого происходит трансформация.

Основными показателями развития цифровой экономики являются:

– эффективное внутреннее и трансграничное взаимодействие государства, граждан, бизнеса и научного сообщества;

– налаженные институциональные и инфраструктурные условия для распространения цифровых данных;

– повышение конкурентоспособности российской экономики.

Электронные таможни РФ, созданные в соответствии с требованиями и вызовами цифровизации экономики, в своей деятельности отвечают перечисленным условиям, что и определяет следующие особенности их функционирования:

1. Деятельность электронной таможни базируется на цифровых данных.

2. Необходимость постоянного поддержания технической инфраструктуры.

Создание технически подходящих условий – неотъемлемая часть функционирования электронной таможни. Техническое переоборудование имело место с созданием центров электронного декларирования, но с появлением электронных таможен потребовалась значительная модернизация.

3. Стремление к глобальному информационному обмену.

Налаживание технических возможностей таможенных органов, параллельно с аналогичной работой в иных органах исполнительной власти, обуславливают наращивание их взаимодействия. Неотъемлемым элементом электронной таможни является объединение информационных возможностей всех контролирующих органов: ФТС России, Федеральной налоговой службы, Россельхознадзора и Роспотребнадзора, транспортного и пограничного контроля. В перспективе все эти ведомства должны будут как давать информацию, так и брать оттуда всю необходимую информацию.

Следующим этапом развития электронной таможни будет цифровая таможня, где на основе модернизации технологий и нормативного обеспечения предполагается глобальный информационный обмен необходимыми таможенными данными. Такой подход сложно реализовать и в ближайшей, и в

среднесрочной перспективе, однако, уже сейчас происходит упомянутая интеграция в рамках региональных объединений стран мира.

4. Усиленное внимание к безопасности международной торговли.

Возникновение необходимости трансформации таможенной деятельности в цифровой формат связано с резко возросшими объемами интернет-торговли.

5. Повышение эффективности таможенной деятельности как одна из задач создания электронной таможни.

Данный подход отражает цели цифровизации экономики и достигается за счет ускорения совершения таможенных операций, повышения их прозрачности, снижения уровня коррупции и сокращения количества судебных споров участников ВЭД и таможенных органов.

В материалах Всемирной таможенной организации отражено видение, согласно которому, к обязательным элементам электронной таможни относятся следующие:

– перевод документов, необходимых для осуществления таможенных операций в цифровой формат, их дематериализация;

– автоматизация рабочих процессов, реализация формата 24/7;

– электронный формат уплаты таможенных платежей;

– электронный формат расчета подлежащих уплате таможенных платежей;

– наличие ряда услуг, доступных участникам ВЭД в «мобильном» формате;

– возможность электронного возврата товара и уплаченных за него таможенных платежей;

– система электронного декларирования;

– проведение контрольных мероприятий на территории участника ВЭД;

– наличие механизма упрощенной таможенной очистки.

Представленные данные еще раз свидетельствуют о том, что разрабатываемая в рамках ВТамО концепция цифровой таможни подразумевает более масштабную цифровизацию, чем та, которая осуществляется в настоящее время на территории России.

Таким образом, развитие электронной торговли и цифровизация экономической деятельности привели к необходимости поэтапной трансформации таможенной системы. Первым шагом к такой трансформации стало введение электронного декларирования, затем создание центров электронного декларирования в каждом регионе таможенной деятельности. Сейчас формируются и функционируют электронные таможни, чья операционная деятельность находится в полном соответствии с политикой цифровизации экономики.

1. Анисимов В.Г. Методологические положения цифровизации контрольной деятельности таможенных органов // Финансовая экономика. 2020. № 4. С. 7–11.

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ КАНАДЫ

Александров И.О.

Социально-экономический институт СГТУ им. Гагарина Ю.А., г. Саратов, Россия

E-mail: antinomius@mail.ru

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE CANADIAN ECONOMY

Aleksandrov I.O.

Social Economic Institute of the Saratov State Technical University named after Gagarin Yu.A.,
Saratov, Russia

E-mail: antinomius@mail.ru

Аннотация. В статье проведён анализ влияния пандемии COVID-19 на развитие экономики Канады. Выделены основные перспективы развития канадской экономики и возможности её дальнейшего роста. Показано влияние последствий пандемии COVID-19 на динамику основных макроэкономических показателей Канады. Проанализированы сдвиги в отраслевой структуре страны. Рассмотрена многовекторная направленность программ и планов канадского правительства по преодолению последствий коронавирусной инфекции COVID-19. Проанализированы особенности реализации Плана экономического реагирования на COVID-19 на федеральном и местном уровнях. Показаны ключевые направления антикризисной политики Канады и степень реализации программ и планов по преодолению последствий пандемии COVID-19. Обозначены специфические проблемы канадской экономики, образовавшиеся в результате наступления пандемии COVID-19 и возможные перспективы дальнейшего экономического роста канадской экономики после преодоления рецессии и возврата производственных мощностей на докризисный уровень.

Ключевые слова: экономика Канады, пандемия COVID-19, денежно-кредитная политика, ограничительные меры, антикризисная стратегия, механизмы поддержки экономики.

Abstract. The article analyzes the impact of the COVID-19 pandemic on the Canadian economy's development. The key prospects for the development of the Canadian economy as well as the opportunities for its further growth are highlighted. The impact of the aftermath of the COVID-19 pandemic in terms of the dynamics of the main macroeconomic indicators of Canada is shown. The alterations in the country's industry structure are analyzed. The multi-vector orientation of the programs and plans of the Canadian government towards overcoming of the consequences of the coronavirus infection COVID-19 is considered. The features of the implementation of the Economic Response Plan for COVID-19 at the federal and local levels are analyzed. The core directions of Canada's anti-crisis policy as well as the degree of implementation of programs and plans to overcome the aftermath of the COVID-19 pandemic are shown. The specific issues of the Canadian economy emerged from the onset of the COVID-19 pandemic alongside the possible

prospects for further economic growth of the Canadian economy after overcoming the recession and returning production capacity to the pre-crisis level are identified.

Keywords: Canadian economy, COVID-19 pandemic, monetary policy, restrictive measures, anti-crisis strategy, economic support mechanisms.

Канада представляет собой крупнейшее федеративное государство в Северной Америке, формально являющееся конституционной монархией, в котором широко развита самостоятельность провинций и органов региональной исполнительной власти. В настоящее время страна состоит из 10 автономных провинций: Онтарио, Альберта, Квебек, Британская Колумбия, Манитоба, Новая Шотландия, Нью-Брансуик, Ньюфаундленд и Лабрадор, Остров Принца Эдуарда и Саскачеван, а также 3 территорий: Нунавут, Северо-Западные территории и Юкон. Население страны составляет около 38 млн чел.

Канада является высокоразвитым постиндустриальным государством с развитой экономикой и занимает одно из ведущих мест в мировом хозяйстве, которое было достигнуто благодаря многим историческим факторам и особенностям развития. Канада создала собственную модель развития, которая позволяет ей находиться на передовых позициях по многим показателям среди других стран.

Страна активно занимается развитием своих внешнеэкономических связей, в том числе с помощью взаимодействия и сотрудничества в инновационной сфере [1, с. 32]. Канада также содействует сохранению и развитию объединения НАФТА (с 2020 года – USMCA), где экономические связи включают в себя научно-техническое, инвестиционное и военное сотрудничество.

С наступлением пандемии COVID-19 в начале 2020 года Канада столкнулась с множеством вызовов и трудностей, характерных для всех стран мира. Несмотря на развитость экономики, сильные демократические институты и эффективность управления на федеральном и территориальном уровнях, пандемия стала главной угрозой не только жизни людей, но и стабильности экономической и политической системам [2].

Канада оперативно среагировала на приближающуюся угрозу коронавирусной инфекции COVID-19 и смогла справиться с первой волной пандемии значительно успешнее, чем США. Так, через три дня после объявления Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) о начале пандемии 11 марта 2020 года, правительство Канады начало предпринимать первичные меры по снижению риска распространения заболевания внутри страны и возвращению своих граждан на родину [3, с. 65].

25 марта 2020 года канадским парламентом был принят «Закон о чрезвычайном реагировании на COVID-19» (Bill C-13), который позволил правительству выделить значительные средства на борьбу с пандемией и её последствиями для социально-экономического развития страны. Одновременно с принятием данного закона были внесены изменения и поправки в законы, регулирующие правоотношения в различных сферах (жилищной, ипотечного

кредитования, страхования вкладов и т.д.), позволяющие ведомствам своевременно реагировать на любые изменения и оказывать поддержку отдельным гражданам и уязвимым группам населения.

В соответствии с «Законом о чрезвычайном реагировании на COVID-19» также были введены в действие такие нормативно-правовые акты как «Закон о пособиях в связи с чрезвычайными ситуациями» (Canada Emergency Response Benefit Act) и «Закон о платежах за мероприятия в области общественного здравоохранения, имеющих национальное значение» (Public Health Events of National Concern Payment Act).

11 апреля 2020 года парламент Канады принял «Второй закон о чрезвычайном реагировании на COVID-19» (Bill C-14), регламентирующий ряд поправок в «Закон о подоходном налоге», что позволило правительству выделить субсидии на выплаты заработных плат и пособий, а также поправки в «Закон о финансовом управлении», ограничивших срок действия некоторых его положений до 30 сентября 2020 года [4].

После согласования и принятия всех необходимых нормативно-правовых актов правительство Джастина Трюдо стало реализовывать разработанный «План экономического реагирования на COVID-19» (COVID-19 Economic Response Plan), в рамках которого уже 15 апреля было объявлено о выделении 107 млрд кан. долл. на поддержку граждан и бизнеса, попавших в сложное финансовое положение в период пандемии [5].

Канадский «План экономического реагирования на COVID-19» осуществляется по пяти основным направлениям, включающим в себя:

1) Поддержку физических лиц за счёт программ помощи:

– отдельным людям, потерявшим работу, или рабочие часы которых сократились вследствие пандемии, а также их семьям по программе предоставления «пособий по чрезвычайному реагированию» (Canada Emergency Response Benefit – CERB);

– студентам высших учебных заведений и недавним выпускникам (удвоение размеров студенческих грантов, расширение программы кредитования для студентов, продление федеральных стипендий для аспирантов и т.д.);

– людям с ограниченными возможностями (единовременная выплата в размере 600 кан. долл.);

– пожилым людям (единовременная необлагаемая налогом выплата в размере 300 кан. долл. для людей, имеющих право на пенсию по старости (Old Age Security), и 200 кан. долл. для тех, кто имеет право на гарантированную надбавку к доходу (Guaranteed Income Supplement));

– общинам коренного населения (выделение 380 млн кан. долл. Фонду поддержки коренных общин на удовлетворение неотложных потребностей различных слоёв населения из числа коренных народов, а также 285,1 млн кан. долл. на решение проблем в сфере здравоохранения в общинах, 270 млн кан. долл. на покрытие расходов на проживание отдельным лицам и семьям и

44,8 млн кан. долл. на строительство приютов для переживших насилие женщин).

2) Поддержку канадских неправительственных и благотворительных организаций за счёт:

- выделения финансирования организациям, предоставляющим основные услуги нуждающимся;

- финансирования подобных организаций, действующих на федеральном, региональном или местном уровнях, с целью повышения доступности продовольствия и предметов первой необходимости среди населения;

- централизованной финансовой поддержки местных организаций и фондов, оказывающих услуги гражданам пенсионного возраста;

- оказания помощи людям без определённого места жительства посредством выделения финансирования инициативы Reaching Home (стратегия борьбы с бездомностью, предполагающая предоставление финансирования городским, коренным, сельским и отдалённым общинам);

- поддержки людей с ограниченными возможностями посредством финансирования подобных организаций для повышения доступности рабочих мест и создания механизмов работы на дому.

3) Поддержку бизнес-сообщества за счёт программ по:

- предотвращению массовых увольнений, проведению переподготовки кадров и созданию новых рабочих мест;

- предоставлению отсрочки по уплате налогов и сборов без начисления процентов или наложения штрафов;

- предоставлению финансовой помощи, займов и повышению доступности кредитов;

- оказанию адресной поддержки молодым предпринимателям и предпринимателям женского пола;

- предоставлению помощи индивидуальным предпринимателям через пособия на случай чрезвычайной ситуации (CERB) и программу отложенных налоговых платежей;

- поддержке малых и средних предпринимателей из числа коренного населения.

4) Поддержку отдельных секторов экономики:

- сельского хозяйства и продовольственной сферы (выделение финансирования в размере 252 млн кан. долл. на программы помощи фермерам, производителям продуктов питания и перерабатывающим предприятиям, а также запуск программы, направленной на закупку излишков продовольствия для его последующего перераспределения местным продовольственным организациям);

- аквакультуры и рыболовства (выделение средств на помощь хозяйствам по соблюдению необходимых мер по обязательной изоляции прибывающих из-за границы работников, запуск программы пособий и грантов для

индивидуальных предпринимателей, а также выделение 62,5 млн кан. долл. на всестороннюю поддержку данного сектора);

– энергетического сектора (выделение целевого финансирования властям ряда провинций в размере 1,72 млрд кан. долл. и реализация программы по повышению доступности кредитов для средних предприятий в энергетическом секторе);

– сферы авиаперевозок (освобождение аэропортов от арендной платы за землю с марта по декабрь 2020 года и предоставление финансирования некоторым административным единицам с целью сохранения рентабельности авиаперевозок);

– культуры и спорта (создание Фонда поддержки в чрезвычайной ситуации в размере 500 млн кан. долл. для оказания финансовой помощи культурным и спортивным организациям);

– академического сообщества и научных исследований, в том числе в сфере медицины (гарантия выплаты 75% заработной платы сотрудникам, покрытие 75% расходов на научно-исследовательские программы, поддержка национальных исследовательских программ в сфере медицины, выделение более 720 млн кан. долл. на различные медицинские исследования и т.д.).

Помимо вышеуказанных программ поддержки и правительственной помощи канадским правительством также были разработаны планы по сохранению рабочих мест и платёжеспособности в наиболее уязвимых секторах экономики, в том числе за счёт федеральной финансовой помощи провинциям и территориям в размере более 19 млрд кан. долл.

Однако, несмотря на то, что к апрелю 2020 года правительством страны была создана необходимая инфраструктура вместе с определением основополагающих принципов и подходов по борьбе с коронавирусной инфекцией COVID-19 при постоянном мониторинге распространения COVID-19 многими канадскими ведомствами, экономика страны оказалась в значительном кризисе, хотя и в меньшем, чем в США или некоторых странах Западной Европы [6].

В апреле 2020 года общий объём канадского экспорта упал на 29,1% по сравнению с предыдущим месяцем. Постепенное восстановление прежних показателей экспорта началось лишь в конце мая 2020 года по мере поэтапного снятия ограничений, вызванных коронавирусной инфекцией COVID-19 [7, с. 81]. В июне 2020 года экспорт Канады увеличился на 17%, а импорт на 21% по сравнению с показателями мая 2020 года. На 76,2% увеличились поставки автомобилей, моторов, узлов и частей к ним, что говорит о постепенном восстановлении трансграничных производственных цепочек.

По итогам июня 2020 года также увеличился экспорт энергоносителей на 14,5%, в том числе сырой нефти на 26,1%, а поставки потребительских и продовольственных товаров увеличились на 9,5%.

Помимо изменений в объёмах и структуре канадского экспорта и импорта, по итогам первого и второго кварталов 2020 года произошли

заметные сдвиги в отраслевой структуре страны [8]. Так, во втором квартале произошёл заметный рост удельного веса в отношении деятельности по операциям с недвижимым имуществом (+1,7 п.п. по сравнению со вторым кварталом 2019 года), финансовой и страховой деятельности (+1,2 п.п.) и деятельности в сфере государственного управления (+0,8 п.п.), поскольку введённые ограничительные меры в меньшей степени затронули данные сферы. При этом во многих других отраслях наблюдается значительный спад удельного веса во втором квартале 2020 года по сравнению со вторым кварталом 2019 года (–1,1 п.п. в сфере деятельности гостиниц и предприятий общественного питания, –1,0 п.п. в обрабатывающем производстве, –1,0 п.п. в сфере транспорта связи и т.д.). Более подробно структуру и темпы прироста добавленной стоимости по отраслям экономики Канады можно увидеть в таблице 1 [9]:

Таблица 1. Структура и темпы прироста добавленной стоимости по отраслям экономики Канады в 2018–2020 гг., %

Отрасль экономики	II квартал 2018 г., %	II квартал 2019 г., %	II квартал 2020 г., %	Темп прироста II квартала в 2019 году, %	Темп прироста II квартала в 2020 году, %
Операции с недвижимым имуществом	12,5	12,6	14,3	2,5	–0,5
Обрабатывающие производства	10,3	10,2	9,2	1,1	–21,5
Добыча полезных ископаемых	8,2	8,2	7,8	2,0	–16,7
Финансовая и страховая деятельность	6,5	6,5	7,7	2,7	3,3
Государственное управление	6,7	6,7	7,5	2,5	–2,4
Строительство	7,4	7,1	7,3	–2,2	–10,8
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	6,9	7,0	6,9	3,2	–14,3
Деятельность профессиональная, научная и техническая	5,8	5,9	6,2	4,2	–7,8
Деятельность в области образования	5,2	5,3	5,3	2,1	–11,0
Розничная торговля	5,2	5,2	5,0	1,0	–14,7
Оптовая торговля	5,1	5,1	5,0	2,6	–14,5
Транспорт и связь	4,5	4,5	3,5	2,7	–32,1
Деятельность в области информации и культуры	3,2	3,2	3,5	2,2	–6,3
Обеспечение эл. энергией, газом и паром	2,2	2,2	2,5	2,2	–2,6

Продолжение таблицы 1

Сельское хозяйство, скотоводство, охота и лесное хозяйство	2,1	2,1	2,4	2,1	1,9
Деятельность гостиниц и предприятий общ. пит.	2,2	2,2	1,1	3,3	-55,6
Другое	5,0	5,0	4,3	1,5	-24,7

Распространение коронавирусной инфекции COVID-19 оказало негативное воздействие практически на все отрасли канадской экономики. Наибольшее снижение темпов роста во втором квартале 2020 года наблюдалось в сфере гостиничного бизнеса и предприятий общественного питания (-55,6%), а также в секторе транспорта и связи (-32,1%) и обрабатывающем производстве (-21,5%). Рост активности был зафиксирован только в сельском хозяйстве и финансовой и страховой деятельности, услуги которой во многом цифровизированы.

В июле и августе 2020 года продолжилось постепенное восстановление канадской экономики после обвала весной 2020 года. При этом по итогам 2020 года показатели годового экспорта и импорта оказались существенно ниже уровня 2019 года, что говорит о неполном преодолении социально-экономических последствий пандемии COVID-19 и необходимости продолжения проведения антикризисной политики с целью восстановления экономики в ближайшие несколько лет. Более подробно динамику основных макроэкономических показателей Канады за период 2010–2020 гг. можно увидеть в таблице 2 [9]:

Таблица 2. Динамика основных макроэкономических показателей Канады за 2010 –2020 гг.

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ВВП реальный, в % к предыдущему году	3,1	3,1	1,8	2,3	2,9	0,7	1,0	3,2	2,0	1,7	-7,1
ВВП номинальный, трлн долл. США	1,6	1,8	1,8	1,8	1,8	1,6	1,5	1,6	1,7	1,7	1,6
ВВП на душу населения по ППС, тыс. долл. США	45,2	46,1	46,4	47,0	47,9	27,8	47,8	48,7	49,0	49,1	45,0
Норма накопления, % от ВВП	23,5	24,2	24,9	24,9	24,9	23,8	23,8	23,5	23,1	22,7	21,4
Норма сбережения, % от ВВП	19,9	21,4	21,3	21,8	22,6	20,3	20,3	20,7	20,6	20,7	19,4
Среднегодовая инфляция, %	1,8	2,9	1,5	0,9	1,9	1,1	1,1	1,6	2,3	1,9	0,6
Импорт (товары и услуги), прирост, %	13,8	5,6	3,7	2,1	2,5	0,8	0,8	4,2	2,6	0,5	-15,1

Продолжение таблицы 2

Экспорт (товары и услуги), прирост, %	6,7	4,8	2,8	2,5	6,3	3,4	3,4	1,4	3,1	1,3	-13,0
Безработица, %	8,0	7,5	7,3	7,1	6,9	6,9	6,9	6,3	5,8	5,7	9,7
Население, млн чел.	34,0	34,3	34,7	35,0	35,4	35,7	35,7	36,5	37,0	37,5	38,0
Сальдо гос. бюджета, % от ВВП	-4,7	-3,3	-2,5	-1,5	0,2	-0,1	-0,1	-0,1	-0,4	-0,3	-19,9
Государственный долг, % от ВВП	84,0	87,4	85,4	93,5	94,8	98,6	92,4	89,6	90,6	88,6	114,6
Счёт текущих операций, % от ВВП	-3,6	-2,7	-3,5	-3,1	-2,3	-3,5	-3,5	-2,8	-2,5	-2,0	-2,0

По итогам 2020 года экономика Канада сократилась на 7,1% в результате распространения коронавирусной инфекции COVID-19 и связанных с ней ограничительных мер. Дополнительный вклад в отрицательную динамику канадского ВВП также внесло снижение цен на энергоносители в 2020 году. Согласно оценкам МВФ, восстановление докризисных объёмов канадского ВВП и его дальнейший рост ожидаются не ранее 2022 года [6].

Помимо сокращения реального ВВП в 2020 году также наблюдается резкое увеличение дефицита бюджета (-19,9%) и государственного долга (114,6% в 2020 году по сравнению с 88,6% в 2019 году). Экспорт Канады уменьшился на 13,0%, а импорт на 15,1% по сравнению с 2019 годом. Кроме того, в результате пандемии существенно увеличилась безработица (9,7% в 2020 году по сравнению с 5,7% в 2019 году), а ВВП на душу населения по ППС сократился с 49,1 тыс. долл. США в 2019 году до 45,0 тыс. долл. США в 2020 году.

При этом в 2021 году канадское правительство ожидает восстановление темпов роста основных секторов экономики, что даёт возможность прогнозировать увеличение темпов роста ВВП на 5,2% по итогам 2021 года [10]. Правительство Джастина Трюдо также намерено в период 2021–2023 гг. направить 70–100 млрд кан. долл. на «перезапуск» национальной экономики с целью преодоления всех кризисных последствий от пандемии COVID-19.

Несмотря на тяжёлое положение экономики, высокие производственные мощности позволили Канаде использовать «медицинскую дипломатию» для развития торгово-экономических и политических отношений с Китаем и странами Евросоюза [11].

Последствия пандемии также стали своего рода «трамплином» для развития цифровых технологий. С начала пандемии в марте 2020 года более 55% канадцев стали чаще совершать онлайн-покупки, что заставило большинство канадских компаний активно заняться развитием онлайн-сегмента. Кроме того, более 25% канадцев выразили удовлетворение переходом на удалённую работу и не планируют возвращаться в офисы после окончания

пандемии, что скажется на дальнейшем курсе социально-экономического развития страны [12].

Таким образом, можно сделать вывод, что Канада достойно встретила начало пандемии COVID-19, избежав коллапса в социально-экономической сфере благодаря быстрому реагированию правительства и грамотной поддержке населения и бизнеса. Важным фактором успеха канадской стратегии по преодолению кризиса, возникшего в результате пандемии COVID-19, стала специфика канадского федерализма и тесное взаимодействие федерального правительства с провинциями и территориями [13, с. 71].

Другим преимуществом Канады в борьбе с последствиями пандемии стало активное сотрудничество государства с частным бизнесом на основе разработанного плана экономического реагирования, предусматривающего непосредственную поддержку предприятиям малого и среднего бизнеса и наёмным сотрудникам.

Кроме того, Канада на протяжении 2020 года осуществляла продуманную политику в сфере поддержки экономики, избежав «бездумного» вливания денежных средств и выделения «вертолётных денег» населению. Правительство страны сделало упор на разработку и последовательную реализацию программ по дальнейшему развитию экономики после выхода из кризиса с целью заложения основ для будущего экономического роста при сохранении платёжеспособности большинства экономических субъектов.

Меры, предпринятые канадским правительством для стабилизации экономики и социальной сферы в стране, по праву можно считать в большей степени актуальными и своевременными. При этом, несмотря на успешное преодоление первых волн пандемии COVID-19 по сравнению с большинством развитых стран, канадская экономика по-прежнему находится в состоянии частичной рецессии и вернётся к докризисному уровню не ранее 2022 года при условии успешной реализации всех программ и планов по преодолению последствий коронавирусной инфекции COVID-19 и последующему развитию экономики.

1. Соколова О.Ю., Александров И.О. Роль инновационной ориентации экономики Канады в укреплении позиций страны на международной арене // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2020. № 1 (80). С. 32–35.

2. Coronavirus Disease (COVID-19): Outbreak Update [Электронный ресурс]. URL: <https://www.canada.ca/en/public-health/services/diseases/2019-novel-coronavirus-infection.html> (дата обращения: 09.04.2021).

3. Солянова М.В. Многосторонний ответ Канады на вызовы пандемии COVID-19 // Анализ и прогноз. Журнал ИМЭМО РАН. 2020. № 3. С. 65–76.

4. A Second Act Respecting Certain Measures in Response to COVID-19. Parliament of Canada [Электронный ресурс]. URL: <https://www.parl.ca/>

DocumentViewer/en/43-1/bill/C-14/royal-assent#ID0ECCBA (дата обращения: 07.04.2021).

5. Overview of Canada's COVID-19 Economic Response Plan [Электронный ресурс]. URL: <https://www.canada.ca/en/department-finance/services/publications/economic-fiscal-snapshot/overview-economic-response-plan.html> (дата обращения: 07.04.2021).

6. Экономика Канады в условиях COVID-19 [Электронный ресурс]. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BME/BME_okt_20.pdf (дата обращения: 07.04.2021).

7. Немова Л.А. Внешняя торговля Канады в эпоху глобальной нестабильности // США и Канада: экономика, политика, культура. 2020. Т. 50, № 12. С. 72–83.

8. Canadian Economic Dashboard and COVID-19 [Электронный ресурс]. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/71-607-x/71-607-x2020009-eng.htm> (дата обращения: 09.04.2021).

9. Статистическая служба Канады [Электронный ресурс]. URL: <http://www.statcan.gc.ca> (дата обращения: 05.04.2021).

10. Трюдо ожидает резкого роста пострадавшей от пандемии экономики Канады в середине 2021 года [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/10195745> (дата обращения: 08.04.2021).

11. Canadian International Merchandise Trade Database [Электронный ресурс]. URL: <https://www5.statcan.gc.ca/cimt-cicm/home-accueil?lang=eng> (дата обращения: 05.04.2021).

12. Как изменится жизнь в Канаде после пандемии COVID-19? [Электронный ресурс]. URL: <https://nashvancouver.com/kak-izmenitsya-zhizn-v-kanade-posle-pandemii-covid-19> (дата обращения: 05.04.2021).

13. Кузьмина Т.Р. Стратегия Канадского правительства в период коронавирусной пандемии 2020 года // Россия и Канада: возможности для сотрудничества: сборник научных материалов. СПб., 2020. С. 66–77.

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВЫХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ РОССИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Александров И.О., Браславская М.Н., Шуршилова А.П.

Социально-экономический институт СГТУ им. Гагарина Ю.А., г. Саратов, Россия

E-mail: antinomius@mail.ru

THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE FORMATION OF SUSTAINABLE

Aleksandrov I.O., Braslavskaya M.N., Shurshilova A.P.

Social Economic Institute of the Saratov State Technical University named after Gagarin Yu.A.,
Saratov, Russia

E-mail: antinomius@mail.ru

Аннотация. В статье исследовано влияние цифровизации на формирование устойчивых конкурентных преимуществ российской промышленности. Показана роль цифровизации в развитии российской экономики. Рассмотрена динамика развития промышленного производства в России и влияние IT-технологий на сферу машиностроения. Проанализирована связь инноваций с повышением эффективности управления промышленным производством. Выявлено, что в новых реалиях конкурентоспособность российских компаний определяется уровнем их цифровизации. Обосновано, что цифровая трансформация производства должна быть направлена на повышение эффективности, производительности и конкурентоспособности российской промышленности на локальных и глобальном рынках. Определены основные направления формирования конкурентных преимуществ российской промышленности за счёт цифровизации и внедрения передовых технологий.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, цифровизация промышленности, цифровые технологии, инновационная деятельность, развитие промышленности, конкурентоспособность.

Abstract. The article examines the impact of digitalization towards forming the sustainable competitive advantages of the Russian industry. The role of digitalization in terms of the development of the Russian economy is highlighted. The dynamics of the development of industrial production in Russia as well as the impact of IT technologies towards mechanical engineering are considered. The relation of innovations to the increase of the efficiency of industrial production management is analyzed. It is revealed that in the new realities, the competitiveness of Russian companies is determined by the level of their digitalization. It is proved that the digital transformation of production should be aimed at increasing the efficiency, productivity and competitiveness of Russian industry within local and global markets. The main directions of

forming the competitive advantages of the Russian industry through both digitalization and the introduction of advanced technologies are identified.

Keywords: digitalization, digital economy, industry digitalization, digital technologies, innovation, industrial development, competitiveness.

В последние годы цифровизация экономики стала затрагивать всё больше сфер, проникая в хозяйственную деятельность предпринимательских и государственных структур. С наступлением эпохи информационных технологий цифровизация и переход к цифровой экономике стали неотъемлемой частью формирования конкурентоспособной национальной экономики.

Для повышения эффективности деятельности предприятий применяются различные инновационные разработки, направленные на создание конкурентоспособной продукции и совершенствование процесса производства, что позволяет обеспечивать конкурентные преимущества и максимизировать потенциальную прибыль компаний [1, с. 125].

Инновационные процессы и технологии, применяемые в промышленности, необходимы для повышения эффективности производства, улучшения качества производимой продукции и предоставляемых услуг с целью увеличения конкурентоспособности, выживания и дальнейшего развития на рынке.

Проблемы и перспективы формирования устойчивых конкурентных преимуществ российской промышленности за счёт цифровизации уже изучались такими учёными, как А.М. Соловьев, Л.В. Шабалина, Е.Л. Габидуллина, О.И. Большакова, М.В. Васюткин и др. В своих исследованиях авторы в качестве сдерживающего потенциала развития цифровой экономики и внедрения цифровых технологий в промышленность указывают отсутствие единых стандартов для новейшей инновационной продукции, неразвитость инновационной инфраструктуры в России, влияние антироссийских санкций и недостаточную заинтересованность российского бизнеса во внедрении инновационных технологий в своё производство.

Кроме того, при реализации заявленной Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года, напрямую связанной с процессами цифровизации, наблюдались определенные трудности, преимущественно связанные с существованием дисбаланса развития инновационной инфраструктуры по регионам, низкой заинтересованностью бизнеса во внедрении инноваций в производство и большим количеством созданных, но не доведенных до оптимального состояния элементов инновационной инфраструктуры, снижающих потенциальную значимость и актуальность данных элементов [2, с. 88].

Обеспечение цифровизации промышленности в настоящее время остаётся важнейшей задачей технологического развития всех субъектов Российской Федерации. Основой для цифровой трансформации в России стали принятые в 2017 году программы «Стратегия развития информационного общества в

Российской Федерации на 2017–2030 годы» и «Цифровая экономика Российской Федерации», в которых были заложены все необходимые меры для стимулирования развития цифровых технологий и повышения конкурентоспособности российской промышленности.

Цифровизация призвана автоматизировать основные производственные процессы, не требующие постоянного человеческого вмешательства, сократить производственные издержки и повысить эффективность всех бизнес-процессов на предприятии [3, с. 31]. С наступлением пандемии COVID-19 необходимость внедрения цифровых технологий и инноваций во все производственные процессы в стране существенно возросла, что обусловило становление цифровизации в качестве ведущего драйвера российской экономики.

Введённые ограничения вследствие пандемии продемонстрировали потребность в цифровых нововведениях во всех сферах экономики и общественной жизни. В период кризиса ИТ-технологии превратились в реальную необходимость для обеспечения непрерывности производственных процессов, соблюдения всех санитарно-эпидемиологических норм и функционирования всей экономики в целом.

С помощью ИТ-технологий происходит автоматизация процессов промышленного комплекса. Большие объёмы данных и многоэтапность производственных процессов создают потребность в отлаженном механизме работы, который будет контролироваться искусственным интеллектом.

Любая отрасль промышленности представляет собой совокупность значительного объёма информации, а любой бизнес и любая экономическая деятельность так или иначе связаны с интернет-технологиями. Изучение, аналитика, обеспечение безопасности данных, мониторинг взаимодействия между элементами промышленного комплекса осуществляется за счёт налаженной ИТ-системы на предприятии, которая является связующим звеном между всеми бизнес-процессами.

Согласно данным института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ, цифровая активность на большинстве предприятий обрабатывающей промышленности по итогам 2019 года возросла более чем на 25% по сравнению с 2018 годом. Увеличение востребованности использования цифровых технологий в процессе производства в 2020–2021 гг. ожидают более 30% руководителей предприятий, а к числу самых популярных технологий отнесены роботизация производства, сквозная автоматизация и интеграция производственных и управленческих процессов, а также создание цифрового рабочего места [4].

В число главных ожидаемых эффектов от внедрения цифровых технологий в производство руководство предприятий относит повышение уровня работы с клиентами, рост производительности труда и оптимизацию производственных и логистических операций [5, с. 23].

Если рассматривать индекс цифровизации и интенсивность использования цифровых технологий на предприятиях по видам экономической

деятельности, то по состоянию на 2018 год обрабатывающая промышленность занимала достаточно устойчивое положение по данному индексу, уступая только сферам телекоммуникаций и оптовой и розничной торговле. Более подробно положение обрабатывающей промышленности среди других сфер экономики по индексу цифровизации в контексте использования определённых цифровых технологий можно увидеть в таблице [6]:

Таблица. Индекс цифровизации и интенсивность использования цифровых технологий на предприятиях по видам экономической деятельности, 2018 г.

Вид экономической деятельности	Индекс цифровизации	Удельный вес организаций, использующих цифровые технологии, в общем числе организаций, %				
		Широкополосный интернет	Облачные сервисы	RFID-технологии	ERP-системы	Электронные продажи
Всего	31	86,0	27,1	6,8	21,6	15,4
Добыча полезных ископаемых	29	83,9	17,8	10,9	23,0	7,1
Обрабатывающая промышленность	35	90,3	26,2	11,4	27,6	19,6
Обеспечение энергией	28	84,8	17,4	7,6	19,8	9,6
Водоснабжение, водоотведение, утилизация отходов	24	76,3	21,9	4,0	6,7	10,8
Строительство	25	79,5	21,1	5,9	10,1	7,9
Оптовая и розничная торговля	39	91,3	36,2	6,8	34,5	28,6
Транспортировки и хранение	27	80,3	19,9	7,6	18,5	11,0
Гостиницы и общественное питание	32	79,3	32,3	8,7	17,4	20,0
Телекоммуникации	41	89,7	36,4	12,5	41,4	27,3
Отрасль информационных технологий	35	93,8	35,5	8,8	23,5	13,8
Операции с недвижимым имуществом	23	77,3	21,1	3,2	7,1	6,2

Среди основных факторов, которые препятствуют переходу промышленных предприятий к цифровой трансформации, по состоянию на 2019–2020 гг. выделяют:

- недостаток необходимых средств для управленческих преобразований;

- незаинтересованность менеджеров в автоматизации управления и сокращения собственных трудовых затрат;
- нет комплексности в разработке и принятии решений публичными органами власти в области реализации и внедрения систем искусственного интеллекта;
- высокий риск потери инвестиций;
- недостаточность компетенций сотрудников в области автоматизированных систем управления;
- отсутствие четкого вектора развития цифровых технологий на отечественном рынке.

Несмотря на существующие факторы, препятствующие внедрению цифровых и инновационных технологий в производство, цифровизация по-прежнему остаётся ведущим фактором совершенствования производственных процессов большинства предприятий со значительными материальными активами.

Большое влияние на внедрение инновационных технологий в промышленное производство также оказывает состояние российской экономики. С 2014 года в России наблюдается замедление темпов экономического развития и стагнация некоторых отраслей экономики, в том числе машиностроения. В 2015 году индекс производства машин и оборудования снизился на 11 пунктов, в 2016–2017 гг. произошла коррекция показателя до уровня 2014 года, однако значения индекса всё равно были ниже показателей 2010–2012 гг. По итогам 2019 года индекс производства в машиностроительном комплексе снова показал негативную тенденцию, уменьшившись на 1 пункт по сравнению с 2018 годом, а в 2020 году в результате влияния пандемии COVID-19 и введения ограничительных мер вынужденные приостановки производственных процессов усилили данную тенденцию. Динамику индекса производства в машиностроительном комплексе в 2005–2019 гг. можно увидеть на рисунке [7]:

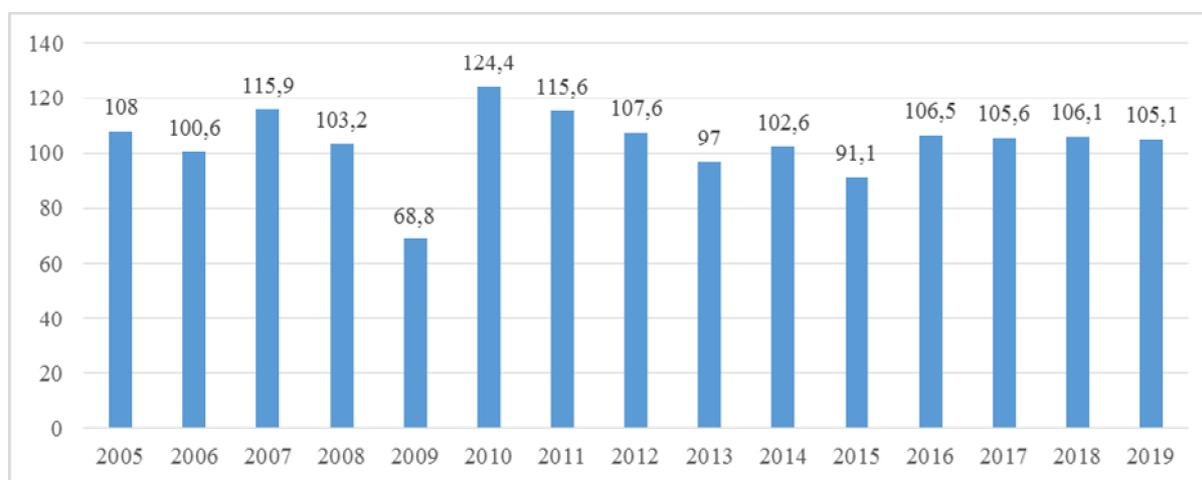


Рисунок. Индекс производства в машиностроительном комплексе в 2005–2019 гг., %

По данным Росстата, промышленное производство в России по итогам 2020 года снизилось на 2,9%, при этом больше всего сократилась добыча сырой нефти и природного газа (10,3%), а также полезных ископаемых (7%) в годовом выражении, что было связано с наступлением пандемии COVID-19, износом части основных средств и недостаточным темпом введения инновационных разработок на предприятия, за исключением ведущей тройки компаний («Газпром», НК «Роснефть» и «Лукойл»), которые смогли быстро адаптироваться под новые реалии [8].

Из-за износа нефтяных подземных хранилищ предприятиям также необходимо максимально рационализировать их использование. Предприятиям отрасли рекомендуется активно проводить геологоразведочные работы и разработку новых месторождений, однако данная задача усложняется с каждым годом.

Согласно исследованиям В.В. Кузьминой и Р.А. Майского, повышенные риски для таких работ создаёт тот факт, что новые перспективные зоны обычно сосредотачиваются в глубоководных или отдалённых областях. При этом возможно достичь существенного роста эффективности разработки и отрасли в целом за счёт активного внедрения инновационных технологий [9, с. 88].

IT-технологии также успешно находят своё применение в машиностроении. Машиностроение – одна из сфер, в которой доля процессов автоматизации с каждым годом увеличивается на всех российских предприятиях. Особенно нуждаются в автоматизации планирование, учёт материальных и товарных ценностей, управление производством и прочие внутренние бизнес-процессы, свойственные для машиностроительных предприятий.

В настоящее время видна чёткая картина того, что автоматизация необходима как для маркетинга, так и для корпоративного руководства предприятия любой отрасли. Использование процессов автоматизации с целью формирования графиков эксплуатации оборудования и передвижного состава, складских помещений и заводских цехов закладывается в основу производственной логистики.

Применение методов компьютеризации производственных процессов приведет к повышению конкурентоспособности и привлекательности продукции предприятия, сформирует имидж современного производственно-технологического комплекса при формировании методов, используемых искусственным интеллектом.

Автоматизация обрабатывающих производств стремится к осуществлению своей политики в общем тренде развития народного хозяйства в области создания автономных систем управления. Применение таких систем способствует снижению не только производственной себестоимости продукции, но и уменьшает коммерческие и управленческие затраты. При принятии стереотипных решений возможно существенное улучшение качества управленческой деятельности, что позволит работать менеджеру только с

оригинальными задачами, имеющими нестандартное решение, что предопределяет увеличение нормы управляемости либо снижения трудовой нагрузки менеджера.

Оптимизируя управленческую структуру, возможно оптимизировать управленческую деятельность на участке, включающим значительное число стереотипных решений, связанным с основным производством организации. Данная система позволит автоматизировать оперативное управление производственной деятельностью в рамках единой системы предприятия.

Основные преимущества систем такого типа заключены в поддержке гибкости управленческой структуры, формировании on-line системы сопровождения и поддержки принятия решения с формированием нескольких сценариев для формирования управленческих решений в рамках единой системы хозяйствования организации и накопления инновационного и управленческого опыта, предопределенного развитием организации.

Исходя из желания производителей по возможности уменьшить объём ручного труда, используемого на предприятии, всё более популярными становятся так называемые «умные» машины.

Машиностроение использует наиболее современные достижения науки на протяжении достаточно длительного периода, поэтому использование «умных» машин в сфере машиностроения не стало чем-то совершенно новым. Ещё в советскую эпоху в машиностроении использовались станки, оборудованные программным числовым управлением, а большое количество участков и цехов стали целиком или частично автоматизированными.

В настоящее время в машиностроении тема об использовании в производстве «умных» машин особенно актуальна, причём в последние годы данное понятие стало заменяться понятием «интеллектуальных» машин. Создание и внедрение аналогичных «интеллектуальных» машин, контролируемых современной вычислительной техникой, в сфере машиностроения всё больше увеличивается в последние годы. Использование подобной техники и технологий позволит увеличить производительность, уменьшив при этом расходы, связанные с «человеческим» фактором.

В январе 2021 года в России были разработаны национальные стандарты для «умного» производства при содействии инфраструктурного центра НТИ «Технет» в рамках программы национальной стандартизации на 2020–2021 гг., сформированной с учётом предложений экспертов по стандартизации цифровых технологий [10]. Новые стандарты призваны формировать основу для создания новых национальных стандартов в области «Индустрия 4.0», которые посвящены виртуальным производственным системам и конвергенции цифровых технологий и IT-систем на промышленных предприятиях.

Становление IT-инфраструктуры в машиностроении будет главным образом ориентировано на увеличение интеллектуального капитала предприятия. Внедрение процессов автоматизации в будущем даст возможность упорядочить деятельность специалистов на предприятии, а также

облегчить взаимодействие потребителей и производителей, что является основой для формирования продуктивной системы контроля над качеством выпускаемой продукции.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование цифровых технологий и автоматизация производственных процессов в сфере машиностроения является ведущим фактором формирования устойчивых конкурентных преимуществ российских предприятий. Совершенствование и автоматизация способов и методов производства выступают залогом высокой конкурентоспособности и успешного развития любого предприятия. Цифровизация промышленности в ближайшие годы останется ключевым фактором модернизации производственного потенциала большинства предприятий. Своевременное и качественное внедрение инновационных технологий значительно увеличивает производственный потенциал любого предприятия, что позволяет предприятию выйти на новый уровень производительности и эффективности бизнес-процессов во всех отраслях промышленности.

1. Александров И.О., Малюга К.Н. Роль инновационной стратегии в формировании устойчивых конкурентных преимуществ предприятия // Интеграция науки и практики: взгляд молодых ученых: сборник научных трудов VI науч.-практ. конф. магистрантов и аспирантов / редкол. Л.Ф. Попова [и др.]. Саратов, 2020. С. 125–127.

2. Александров И.О., Куколева М.А., Снежкова Е.Ю. Особенности развития инновационной инфраструктуры в России // Современные проблемы и перспективные направления инновационного развития науки: сборник статей междунар. науч.-практ. конф., Москва, 31.01.2020 г. М.: Международная корпорация научных исследований и разработок, 2020. С. 84–88.

3. Ларина Е.Б., Орехова Е.А. Цифровизация как фактор повышения конкурентоспособности национальной экономики на мировых рынках // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2019. № 2 (76). С. 29–34.

4. Цифровизация промышленности в России [Электронный ресурс]. URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Цифровизация_в_промышленности_России (дата обращения: 15.03.2021).

5. Киреева Н.А., Прущак О.В. Роль цифровизации и инклюзивного роста в развитии агропродовольственной системы России // Наука и общество. 2019. № 3 (35). С. 22–26.

6. Индикаторы цифровой экономики 2020 [Электронный ресурс]. URL: <https://issek.hse.ru/mirror/pubs/share/387609461.pdf> (дата обращения 17.03.2021)

7. Машиностроение: тенденции и прогнозы [Электронный ресурс]. URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical_engineering_demo37.pdf (дата обращения: 18.03.2021).

8. Росстат оценил первый за 11 лет спад российской промышленности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/25/01/2021/600ed1789a79471706ae3352> (дата обращения: 15.03.2021).

9. Кузьмина В.В., Майский Р.А. Особенности использования новых информационных технологий в нефтегазовой промышленности // Современные информационные технологии. Теория и практика: материалы V Всерос. науч.-практ. конф., Череповец, 5 декабря 2019 г. / под ред. Т.О. Петровой. Череповец, 2020. С. 87–89.

10. Цифровизация обрабатывающей промышленности [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itweek.ru/digitalization/news-company/detail.php?ID=211091> (дата обращения: 17.03.2021).

РЕБРЕНДИНГ: ЕГО СУТЬ, ЗАЧЕМ НЕОБХОДИМ, ЕГО ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И К ЧЕМУ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ

Афанасьева Е.С., Барсукова К.А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

REBRANDING: ITS ESSENCE, WHY IT IS NECESSARY, ITS MAIN ADVANTAGES AND WHAT IT CAN LEAD TO

Afanasyeva E.S., Barsukova K.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Когда компания создается, а также на протяжении всего ее жизненного цикла, ее бренд имеет решающее значение для успеха. Иногда он не находит отклика на целевом рынке или становится устаревшим, тогда компания должна подумать о ребрендинге. Но нужно понимать, что графические изменения логотипа, новый слоган, форма сотрудников или обновленный сайт – это не ребрендинг, а поверхностные изменения, которые вытекают из него. В данной статье рассматривается сущность ребрендинга, его особенности и преимущества, а также причины для его использования.

Ключевые слова: бренд, компания, преимущества ребрендинга, развитие компании, ребрендинг, репутация.

Abstract. When a company is created, as well as throughout its entire life cycle, its brand is critical to its success. Sometimes it does not resonate with the target market or becomes obsolete, then the company should consider rebranding. But you need to understand that graphic changes in the logo, a new slogan, the form of employees or an updated website are not a rebranding, but superficial changes that follow from it. This article discusses the essence of rebranding, its features and benefits, as well as the reasons for using it.

Keywords: brand, company, benefits of rebranding, company development, rebranding, reputation.

Когда компания создается, а также на протяжении всего ее жизненного цикла, ее бренд имеет решающее значение для успеха. Иногда он не находит отклика на целевом рынке или становится устаревшим, тогда компания должна подумать о ребрендинге. Большие и малые компании используют стратегии ребрендинга, чтобы не отставать от своей отрасли или оставаться впереди нее.

Это может спасти компанию от упадка или сохранить ее на вершине. В эпоху быстрых изменений в бизнес-среде корпоративный ребрендинг остается очень стратегическим инструментом в управлении брендом.

Ребрендинг – это не то же самое, что смена названия, редизайн или новый логотип. Это процесс, в ходе которого услуга или продукт, разработанный под одним брендом или компанией, продвигается на рынке под другим брендом или идентичностью. Он предполагает существенные изменения в названии, логотипе, имидже, рекламе и маркетинговых стратегиях бренда. Как правило, после слияния или поглощения компании проводят ребрендинг вновь приобретенной продукции, чтобы сохранить ее в составе существующей линейки продуктов. Процесс направлен на то, чтобы изменить позиционирование бренда или компании, выделиться из негативного мнения о предыдущих брендах, подняться по лестнице успеха, продвигая бренд все еще вверх.

Ребрендинг можно определить как процесс придания продукту или организации нового имиджа, чтобы сделать их более привлекательными и успешными. Это делается для повышения лояльности потребителей, повышения профессионализма членов организации, выхода на новую тенденцию рынка, создания более сильного голоса в отрасли, повышения стоимости акций или для того, чтобы оживить компанию.

Отсутствие надлежащих инициатив по ребрендингу также связано с непониманием того, что бренд – это просто символика компании. Ребрендинг должен быть направлен на изменение эмоциональных и ментальных ассоциаций, которые возникают у потребителей с компанией на протяжении сотен тысяч индивидуальных впечатлений. Никакая смена логотипа, названия или редизайн не смогут этого добиться. Нужно понимать, что графические изменения логотипа, новый слоган, форма сотрудников или обновленный сайт – это не ребрендинг а поверхностные изменения, которые вытекают из него. Ребрендинг подразумевает переосмысление и пересмотр всех составляющих бренда на более глубоком уровне, он нужен компаниям для того, чтобы повысить уровень лояльности клиентов, увеличить средний чек, прибыль и стоимость самого бренда.

Брендинговые агентства работают над большим комплексом мероприятий: разрабатывают новое позиционирование, пересматривают ядро целевой аудитории, вкладывают новые смыслы в историю, миссию, философию и ценности компаний, а также находят новые платформы бренда и тона коммуникации. Ведь смена имиджа компании становится толчком для разработки целой стратегии, где результатом является увеличение прибыли. Как правило, полной ликвидации старого бренда не происходит, он лишь эволюционирует, развивается, становится лучше, обретает новые значения и выходит на другой уровень. Когда все этапы ребрендинга проводятся вовремя и на профессиональном уровне, то это стопроцентно приносит пользу и прибыль вашей компании.

Крупные компании регулярно проводят ребрендинг, за счет чего продлевают жизнь своего бизнеса на десятки лет вперед. Вспомните компанию Apple, далеко не все знают, что изначально надкусанное яблоко было цветным, символизируя цветные мониторы, которые компания тогда производила. Непростые времена и смена видения пережитой компанией поменяли стратегию, логотип и многое другое. Starbucks, McDonald's, Сбербанк – эти компании также пользуются ребрендингом, потому что с его помощью они увеличивают конкурентоспособность на рынке, масштабируются, привлекают новую целевую аудиторию.

Причины для ребрендинга.

1. Слияние, поглощение или разделение компании.

В большинстве случаев смена собственника бизнеса, такая как слияние, поглощение и разделение, приводит к немедленному ребрендингу. Цель здесь не только в том, чтобы сделать изменения заметными, но и в том, чтобы соответствовать требованиям законодательства. В случае слияния отделившаяся сторона обязана разработать собственный бренд. Это дает понять, что она больше не является частью организации. Когда речь идет о слияниях и поглощениях, существует несколько возможностей; новая компания может разработать совершенно новый бренд или, как в других случаях, использовать название одной из сторон.

2. Репозиционирование. При правильной реализации изменение позиционирования бренда и обещания бренда компании может иметь серьезные последствия для организации. Все адаптируется в соответствии с новой стратегией и обещанием организации; ее продукты или услуги, кадровая политика, контакты с клиентами, корпоративный стиль и т.д. Ребрендинг делает эти изменения заметными для всех заинтересованных сторон.

3. Интернационализация.

В некоторых случаях изменения необходимы для того, чтобы бренд мог использоваться и на международном уровне. Это может быть связано с тем, что название бренда характерно для определенной страны, а в некоторых странах название бренда может вызывать неправильные ассоциации. Организации, которые продают одну и ту же продукцию в нескольких странах, но под разными торговыми марками, также все чаще предпочитают использовать одну международную марку.

4. Меняющиеся рынки.

Для некоторых компаний изменение ситуации на рынке означает, что само их существование оказывается под угрозой. В частности, цифровизация общества приводит к тому, что некоторым отраслям приходится заново изобретать себя. Разные требования требуют разных продуктов. Некоторые модные бренды закрыли свои физические магазины, чтобы продавать одежду только онлайн, а такие сайты, как Amazon.com, за последние несколько лет невероятно эволюционировали, став полностью цифровым универсамом.

5. Плохая репутация.

Экологический скандал, скрытая утечка данных или судебный иск – все это может стать причиной плохой репутации. В некоторых случаях такая плохая репутация может серьезно повлиять на результаты деятельности компании. Ребрендинг может со временем уменьшить или даже устранить негативные ассоциации с брендом. Здесь важно, чтобы изменился не только «экстерьер», но и все остальные аспекты деятельности организации.

6. Конфликт с заинтересованными сторонами.

Развитие бренда может само по себе привести к ребрендингу. Это может быть связано с тем, что новый стиль слишком похож на существующий бренд. Еще одна причина, по которой ребрендинг иногда может быть негативно воспринят внутренними и внешними заинтересованными сторонами, заключается в том, что он стоит на пути к успеху **организации**.

7. Новый генеральный директор.

Новый генеральный директор часто приносит новую жизнь в организацию. Это может привести к серьезным организационным изменениям, которые также влияют на ход развития компании.

8. Устаревший имидж.

Одна из самых распространенных причин для проведения корпоративного ребрендинга – модернизация. Тенденции означают, что со временем бренды могут показаться старомодными, если они не были обновлены. Хотя во многих случаях это не главная причина, более современный образ часто является одним из мотивов ребрендинга.

9. Цифровизация.

В последнее время цифровизация становится основным фактором изменения бренда и логотипа. В прошлом бренды разрабатывались в то время, когда «цифровые технологии» играли ограниченную роль в применении бренда, а фирменный стиль состоял в основном из логотипа, основной цветовой палитры и типографики, созданной для офлайн-выражений. Сейчас многие компании, следуя своей новой стратегии мобильности, запустили обновленный логотип и новую визуальную идентичность, которая лучше вписывается в современную цифровую эпоху.

10. Экономия затрат и повышение доходности бизнеса.

Многие организации сталкиваются с приобретением/слиянием с другими брендами, что означает, что новые услуги или продукты часто выходят на рынок под разными брендами. Решение, которое в то время казалось хорошей идеей, в долгосрочной перспективе может привести к сложному многообразию брендов, что означает путаницу как для потребителей, так и для заинтересованных сторон. Более того, большое количество брендов часто приводит к высоким затратам на поддержание и продвижение. Благодаря ребрендингу организация может сконцентрироваться на истинной сути компании и согласовать свой обширный портфель брендов с более компактным и простым [1].

Основные преимущества ребрендинга.

1. Связь с новой аудиторией.

Самым большим преимуществом обновления внешнего вида вашего бренда является возможность привлечь новых клиентов. Когда вы фокусируетесь на новых аспектах вашего бизнеса и правильно их продвигаете, люди обратят на это внимание. Ребрендинг может предложить стимул, необходимый вашему бизнесу для нового роста на постоянно развивающемся рынке.

2. Выделиться среди конкурентов.

По мере развития вашего бизнеса ваши возможности могут начать напрямую конкурировать с возможностями ваших отраслевых конкурентов. Ребрендинг может стать наиболее эффективным способом выделить предложения и подход вашей компании. Ребрендинг вашей компании с использованием собственного голоса, внешнего вида и стиля поможет утвердить ваш бизнес в качестве лидера отрасли с индивидуальностью, привлекательной для вашей аудитории.

3. Оставаться актуальными.

Ребрендинг преследует одну простую цель: сохранить актуальность вашего бренда. Тенденции дизайна играют важную роль в том, как потенциальные или текущие клиенты воспринимают вашу компанию и все, что она может предложить. Обеспечение того, чтобы ваш внешний вид всегда был на высоте, показывает вашим клиентам, что вы уделяете внимание тенденциям в своей отрасли.

4. Отражение новых целей, продуктов, предложений или ценностей.

Трудно показать, как выросла ваша компания, если ваш бренд не отражает этого. Если вы расширили ассортимент, предлагая новые продукты, увеличили количество услуг или поставили новые цели для своего бизнеса, ребрендинг – отличный способ показать, что ваш бизнес развивается.

5. Повышение прибыльности.

Преимущества ребрендинга не только повлияют на вашу общую стратегию входящего потока, но и сделают вашу компанию более прибыльной. Охватить новых потенциальных клиентов, выделиться на фоне конкурентов, продемонстрировать свою компетентность, а также расширить влияние и охват ваших продуктов и услуг – все это эффективные способы увеличить вашу прибыль, просто придав вашему бренду новый облик [2].

Проводить ребрендинг или нет?

По поводу процесса ребрендинга существуют противоречивые мнения. Одни считают, что ребрендинг важен для успеха в бизнесе: развивать бренды, чтобы быть в курсе конкурентов и соответствовать постоянно меняющимся предпочтениям потребителей. Другие же говорят, что ребрендинга следует избегать любой ценой. Если такие бренды, как, к примеру, Coca Cola, могут быть лидерами рынка, почему вообще следует рассматривать возможность ребрендинга?

Ребрендинг может иметь много преимуществ, но также может нести различные риски. Он может быть успешно применен к новым продуктам, тем, которые все еще находятся в процессе разработки, или даже к зрелым продуктам. Поскольку это очень сложный процесс, необходимо соблюдать крайнюю осторожность. Важно не в корне изменить философию бренда, а оптимизировать и улучшить его. То есть, сильные стороны нужно сохранить, а слабые – проработать, и устранить то, что замедляет развитие компании.

Если вы решились на ребрендинг, то важно спрогнозировать реакцию ваших клиентов. Ведь смена имиджа компании обычно требует времени для привыкания. К примеру, известный Mercedes-Benz. Все в курсе их эмблемы трехлучевой звезды, но мало кто знает, что форма этой звезды, длина и толщина лучей понемногу, незаметно и постепенно менялись на протяжении многих лет, чтобы никто не разглядел и не возмутился. Если вы не хотите вызвать негатив со стороны своей аудитории, доверьте ребрендинг и разработку новой стратегии профессионалам.

1. Причины для ребрендинга [Электронный ресурс]. URL: <https://vim-group.com/en/blog/top-ten-reasons-for-rebranding/> (дата обращения: 20.05.2021).

2. Преимущества от ребрендинга [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bluefrogdm.com/blog/brand-strategy-the-top-5-benefits-of-rebranding> (дата обращения: 20.05.2021).

ВНЕДРЕНИЕ LEAN-ТЕХНОЛОГИЙ В СИСТЕМУ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Барков В.В., Алексина И.С.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

IMPLEMENTATION OF LEAN TECHNOLOGIES IN THE PUBLIC ADMINISTRATION SYSTEM OF THE NOVGOROD REGION

Barkov V.V., Aleksina I.S.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В данной статье исследуются способы совершенствования системы государственного управления на основе Lean-технологий, которые уже широко используются мировыми лидерами в области бережливого производства, такими как: США, Япония и Сингапур. Отображены основные механизмы и ориентиры философии бережливого производства. Выделены основные виды потерь бизнес-процессов организации. На основе трудов отечественных и зарубежных ученых предложены некоторые инструменты для сокращения потерь и дальнейшего совершенствования бизнес-процессов в государственном управлении.

Ключевые слова: потери, бизнес-процесс, бережливое производство, Lean-технологии, государственное управление.

Annotation. This article examines ways to improve the public administration system based on Lean technologies, which are already widely used by world leaders in the field of lean manufacturing, such as the United States, Japan and Singapore. The main mechanisms and guidelines of the philosophy of lean production are displayed. The main types of losses of the organization's business processes are highlighted. Based on the works of domestic and foreign scientists, some tools have been proposed for reducing losses and further improving business processes in public administration.

Keywords: Losses, business process, Lean Manufacturing, Lean-technologies, public administration.

Главным ориентиром философии бережливого производства является создание ценности. Ценность понимается как совокупность совершаемых операций, за которые готов платить потребитель. Отсюда вытекает не менее

важный принцип Lean-технологий, направленный на максимальное снижение потерь при создании какого-либо блага. Можно обозначить некоторые виды потерь: неиспользование потенциала сотрудников, потери от перепроизводства, потери на транспортировку, потери от брака, излишних отходов и переделок, потери на обслуживание запасов, потери на перемещениях и движениях персонала, потери от простоев, потери от чрезмерной обработки.

На сегодняшний день, в государственном и муниципальном секторах существует множество потерь, напрямую зависящих от неэффективного использования временных ресурсов, нерационального использования рабочей силы, дублирования функций и бюрократизма. Методы бережливого производства могли бы помочь улучшить качество управления государственной организации и, как следствие, сократить указанные потери.

Механизмы Lean направлены на улучшение работы и последующего прогресса государственных органов. Внедрение новых принципов работы будет способствовать оказанию услуг населению более высокого уровня.

На сегодняшний день Lean признана крайне востребованной методикой увеличения производительности труда. Так, в США свыше двух третей организаций эффективно внедрили принципы Lean-производства. Государственное звено способно также существенно повлиять на производственную политику и простимулировать масштабное внедрение методов бережливого производства.

Основной целью является рост качества государственного управления в Новгородской области при затрате меньших ресурсов.

Для достижения цели научного исследования необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть понятие бережливого производства, его основные аспекты, принципы;
- проанализировать зарубежный опыт, опыт некоторых российских организаций по внедрению принципов бережливого производства в свою деятельность;
- оценить влияние принципов бережливого производства на эффективность государственного управления в Новгородской области (на примере комитета ЗАГС и ООДМС Новгородской области; далее – организация);
- проанализировать порядок и качество государственного управления организации;
- разработать рекомендации, план мероприятий по внедрению принципов бережливого производства организации.

Объект научного исследования – комитет ЗАГС и ООДМС Новгородской области.

Предметом научного исследования является эффективность и качество государственного управления.

Для достижения цели исследовательской работы предполагаются следующие шаги:

- подробный анализ всех управленческих и рабочих процессов на всех уровнях организации;
- анализ возможных потерь в рабочих и управленческих процессах с привлечением задействованных в данные процессы сотрудников;
- разработка матрицы основных потерь, выявленных на предыдущем этапе;
- планирование мероприятий по внедрению Lean-технологий на основании матрицы потерь;
- этап обучения и мотивации сотрудников новым технологиям в рабочем процессе;
- документальное закрепление изменения в рабочем процессе.

В ходе научного исследования были использованы следующие методы: анализ, изучение документации, индуктивный, дедуктивный, интуитивный, формализации, идеализации, сравнения, абстрагирования и иные.

Тезисы для изучения основных положений в области государственного и муниципального управления отражены в трудах как зарубежных, так и российских мыслителей. Одним из исследователей особенностей управленческих процессов является Л. Уайт, опирающийся на работы Ф. Тейлора, Д. Муни, Ф. Гилберта и Л. Гилбрет, изучавших организацию процесса управления. В своем труде «Введение в науку государственного управления» (1926 г.) он утверждал, что государственное управление есть единый процесс, независимо от его уровня, также изучение государственного управления должно опираться на основы менеджмента. Согласно работам Л. Уайта, государственное управление – это форма управления ресурсами и людьми, направленная на выполнение целей, поставленных перед государством. Оптимизация ресурсов, необходимых для выполнения поставленных целей, должна быть направлена на высокую эффективность, используя минимум затрат [1]. Рассмотренная ученым проблема не теряет актуальности по сей день и находит отражение в представленной статье.

Развернутые тезисы в рамках теории управления нашли отражение в работах, без преувеличения, основоположников данного направления: В. Вильсона, Ф. Гуднау и М. Вебера.

Эффективные инструменты управления производством изучены и в работах Голоктеева К.Н. и Матвеева И.А. [2, с. 26–103].

Одним из главных создателей концепции с применением принципов бережливого производства является Тайити Оно – главный создатель производственной системы компании Toyota.

Изучением создания концепции бережливого производства и ее первого внедрения в производственную систему предприятия занимался Хорикири Тосио [3, с. 34].

Основные способы реализации стратегии бережливого производства на собственном предприятии описаны в трудах Джонс Дэниела Т., Вумек Джеймса П. [4, с. 118].

Джон Шук и Майкл Ротер широко изучили тему способов схем создания ценности – главной составляющей Lean-технологий [5, с. 18–29].

Опыт иностранных государств в сфере применения принципов бережливого производства отражен в научных и информационных статьях Роберто Приоло, Рене Аэрно, Михаэля Балле и др. [6].

Задача бережливого производства – уменьшить или устранить потери, которые присутствуют в бизнес-процессах. Методика бережливого производства подразумевает различные виды потерь. Так, можно выделить потери, связанные с перепроизводством, потери, спровоцированные излишними запасами, избыточной обработкой, ожиданием следующего этапа, транспортировкой, лишними перемещениями, совершенными ошибками, потери в части творческого потенциала.

В ходе наблюдения за работой организации, анализа нормативной документации и регламентов мною был выделен ряд параметров, приводящих к увеличению доли потерь в бизнес-процессах. Данные систематизированы в блоках основных видов потерь (таблица 1).

Таблица 1. Основные виды потерь в организации

Транспортировка	Лишние перемещения	Ошибки	Потеря творческого потенциала
<ul style="list-style-type: none"> • перемещение офисного оборудования • отсутствие централизованного регламента по доступу к информации • нерациональный график выездов в филиалы либо в другие организации 	<ul style="list-style-type: none"> • поиск необходимых документов • поиск данных в различных системах учета • поход к принтеру, чтобы забрать распечатанный документ 	<ul style="list-style-type: none"> • ошибки при внесении данных • отсутствующие записи и утерянные документы • повторная подготовка испорченных, утраченных документов 	<ul style="list-style-type: none"> • выполнение рутинной работы высококвалифицированным специалистом • культура «инициатива наказуема» • отсутствие четкой системы поощрений • неразвитая система материального стимулирования сотрудников

Продолжение таблицы 2

Перепроизводство	Излишние запасы	Избыточная обработка	Ожидание
<ul style="list-style-type: none"> • составление нескольких вариантов приказов, регламентов, должностных инструкций • создание лишних копий документов • предоставление большего количества информации, чем нужно 	<ul style="list-style-type: none"> • хранение документов, с которыми никто не работает • годовые запасы канцтоваров, бумаги • дублирование информации на электронном и бумажном носителях 	<ul style="list-style-type: none"> • многочисленные согласования документов • повторный ввод данных в разные системы • дублирование функции специалистов по сбору, анализу, систематизации статистических данных • излишняя бюрократизация простейших бизнес-процессов 	<ul style="list-style-type: none"> • временные затраты, связанные с деятельностью при контроле за опаздывающими • временные затраты, связанные с обменом информации • временные затраты, связанные с передачей важных функций на аутсорсинг • временные затраты, связанные с поиском документов

Проанализировав полученные данные, мною было принято решение исследовать влияние алгоритма улучшения процесса (рисунок 1) на долю потерь в бизнес-процессах организации.

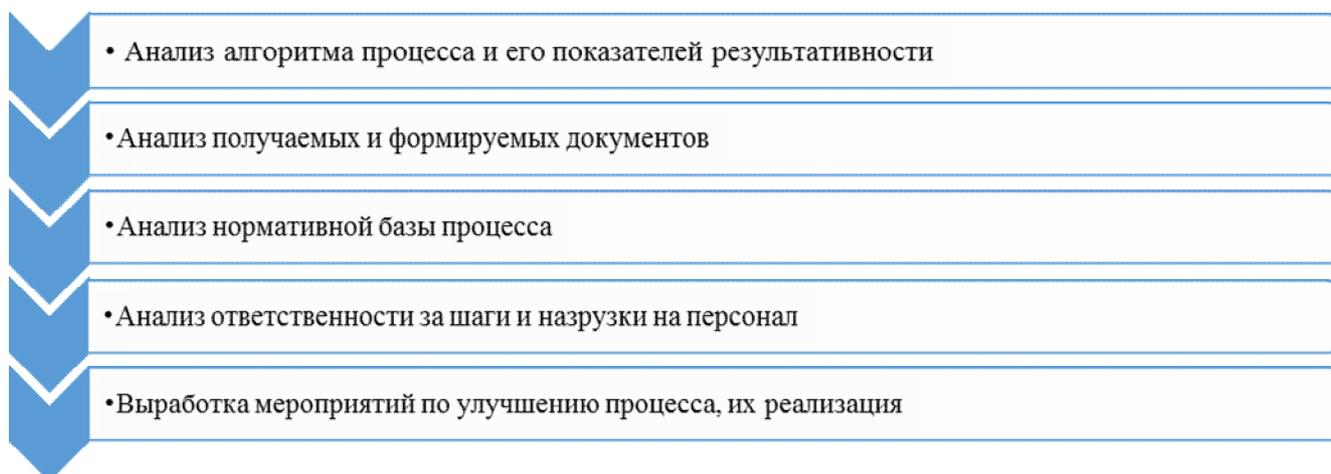


Рисунок 1. Алгоритм улучшения процесса

В процессе исследования влияния алгоритма улучшения процесса на долю потерь в бизнес-процессах мною были выполнены следующие действия:

– проанализированы критические бизнес-процессы организации. Выявлены функции специалистов, основные задачи и методы их выполнения;

- проведен анализ необходимости и целесообразности составляемых документов в организации;
- проведен анализ регламентных и нормативных документов организации;
- установлены лица, ответственные за распределение функции и нагрузки на персонал;
- разработан план мероприятий, сформулированы идеи и рекомендации по улучшению бизнес-процессов организации.

Остановимся подробнее на последнем пункте. В целях оптимизации бизнес-процессов целесообразно обратиться к использованию карты временных ловушек (таблица 2). Данный инструмент позволяет выявить, на каком этапе происходят нерациональные временные потери.

Таблица 2. Карта временных ловушек на примере заявки на выдачу тонер-картриджа

	Шаг 1 Создание заявки на тонер- картридж		Шаг 2 Согласо- вание заявки		Шаг 3 Внесение заявки в электронную базу		Шаг 4 Выдача тонер- картриджа		
Время выполнения операции	5		5		5		10		Всего полезное время: 25 минут
Время ожидания перед операцией		60		60		30		50	Всего неполезное время: 200 минут

Для уменьшения потерь, связанных с рабочим пространством, рекомендуется использовать инструмент «5С», состоящий из следующих этапов:

- Сортировка. Четкое распределение вещей на нужные и ненужные.
- Систематизация. Организация хранения, визуализация зон хранения.
- Содержание в чистоте. Проведение периодической уборки рабочего места, устранение источников загрязнений.
- Стандартизация. Разработка стандартов для закрепления улучшений.
- Совершенствование. Поиск улучшений организации рабочего пространства.

Такой инструмент поможет более рационально организовать рабочее пространство и доступ к физическим ресурсам, таким как документы, канцелярия, оргтехника.

В целях оптимизации процесса перемещения сотрудников в течение рабочего дня предлагается использовать «диаграмму спагетти» (рисунок 2).

Данный инструмент бережливого производства широко используется на предприятиях конвейерного типа, однако, ее можно адаптировать и на организации офисного типа. Например, обнаружив слишком большой разброс рабочих мест работников, выполняющих однородные функции, логично прийти к выводу, что лучше расположить сотрудников, выполняющих одну цепочку бизнес-процессов, максимально близко друг к другу.

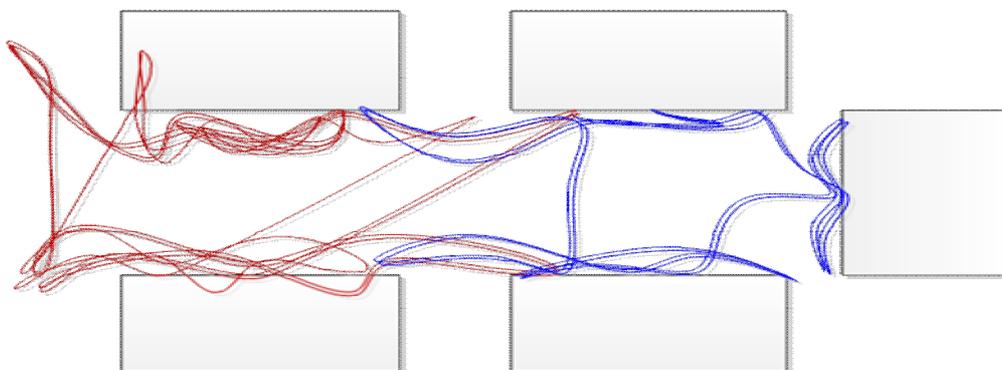


Рисунок 2. «Диagramма спагетти»

Для устранения потерь, связанных с влиянием человеческих факторов, мною предложено обратиться к такому инструменту как нормирование операций. Данный инструмент позволяет задать норму, т.е. усредненное время выполнения операции при единичном выполнении. Такая норма определяется в результате самооценки функций, хронометража или нормирования (таблица 3).

Таблица 3. Нормирование операций

№	Операция	Начало, конец шага, описание выполняемых работ	Показатель нагрузки	Общее время выполнения операции
1.1	Подготовка чернового варианта приказа	Начало – открытие шаблона приказа Конец – приказ согласован с руководителем	Количество приказов	8
1.2	Заявка на изготовление пропуска	Начало – открытие шаблона заявки Конец – заявка передана в канцелярию	Количество заявок	12
1.N	Название операции	Начало – ... Конец – ...	Количество операций	15
			Итого	35

Для подсчета оперативного времени выполнения задач (ОП), подготовительно-заключительного времени (ПЗ), затрат на отдых и личные надобности (ОЛН), а также времени потерь (НП) и затрат времени, связанных с

нарушением правил трудовой дисциплины (НТД), необходимо использовать такой инструмент как фотография рабочего времени (рисунок 3).

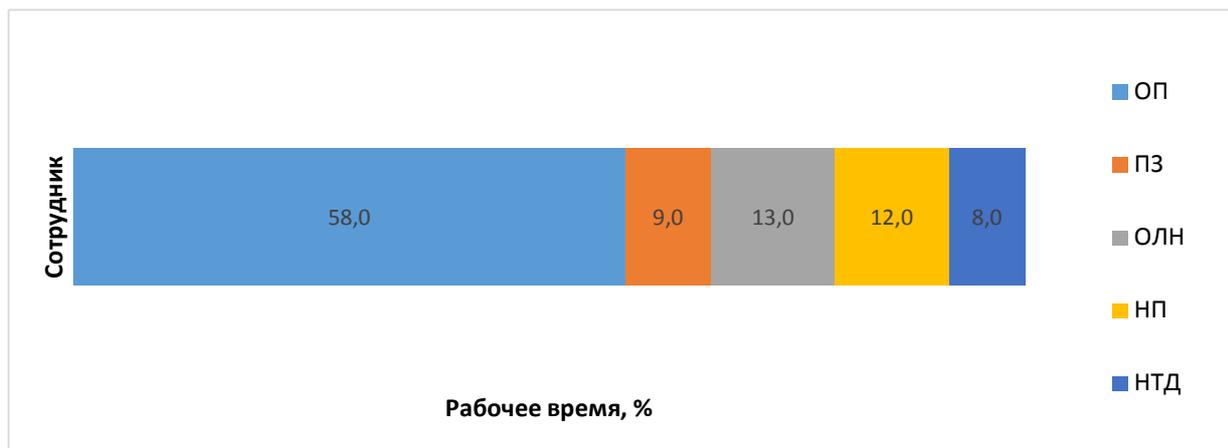


Рисунок 3. Фотография рабочего времени

Для выявления наиболее существенных факторов, влияющих на долю потерь в бизнес-процессах, целесообразно использовать диаграмму Каору Исикавы (рисунок 4). Данный метод используется при мозговом штурме и позволяет найти причины ведущих к началу проблем [7, с. 45–59]. Позволяет легко и просто организовать все проблемы и обратить внимание на самые важные, чтобы найти первопричину.

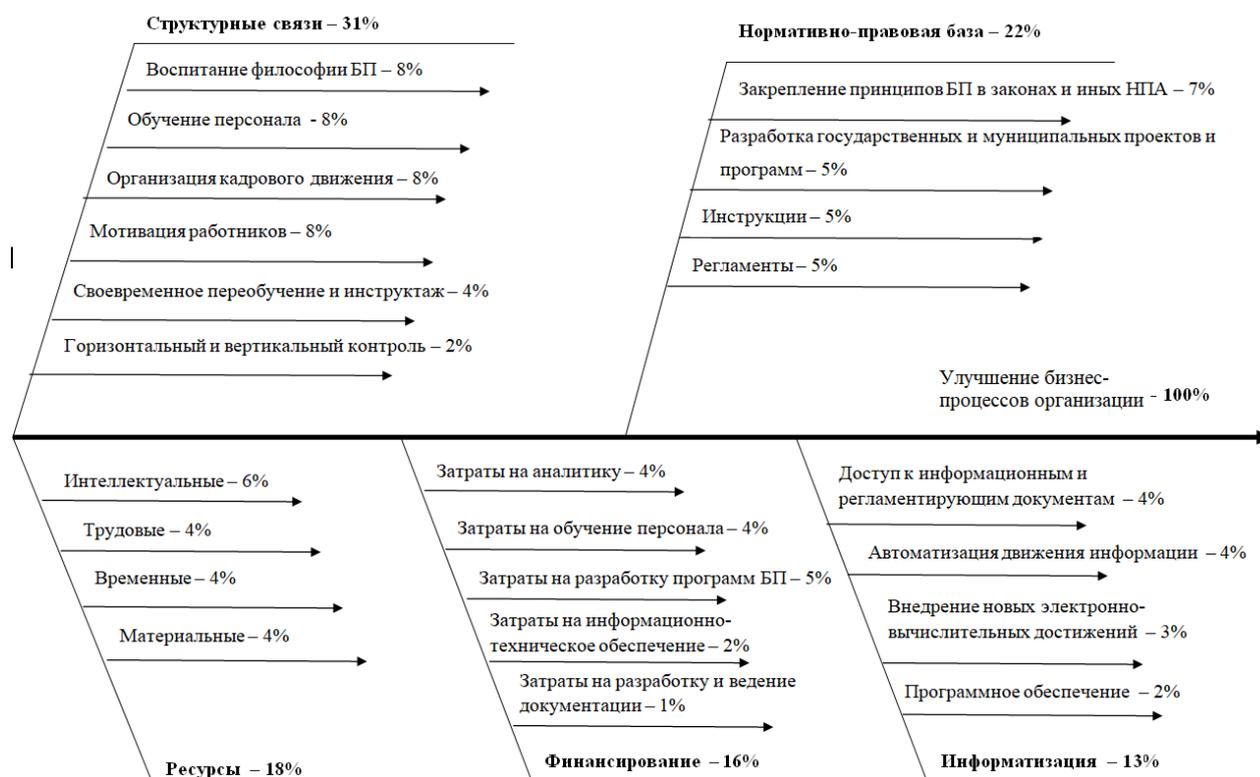


Рисунок 4. Диаграмма Каору Исикавы



Рисунок 5. Матрица инструментов бережливого производства

Таким образом, все использованные нами приемы можно объединить в матрицу инструментов бережливого производства (рисунок 5). Данная матрица отражает схему управления государственной организацией, исключая любые виды издержек или потерь, вовлекающая в процесс улучшений каждого сотрудника. Использование в дальнейшем предложенных инструментов поможет: упростить управление государственной организации, оптимизировать бизнес-процессы, грамотно организовать рабочее пространство, правильно организовать работу сотрудников, выявить наиболее существенные факторы, влияющие на долю потерь.

Процесс развития Lean-технологий в системе российского государственного и муниципального управления крайне перспективен. Новгородская область уже зарекомендовала себя как экономически развивающийся, исторически ценный, прогрессивный и благоприятный для обучения регион, которому необходимо развиваться в сфере современных управленческих технологий. В случае успешного внедрения принципов бережливого производства в работе организаций повысится эффективность выявления и решения проблем в управленческой системе, ускорит свое развитие деятельность по непрерывному совершенствованию рабочих процессов, повысится качество оценки эффективности сотрудников и результатов их работы, станет легче определять необходимые ресурсы для

организации и функционирования организационной системы, управленческое звено сможет эффективно осуществлять деятельность по выявлению потерь и управлению потоками создания ценностей.

1. Гегедюш Н.С., Мокеев М.М., Сергушко С.В., Гребенникова А.А. Государственное и муниципальное управление: краткий курс лекций. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2011. 237 с.

2. Голоктеев К.Н., Матвеев И.А. Управление производством: инструменты, которые работают. СПб.: Питер, 2008. 242 с.

3. Хорикири Тосио. Код Toyota. Секреты самого успешного производства в мире М.: Изд. дом Университета «Синергия», 2019. 304 с.

4. Джонс Дэниел Т., Вумек Джеймс П. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Паблишер, 2020. 472 с.

5. Майкл Ротер, Джон Шук. Учитесь видеть бизнес-процессы. Построение карт потоков создания ценности М.: Альпина Паблишер, 2008. 136 с.

6. Roberto Priolo, René Aernoudts, Michael Ballé. Planet Lean is the official online magazine of the Lean Global Network [Electronic resource]. URL: <https://planet-lean.com/>

7. Исикава К. Японские методы управления качеством: сокр. пер. с англ. / под ред. А.В. Глиева. М.: Экономика, 1988. 199 с.

УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ ОБРАЗОВАНИЯ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Жалнина П.А.¹, Науменко Н.В.²

¹ Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия;

² Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

MANAGEMENT OF THE EDUCATION SYSTEM IN SAINT-PETERSBURG

Zhalnina P.A.¹, Naumenko N.V.²

¹ Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia;

² Saint Petersburg State the University of Economics, Saint Petersburg, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье исследованы новые подходы к управлению образовательными системами в разных странах. В ходе обобщения теоретических исследований отечественных и зарубежных ученых авторами выявлены преимущества и недостатки различных моделей образовательной системы, дана сравнительная характеристика централизованной и децентрализованной моделей управления. В ходе анализа проблемных вопросов и поиска рационального решения, изучения общественного и экспертного мнения предложены рекомендации, адаптированные к российской системе образования при переходе к децентрализованной системе управления. Разработанные авторами рекомендации расширят полномочия субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления. Авторами изучено управление в системе образования в г. Санкт-Петербург на примере СПбГУ. Целью проводимого исследования является выявление существующих в практической деятельности важнейших проблем, их причин, нахождение рациональных или возможных путей решения вопросов.

Ключевые слова: децентрализация, модель управления, образование, система управления, централизация.

Abstract. The article "Models of management of the education system in the megalopolis of St. Petersburg" explores new approaches to the management of educational systems in different countries. In the course of generalizing theoretical studies of domestic and foreign scientists, the authors identified the advantages and disadvantages of various models of the educational system, a comparative characteristic of the centralized and decentralized management models is given. In the course of analyzing problematic issues and searching for a rational solution, studying public and expert opinion, recommendations are proposed that are adapted to the Russian education system during the transition to a decentralized management system. The recommendations developed by the authors will expand the powers of the constituent entities of the Russian Federation and local

self-government bodies. The authors studied management in the education system in St. Petersburg using the example of St. Petersburg State University. The purpose of the study is to identify the most important problems existing in practice, their causes, to find rational or possible ways to resolve issues.

Keywords: decentralization, management model, education, centralization management system.

В настоящее время в Российской Федерации управляет образовательной деятельностью Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29 декабря 2012 года [1]. В практической деятельности правовой документ имеет обширный список регулируемых вопросов, связанных с системой образования, и большое количество статей рекомендательного характера, методических материалов и стандартов. Основываясь на принципе Закона, безусловно приоритетное значение уровня образовательной системы как одной из основных платформ развития общества, можно сделать вывод о том, что регулирование образования имеет такую же важную роль, как регулирование труда, семейных отношений, уголовного права. Сфера образования является темой, которой интересуются не только средства массовой информации и органы властных структур, а и общество в целом, так как эта тема затрагивает каждого гражданина лично.

Система образования Российской Федерации представляет собой совокупность различных норм, регулирующих сферу образования, федеральных законов и законодательных актов на высшем уровне и на уровне ее отдельных регионов. В систему образования также входят методы, способы и принципы реализации законов, образовательных программ и движение по выбранному вектору развития в целом. Несмотря на положительные изменения в образовании, проводимые Министерством просвещения Российской Федерации, присутствуют и проблемы, которые требуют своевременного разрешения. К ним можно отнести недостаток финансирования, отставание уровня образования в регионах, недостаток молодых учителей, отсутствие престижа профессии учителя, маленькие зарплаты, общая направленность образовательных программ без учета индивидуальных характеристик обучающихся, «натаскивание» школьников на сдачу тестов, ЕГЭ и ОГЭ, а не качественное изучение предметов, плохая оснащенность школ в регионах, теория без практики.

Целью проводимого исследования является выявление существующих в практической деятельности важнейших проблем, их причин, нахождение рациональных или возможных путей решения вопросов. Задачами являются исследование существующей системы образования, анализ найденных вопросов и проблем, поиск рационального решения, изучение общественного и экспертного мнения. Предметом исследования является школьное образование Российской Федерации и проблемы, возникающие в процессе организации [2].

Ускоренное развитие технологического прогресса, в связи с пандемией вынужденный переход на дистанционную форму обучения требуют

совершенствования системы образования с использованием современных подходов организации образовательного процесса. Поэтому на современном этапе решение задачи повышения уровня образования исходит из системных мероприятий модернизации образовательной системы управления образованием. В целях повышения уровня управления образованием целесообразно изучить и внедрить опыт зарубежных государств с развитой экономикой. Такой подход поможет улучшить заимствование некоторых успешных практик управления зарубежных государств, поможет избежать ошибок в организации процесса в образовательной системе.

На мировом уровне практически все государства имеют свои национальные особенности в системе образования. Несмотря на имеющиеся различия во многих странах в системе образования применяются следующие модели управления: децентрализованная и централизованная. В мировой экономике принято считать, что централизованная модель больше подходит странам с унитарным государственным устройством. Однако на практике встречаются и государства с федеративным устройством с централизованной моделью как Франция [3, с. 69].

Таблица 1. Сравнительная характеристика централизованной и децентрализованной моделей управления образованием

Характеристика централизованной и децентрализованной моделей управления образованием	Централизованная модель управления образованием	Децентрализованная модель управления образованием
Основные властные полномочия на верхнем уровне власти	+	
Применение авторитарных методов управления в системе образования	+	
Быстрая адаптация к изменениям внешних условий, внедрение в систему мобильной системы управления		+
Формирование целостной единой системы управления национальным образованием	+	
Предоставление права на участие в управлении групп граждан (советы, комитеты родителей, учителей, детей классов и т.п.)		+
Формирование нового поколения населения, имеющего культурный и образовательный уровень в социуме	+	
Формирование частных общеобразовательных учреждений		+
Значительная часть денежных ресурсов поступает из высшего уровня управления	+	
Направления развития системой образования управляются субъектами государства		+

При формировании и внедрении в учреждениях системы образования децентрализованной модели управления, в отличие от централизованной, у органов государственной и местных властей появляется возможность по мере необходимости изменить, маневрировать полномочия в процессе управления. Такой подход позволяет быстро реагировать на рыночные конъюнктурные изменения, опасности и возможности, надвигающиеся от внешней среды самостоятельно без указаний от вышестоящих органов руководства.

В таких моделях государственного управления важнейшую роль в управлении образовательным процессом занимают территориальные комитеты, советы, а также заинтересованные лица – родители, преподаватели и другие, которые имеют реальную возможность оказать влияние на процесс образовательных учреждений. Проблемным аспектом такой модели считается образовательный уровень населения в разных регионах. Уровень образования в городских округах может значительно отличаться от образовательного уровня в сельской местности.

В системе управления образовательным процессом в Российской Федерации принята централизованная модель, которая стала наследством от бывшего СССР, на федеральном уровне определяются направления развития государственной образовательной системы, утверждаются важнейшие законы, общие стандарты, а также объем финансирования системы образования [1, с. 5–8].

Проведенные исследования показали, что в целом для российской образовательной системы характерны отдельные черты децентрализованной модели управления. Установлено, что между уровнями образовательной системы имеются разграничения полномочий: федеральным, региональным и местными. В статье 8 пункта 1 Федерального закона № 273 «Об образовании в Российской Федерации» записано, что различные субъекты имеют возможность разрабатывать и реализовывать региональные образовательные программы с учётом местных региональных особенностей субъектов Российской Федерации» [1, с. 12]. А в регионах сформированы комитеты управления образованием, региональные советы ректоров высших учебных заведений» [4, с. 77].

В структуре управления образовательного процесса государства децентрализованная модель позволяет федеральным властным структурам, муниципальным органам разрабатывать учебный план, применять новые технологии и программы образовательной деятельности. Специалисты, получившие образование в странах такого управления, имеют различия в уровне базовых знаний. Поэтому для каждого региона децентрализованная модель образовательного процесса индивидуальна. В некоторых странах с децентрализованной моделью управления преобладают частные школы с платным образованием. Поэтому в системе образования школы такого порядка считаются более чувствительными к изменениям рынка и внешней среды, адаптируют учебные программы обучения к новым изменениям, внедряют прогрессивные технологии в процессе обучения [5, с. 280].

Используя в процессе анализа комбинированный индекс уровня образования, Организация Объединённых Наций ежегодно составляет рейтинг эффективности различных государств в мировой образовательной системе [6]. Большинство мировых государств, имеющих децентрализованную модель управления, становятся лидерами рейтинга: Германия – 1-е место, Австрия – 2-е место, Новая Зеландия – 3-е место, Канада – 6-е место, Великобритания – 9-е место.

В рейтинговом списке среди государств мира с централизованной моделью управления в десятку стран входит только Ирландия (4-е место в рейтинге). Например, Япония занимает 19-е место, Россия – 27-е место, Франция – 33-е место, Сингапур – 36-е место, Китай – 92-е место.

В процессе исследования для России рекомендовано переходить к децентрализованной модели управления с поэтапной реализацией следующих программных мероприятий [7, с. 37]:

1. Предоставление полномочий субъектам Российской Федерации, местным органам управления и городским округам для обеспечения гибкости в системе образования.

2. Обеспечение региональным органам управления образованием возможности финансирования образовательных учреждений.

3. Предоставление возможности образовательным учреждениям изменять учебные планы с вводом новых технологий в процессе обучения.

4. Создать необходимые условия в образовательных учреждениях, чтобы заинтересованные лица принимали участие в совершенствовании управления процессом образования в регионах [8].

На сегодняшний день Санкт-Петербургский университет является крупнейшим научно-образовательным центром с постоянно расширяющейся базой для развития научной и учебной деятельности. Созданный современный Научный парк СПбГУ включает в себя 25 ресурсных центров. Его деятельность развивается по самым разнообразным направлениям, таким как: нанотехнологии и материаловедение, биомедицина и здоровье человека, информационные системы и технологии, а также экология и природопользование. В состав СПбГУ также входит Научная библиотека им. М. Горького, лучшая университетская библиотека России. В ней хранятся бесчисленное количество уникальных изданий, имеющих как научную, так и историческую ценность [8].

Несмотря на результаты в развитии инновационной инфраструктуры, в системе образования Санкт-Петербурга возникает необходимость продолжения дальнейшей реорганизации образовательной инфраструктуры мегаполиса. Кроме федеральных и региональных инновационных площадок дополнительно рекомендовано формировать следующие мероприятия:

– разработка и реализация мероприятий по поддержке образовательных учреждений: новые проекты и продукты, конкурсы разработки инновационных продуктов региона;

– разработка мероприятий пропаганды и внедрения прогрессивных практик, рекомендованных экспертизой [3].

На практике прием заявок учреждений образования на осуществление инновационной деятельности проводится с привлечением экспертов в процессе общественно-профессиональной экспертизы. В Санкт-Петербурге Советом образовательной политики сформировано экспертное сообщество из представителей научной общественности Новгородской и Ростовской областей из 122 человек. Участники экспертного сообщества оценивают представленные инновационные проекты на предмет их соответствия целям и обоснованности образовательной политики, а также инструментального обеспечения реализации представленных проектов.

В ходе исследования с учетом полученного опыта управления учреждениями системы образования Санкт-Петербурга сделаны следующие аналитические выводы:

– управление учреждениями образования может изменяться под влиянием различных внешних факторов социально-экономического развития;

– в системе управления инновационной деятельностью образовательных учреждений в части разработок целесообразно обеспечить коммерциализацию инновационных продуктов;

– изменение системы управления образовательными учреждениями влияет на все его подсистемы и участников образовательных отношений, обеспечивает повышение доступности качественного образования обучающихся;

– разработка и коммерциализация инновационных продуктов в образовательных учреждениях требуют финансовой поддержки.

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 08.04.2021).

2. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Данные исследования об отношении россиян к системе отечественного школьного образования от 2 сентября 2019 года [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9874> (дата обращения: 08.04.2021).

3. Братановский С.Н. Система управления образованием в России и организационно-правовые аспекты её совершенствования: монография. М.: РИОР, 2013. 202 с.

4. Садков В.Г. Управление качеством образования в регионах России: монография. М.: ОАО Издательская группа «Прогресс», 2007. 262 с.

5. Ткаченко В.В. Система управления образованием в зарубежных странах // Наука и образование: современные тренды. 2015. № 2 (8). С. 279.

6. Рейтинг стран мира по уровню образования. Гуманитарная энциклопедия: Исследования [Электронный ресурс]. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/education-index/education-index-info> (дата обращения: 08.04.2021).

7. Фокина Т.И. Проблемы управления образовательной системой в контексте трансформации образования России // Вестник непрерывного образования. 2015. № 2. С. 37.

8. Санкт-Петербургский государственный университет [сайт]. URL: <https://spbu.ru/> (дата обращения: 08.04.2021).

ЦИФРОВАЯ КОММЕРЦИЯ: СЕРВИСНО-ДОМИНАНТНАЯ ЛОГИКА И СОЗДАНИЕ ЦЕННОСТИ

Заврумова Б.З.

Пятигорский государственный университет, Ставропольский край, г. Пятигорск, Россия

E-mail: bellazavrumova@gmail.com

DIGITAL COMMERCE: SERVICE DOMINANT LOGIC AND VALUE CREATION

Zavrumova B.Z.

Pyatigorsk State University, Stavropol Region, Pyatigorsk, Russia

E-mail: bellazavrumova@gmail.com

Аннотация. Цифровая коммерция дает возможность покупать товары и услуги в Интернете без прямого контакта с людьми. Самостоятельный потребительский опыт стал большим объектом исследования в связи с быстро меняющейся рыночной конъюнктурой, современными технологиями и меняющимися тенденциями. Цифровая коммерция включает в себя все точки взаимодействия на протяжении всего пути потребителя. Это означает, что все процессы, инструменты и технологии, которые используются для создания онлайн-предложений, имеют решающее значение. Без понимания таких базовых понятий и терминов, как: наука об услугах, клиентоориентированность, доминирующая логика, создание ценности, сервисные инновации, может быть трудно сделать эффективное предложение на рынке в высококонкурентной среде. Данная статья позволяет лучше понять суть цифровой коммерции, сформировать представление о доминирующей сервисной логике, процессе создания ценности и инновациях в сфере услуг, показывает шаги, которые предпринимает компания на пути к клиентоориентированности. Статья также пытается ответить на вопрос: «Может ли клиентоориентированность быть действительно достигнута?».

Ключевые слова: наука о сервисе, клиентоориентированность, доминирующая логика, создание ценности, сервисные инновации.

Abstract. Digital commerce enables customers to buy products and services online without directly contacting human beings. This independent experience of a customer has become a great object of research due to rapidly changing market conditions, modern technologies, and evolving trends. Digital commerce covers all touchpoints along the entire consumer journey. This means that all processes, tools and technologies that are used to create an online offer are crucial. Without understanding basic concepts and terms as: service science, customer centricity, dominant logic, value creation, service innovation; it can be hard to make an effective offer on the market in a highly competitive industry. This article provides a better understanding of digital commerce, an insight into the dominant service logic, value creation process and service innovation, and shows the steps a company is taking on the road to customer centricity. The article also tries to answer this question: «Can customer centricity really be achieved?».

Keywords: service science; customer centricity, dominant logic, value creation, service innovation.

What is a Service? There are many definitions in literature, but simply a service is a process or a performance. We use and give different services every day and, in all cases, it requires “employment of knowledge and competences that one person or organization does for the benefit of another” [1, p. 205].

Focusing on the service is not only a trend of recent years, but also a good business management strategy. Improving the service at each point of a customer journey increases loyalty and profits. The line between product and quality of service is very blurred, and the service has become a part of the product itself. Many companies are expanding their ways of interacting with customers. Their websites and social networks are filled with useful information, companies are launching their own apps, and chatbots answer common questions.

“Service science is a study of services, service systems and value propositions.” [1, p. 205]. The importance of service science has greatly increased as markets have shifted to service economies. This has had an impact on the job market in particular. Now many job vacancies are based on information and services. Future information professionals have to see the big picture of economics based on information and find their place to fit in.

There is a lot to learn from Service Science. Here are some of the tools and principles that we already use as a result:

- Satisfaction measurement
- Performance measurement
- Innovations in services
- Service quality improvement
- Deep understating of needs

Customer-centric marketing & Service Dominant Logic

Customer-centric marketing is an approach that places the consumer's identity at the center of marketing strategy and communication. “The concept of customer centricity and its benefits have been discussed for more than 50 years. Despite this fact, many firms are still struggling to fully align themselves to the customer-centric paradigm.” [2, p. 113] The key point here is that there are some pragmatic pitfalls of customer-centric marketing. And the main question arises: should marketing management actually be customer centric?

In the study of Osborn P. and Ballantyne D. for the critical analysis, several dominant marketing frameworks had been chosen: 4P marketing mix, market-based assets, and customer equity. Scholars claim that “a firm-centric ‘value extracting’ logic is embedded into mainstream marketing frameworks” [3, p. 165]. If the goal of marketing is to find ways to match the logic of creating value for the customer and the logic of creating value for the firm, it is clear that marketing cannot achieve mutual value by creating reforms alone. Here is where the service-dominant logic takes place.

Firstly, what is dominant logic itself? Dominant logic refers to the fixed assets that the company uses to make a profit. Essentially, this is an interpretation of how the company has succeeded. It describes the cultural norms and beliefs that guide the company.

Service dominant logic is a perspective that provides a new view on the value creation through exchange among configuration of actors. The idea of value co-creation is a debatable topic among scholars in the rapidly evolving SD logic.

Today we find ourselves in a service economy. Companies are actively trying to transition from thinking of themselves as manufacturing companies to representation as service companies. At the same time IBM is spearheading an effort to define a service science, a discipline, aimed to support the transition. This is where service marketing, service operations, service factories appear.

Prof. Stephen Vargo states that “these transactions are more apparent than real” [4]. Vargo says that we’ve been actually using the wrong logic, that he calls “arm flapping logic”. The professor gives an example of how humans failed learning to fly thousands of years ago by flapping arms and imitating birds. When humans changed this approach to airfoil logic, we acquired the ability to fly hundreds of miles an hour. Vargo claims that the right logic and approach would give us the ability to solve problems much easier.

There was a time when the focus was on the “efficiencies in the production of tangible outputs” [5, p. 15]. A goods-orientated and output-based model was fundamental to the Industrial Revolution. The focus shifted from tangibles to intangibles, from the producer to the customer, from what is exchanged on the process of exchange.

In 2004 Vargo and Lusch emphasized, that the service-centered dominant logic of marketing may replace a traditional goods-centered paradigm. In the later study of Vargo and Lusch of 2014 it was reemphasized that concepts of G-dominant logic and S-dominant logic “should not be seen as binary alternatives but rather nested and, more generally, goods logic is thus seen as nested in S-D logic, rather than replaced by it.” [6, p. 247].

Value creation in Digital Commerce

Value is a “preferential judgment that beneficiaries make” [3, p. 157]. Logically, there are two points of view on customer value: 1) Customer perceives value from services and products they get. 2) Firms gain value from customers. Here it is important to emphasize that “customer-centric firms” make the customer value preferential.

Value creation is a process through which the user becomes better off in some respect [7] or which increases the customer’s well-being [8]. Central to service-dominant logic is the proposition that the customer is invited to become a co-creator of value and the firm is in charge of a value-creating process. It means that the user creates value for other users.

Example: MAC cosmetics proposes Kate Clapp (beauty and travel blogger very famous in the Russian Federation, has 5 million subscribers) to make her own named lipstick.

This barter proposal is perfect for an active MAC user (it was mentioned in her blog before the “collaboration”). She helps MAC to make the lipstick by choosing the right color and texture for her audience, shoots the vlog for the company, where Kate shows the production and prototypes. Kate gets likes and named lipstick, followers get the product from the idol, MAC gets new users [9].

But is this a value co-creation? “The firm that provides the customer with such resources cannot logically be a value creator on equal terms with the customer” [10, p. 288]. There should be another role for the firm, because resources that a customer uses for the value creation are made by someone. That’s why firms *facilitate customers creation* [7, p. 307]. According to Grönroos, the value co-creation is possible only through *the direct interaction*, though there may be both positive and negative (value-destruction) impacts on the process of customer value-creation.

Steps to customer centricity

The study of Hemel and Rademakers “Building Customer-centric Organizations Shaping” uncovers 9 steps for customer orientation to develop customer centricity:

- To be agile: to be more flexible and fast adapting to new conditions and surroundings.
- To not to lose touch with the customer: direct interaction on every stage of customer journey.
- To change and turn the corporate upside down.
- To team up: communication between departments, collaboration as a team around the customer.
- To find the balance between the empowerment and the guidance: the employee motivation and encouragement, tools and technology providing, no restrictive job descriptions.
- To intense relativity to the customer experience: to move to measures related to customer experience.
- To recruit for the right mind-set: not to overvalue the experience and let the employees to leave.
- To ensure active customer participation: customer’s engagement into value creation process.
- To be proactive: monitor insights from customers, see the other trends.

Also, it is emphasized in the in the study that there are particular challenges that the firm may face while going through these steps:

- To avoid the judgment and a culture of fear (not to punish those who make decisions).
- To not to overwhelm the customer with the variety and keep a clear focus on range of services.

– To stay away from the quarterly run for results, making a long-term strategy [11, p. 219].

Customer-centric or customer-focused?

The reality is that companies usually just focus on the customer ("customer-focused" approach), but do not see it as the reason and purpose for what they do ("customer-centric" approach). It may be seen just as a game of words (especially for a Russian speaking person these expressions are translated identically), but there is a big difference between these two approaches.

Companies that focus on the client only think about what to provide for their clients - that's all. The relationship between such a brand and its customers is more transactional: the customer pays for the product or service; the company meets its obligations. The firm, which is fully committed to the client, sees every new customer as a member of its family. Such companies strive not only to meet the needs of their clients – but they also make any experience of interaction with the brand excellent.

Another major difference between these levels is that organizations that focus on customers tend to think reactively, while "customer-centric" firms are proactive in their activities. Yes, "customer-focused" companies will always strive to give the client exactly what they expect to get - but they will not do anything until the client himself clearly indicates his own desires.

On the contrary, "customer-centric" firms can anticipate the needs of their customers. Which means they can satisfy them before they even receive a request from customers. Obviously, the service provided by the first organizations is not necessarily disappointing, it simply leaves much to be desired. It is "the best" and distinguishes them from the latter.

Service Innovation

“Service innovation is a key source of competitive differentiation across firms and markets.” [12, p. 284]. Basically, service innovation is a process that is based on a systematic method. Very often innovation in this particular respect relates not to the technology itself, but to non-related spheres. There are three main empirically driven views of service innovations: assimilation, demarcation, synthesis.

Assimilation assumes that service and manufacturing activities are equal to each other. This leads to the fact that service and product innovation are not acknowledged. Demarcation points out special characteristics of services and the need for unique models and theories to understand the nature and dynamics of service innovation. Synthesis characterizes the service innovation as multidimensional and with no dominant paradigm.

The increasing interest in customer experiences, service ecosystems, and resource integration as part of value co-creation, especially in studies informed by Service Dominant logic has prompted the need of experiential and systemic archetypes of service innovation [12, p. 286].

Helkkula points out 4 archetypes. Each of them focusses and contribute to value creation differently:

The output-based archetype of SI:

Focuses on the service innovation as a multivariable construction related to the outputs of the process of innovation. The main contribution – valuable achievements. For example: Financial performance and value exchange are reflected in the measures of profitability and sales impact.

The process-based archetype of S:

Focuses on applying new ideas in completely different ways. Entails a distinction between a service innovation process and a service process innovation.

The systemic archetype of SI:

Presents the service as an eco-system. Broadens the scope of service innovation by emphasizing this totality and incorporating actors in the market in “seeking to understand the service innovation and its environment” [12, p. 289].

The experiential archetype of SI

This type focuses on the individual service innovation experience and how the customer understands it. Determination of a subjective sensemaking and experience as a service innovation.

Conclusion

True customer centricity.

From my point of view, true customer centricity cannot be reached. In the ideal world the customer gets everything for nothing. The main goal of the firm will always be getting the profit from making any service or product. The goals of a firm and a customer in their essence don't match each other. And in this contradiction lies the main problem of customer centricity.

The firm can define customers into groups and make specific personas for every single product or service. It can also target its audience. But for now, it is impossible to cover all needs of every single customer. Companies sell ready-made solutions for a specific request or they create a need for a service or product that customers didn't have before.

Even though the customer centricity has some debatable questions, without this approach there is no way for the firm to survive in the service economy. Deep understanding of the topic may help companies to find the right place in a fast-changing environment.

The main challenge of a service economy.

The main challenge that a service economy pose toward marketing lies in human nature. People sometimes don't know what they want. Also, people more and more think about what information they share about themselves. Firms have to collect vast quantities of data about their customers in pursuit of “customer centricity”. Another challenge is building trust with users and providing a satisfying customer journey.

Challenges towards customer centricity.

Practical implications and challenges towards customer centricity:

- Functional isolation of company departments prevents the exchange of client data.
- The culture is not built around customer needs.
- Lack of key data management technologies.
- There is no general understanding of customer-centricity.
- Insufficient experience in data analysis.
- Focus on sales, not on the customer.

Service Innovations

Customer centricity is not a driver for service innovation. Humans currently live in a time when all their basic needs are easily met. And the reason why the firms still invent and produce new goods and services is that they innovate and not co-innovate with a customer. But at the same time, it is important to see the trends and involve the customers in the process of value creation.

-
1. Grandbois Y. de The business of Service Science // Business Information Review. 2013. № 4 (30). P. 204–209.
 2. Shah D. [et al.]. The Path to Customer Centricity // Journal of Service Research. 2006. № 2 (9). P. 113–124.
 3. Osborne P., Ballantyne D. The paradigmatic pitfalls of customer-centric marketing // Marketing Theory. 2012. № 2 (12). P. 155–172.
 4. Vargo S.L., Service-dominant logic: Basics, Developments and State-of-the-art // Symposium Service-Dominant Logic. University of Bayreuth. 2009 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=J1h4JQ7bTmA> (дата обращения: 10.02.2021).
 5. Vargo S.L., Lusch R.F. Evolving to a New Dominant Logic for Marketing // Journal of Marketing. 2004. № 1 (68). P. 1–17.
 6. Vargo S.L., Lusch R.F. Inversions of service-dominant logic // Marketing Theory. 2014. № 3 (14). P. 239–248.
 7. Grönroos C. Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? // European Business Review. 2008. № 4 (20). P. 298–314.
 8. Vargo S.L., Maglio P.P., Akaka M.A. On value and value co-creation: A service systems and service logic perspective // European Management Journal. 2008. № 3 (26). P. 145–152.
 9. MAC x Kate Clapp // Talented Master Blog [Электронный ресурс]. URL: <https://bestbuybeautysupplymiami.com/mac-x-kate-clapp/> (дата обращения: 27.06.2020).
 10. Grönroos C. Value co-creation in service logic: A critical analysis // Marketing Theory. 2011. № 3 (11). P. 279–301.

11. Hemel C. van den, Rademakers M.F. Building Customer-centric Organizations: Shaping Factors and Barriers // Journal of Creating Value. 2016. № 2 (2). P. 211–230.

12. Helkkula A., Kowalkowski C., Tronvoll B. Archetypes of Service Innovation: Implications for Value Cocreation // Journal of Service Research. 2018. № 3 (21). P. 284–301.

КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ И ОБЪЕКТИВНАЯ ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Кукушина О.С., Александрова Е.С.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

COMPREHENSIVE ANALYSIS AND OBJECTIVE EVALUATION PROBABILITY OF THE BANKRUPTCY OF THE ENTERPRISE IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Kukushina O.S., Alexandrova E.S.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу вероятности пессимистичного варианта развития предприятия в условиях экономической нестабильности. На сегодняшний день банкротство предприятий – достаточно распространенное явление. Повышение эффективности деятельности предприятия укрепляет его конкурентные позиции.

Неплатёжеспособность, банкротство, неустойчивое финансовое положение вероятны для любого предприятия. Предприятию важно владеть комплексной информацией в целях предупреждения наступления негативных финансовых последствий. Стабильная работа предприятия в будущей перспективе заключается в непрерывности финансовой деятельности. Банкротство предприятий имеет социально-негативные последствия для экономики страны. Модели оценки вероятности банкротства не имеют ограничений и подходят для исследования предприятий с любым видом хозяйственной деятельности.

Правильно выбранная и качественная методика оценки вероятности банкротства позволит своевременно предотвратить риск банкротства. В данной статье рассматриваются отечественные и зарубежные методики оценки вероятности банкротства предприятия. Базируясь на показателях бухгалтерской отчетности, проведена оценка вероятности банкротства ООО «СпецСнаб». На основе нормативных значений и рассчитанных коэффициентов сформирован вывод об угрозе наступления банкротства.

Умение предприятия оперативно реагировать на изменяющиеся условия внешней среды поддерживает его финансовое состояние и обеспечивает экономическое развитие в будущем.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, прогнозирование риска, банкротство предприятия, несостоятельность, модели банкротства.

Abstract. The article is devoted to the analysis of the likelihood of a pessimistic variant of the development of an enterprise in conditions of economic instability. Today the bankruptcy of

enterprises is quite widespread. Improving the efficiency of the enterprise strengthens its competitive position.

Insolvency, bankruptcy, precarious financial position is likely for any enterprise. It is important for an enterprise to have comprehensive information in order to prevent the onset of negative financial consequences. The stable operation of the enterprise in the future is based on the continuity financial activities. The bankruptcy of enterprises has socially negative consequences for the country's economy. The models for assessing the likelihood of bankruptcy are not limited and suitable for research of enterprises with any kind of economic activity.

The developed foreign and domestic models for assessing the likelihood of bankruptcy have no restrictions and are suitable for studying enterprises with any type, form and scale of economic activity.

A correctly selected and high-quality method for assessing the likelihood of bankruptcy will help prevent the risk of bankruptcy in a timely manner. This article examines domestic and foreign methods for assessing the likelihood of bankruptcy of an enterprise. Based on the indicators of the financial statements, an assessment of the probability of bankruptcy of ООО «SpetsSnab» was carried out. Based on the standard values of the calculated coefficients, a conclusion is made about the threat of bankruptcy.

The ability of an enterprise to respond quickly to changing environmental conditions maintains its financial condition and ensures economic development in the future.

Keywords: financial stability, risk prediction, bankruptcy of an enterprise, insolvency, models of bankruptcy.

Ежегодный рост количества предприятий-банкротов говорит о важности своевременного и качественного проведения анализа с помощью существующих методик оценки вероятности банкротства.

Банкротство предприятия – это неспособность должника своевременно исполнять свои обязательства перед кредиторами, признанная судом. В 2020 году количество предприятий-банкротов в России было наибольшим за последние 20 лет. По данным сведений ЕГРЮЛ, по состоянию на 01.02.2021 г. было ликвидировано 545 600 предприятий. По статистике только в 30% случаев предприятиям удается сохранить своё положение и платежеспособность. Сложность своевременного определения неплатежеспособности предприятия требует новых подходов к восстановлению платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия.

В экономической литературе выделяют внутренние и внешние причины банкротства предприятий (таблица 1).

Таблица 1. Причины банкротства предприятий

Внутренние	Внешние
Низкий уровень оборотных средств	Экономические
Устаревшая техника производства, оборудование	Политические
Наличие займов у недобросовестных контрагентов	Демографические
Ухудшение финансового состояния предприятия	Жесткая конкуренция

Снижение платежеспособности потребительского спроса и замедленное восстановление инвестиционной активности предприятия являются основными причинами банкротства.

Для предприятий важно предсказать возникновение банкротства и предусмотреть мероприятия по его предотвращению. Несвоевременно выявленные финансовые проблемы оказывают негативное влияние на деятельность предприятия в целом.

Специфика условий функционирования предприятий в России требует учитывать особенности отрасли и структуру капитала предприятия в моделях прогнозирования риска финансовой несостоятельности. В зависимости от особенностей деятельности предприятия, его внешней среды, перспектив развития возможно использование разнообразных концепций, подходов и методик оценки эффективности управления финансовой устойчивостью предприятия. Репрезентативность, объективность оценки вероятности банкротства и восстановление платёжеспособности предприятия находится в зависимости от учета интересов всех участников экономических взаимоотношений. В процессе экономического анализа важно объективно оценить структуру бухгалтерского баланса [1, с. 6].

Модель деятельности предприятия можно представить в виде балансового уравнения, которое связывает и систематизирует основные элементы баланса (активы, капитал и обязательства).

Предприятие как участник экономических отношений является базовым источником информации для лиц, которые имеют фактический и потенциальный интерес. К основным группам лиц относят: собственников, инвесторов, менеджеров и контрагентов. Факт существования компании как юридического лица и начальный капитал обеспечивают собственники предприятия. Долгосрочное финансирование деятельности предприятия, основанное на стратегических и тактических целях, обеспечивается инвесторами. В устойчивости деятельности предприятия на краткосрочную и долгосрочную перспективу заинтересованы менеджеры и контрагенты.

Определение финансового состояния предприятия дает представление об эффективности управления его финансовыми ресурсами в течение отчетного периода. Существуют различные методы и критерии оценки финансового состояния предприятия. Качественная и количественная характеристика финансовой деятельности предприятия позволяет обосновать и выбрать модель управления его деловой активностью.

Таблица 2. Комплексная оценка финансового состояния ООО «СпецСнаб»

Показатель	Начало периода (К факт)	Конец периода (К факт)	Оптимальное значение (К баз)
Коэффициент денежной ликвидности	0,53	0,12	0,05
Коэффициент текущей ликвидности	0,91	0,87	1,5
Коэффициент обеспеченности запасов	1,31	1,06	1,0
Коэффициент концентрации собственного капитала	5,02	5,50	1,66
Коэффициент срочной ликвидности	0,72	0,32	1,0
Собственные оборотные средства	1,31	1,06	0,5
Коэффициент автономии	0,19	0,18	0,6
Рентабельность капитала	0,23	0,35	0,15
Рентабельность продаж	0,53	0,59	0,15
Комплексная оценка финансового состояния	2,52	2,18	2–3

Такая оценка позволяет учесть важные показатели производственной и финансово-хозяйственной деятельности предприятия: эффективность использования финансовых и производственных ресурсов, производственный потенциал предприятия, рентабельность продаж, состояние источников размещения средств.

Комплексная оценка финансового состояния предприятия помогает определить наиболее слабые стороны его финансовой деятельности. На начало отчетного периода комплексная оценка – 2,52, а на конец – 2,18. Финансовое состояние предприятия соответствует нормативному значению, несмотря на ухудшение показателя на конец периода. Расчет комплексной оценки финансового состояния на начало и конец анализируемого периода показал невыдержанные соотношения между нормативными значениями и рассчитанными показателями. Коэффициент концентрации собственного капитала имеет максимальное отклонение – 3,84, отклонение рентабельности продаж – 0,44 и коэффициент текущей ликвидности – 0,63.

Экономическая сущность отклонения данных показателей может быть вызвана следующими причинами [2, с. 10]:

- неэффективное осуществление расчетно-платежной дисциплины, значительное превышение дебиторской задолженности (24,3 дня) над кредиторской задолженностью (11,5 дня), а также низкое значение коэффициента быстрой ликвидности;

- значительная иммобилизация рабочего капитала предприятия 6788 тыс. руб.;

– низкое значение коэффициента текущей ликвидности является причиной нерациональной структуры соотношения основного капитала (75%) и оборотного капитала (25%).

Для оценки вероятности банкротства в хозяйственной деятельности предприятий используются различные методы оценки.

Детальный анализ и оценка с использованием нескольких моделей, т.е. комплексный и системный анализ, позволяют формировать более объективный прогноз текущих и перспективных направлений развития деятельности предприятия [2, с. 11].

Определение типа финансовой устойчивости позволяет выбрать способы выхода из неустойчивого и кризисного финансового состояния предприятия. За счет прибыли и привлечения целесообразных кредитов пополняются источники формирования запасов предприятия и оптимизируется их структура.

Таблица 3. Расчет вероятности банкротства ООО «СпецСнаб» на основе различных методик

Модель	Формула расчета	Оценка банкротства
Э. Альтман	$Z=1,2 \times X_1 + 1,4 \times X_2 + 3,3 \times X_3 + 0,6 \times X_4 + X_5$, где: X_1 – <i>Оборотный капитал/Активы</i> ; X_2 – <i>Нераспределенная прибыль/Активы</i> ; X_3 – <i>Операционная прибыль/Активы</i> ; X_4 – <i>Собственный капитал/Обязательства</i> ; X_5 – <i>Выручка/Активы</i>	$Z=1,2 \times 0,73 + 1,4 \times 0,19 + 3,3 \times 0,06 + 0,6 \times 1,24 + 10,025 = 12,1$ $Z > 2,9$ предприятие финансово устойчиво
Р. Таффлер	$Z=0,53 \times X_1 + 0,13 \times X_2 + 0,18 \times X_3 + 0,16 \times X_4$, где: X_1 – соотношение чистой прибыли и краткосрочных обязательств; X_2 – соотношение оборотных активов с суммой обязательств; X_3 – соотношение краткосрочных обязательств с активами; X_4 – соотношение выручки от реализации с активами	$Z=0,53 \times 0,467 + 0,13 + 0,18 \times 0,117 + 0,16 \times 10,025 = 2,002$ $Z > -0,3$ вероятность банкротства мала, зеленая зона
Р. Лис	$Z=0,063 \times X_1 + 0,092 \times X_2 + 0,057 \times X_3 + 0,001 \times X_4$, где: X_1 – соотношение оборотного капитала с активами; X_2 – соотношение прибыли от реализации с активами; X_3 – соотношение нераспределенной прибыли с активами; X_4 – соотношение собственного и заемного капитала	$Z=0,063 \times 0,73 + 0,092 \times 10,025 + 0,057 \times 0,198 + 0,001 \times 1,701 = 0,98$ $Z > 0,037$ предприятие финансово устойчиво

Продолжение таблицы 3

<p>А.Ю. Беликова- Давыдова</p>	<p>$Z=8,38 \times X_1 + 1 \times X_2 + 0,054 \times X_3 + 0,63 \times X_4$, где: X 1 – соотношение оборотного капитала с активами; X 2 – отношение чистой прибыли к собственному капиталу; X 3 – соотношение выручки с активами; X 4 – отношение чистой прибыли к себестоимости</p>	<p>$Z=8,38 \times 0,73 + 1 \times 0,054 + 0,054 \times 10,025 + 0,63 \times (-0,005) = 6,709$ $Z > 0,42$ риск банкротства минимальный</p>
<p>Г.В. Савицкая</p>	<p>$Z=0,111 \times X_1 + 13,23 \times X_2 + 1,667 \times X_3 + 0,515 \times X_4 + 3,8 \times X_5$, где: X 1 – Собственный капитал / Оборотные активы; X 2 – Оборотный капитал/Капитал; X 3 – Выручка/Среднегодовая величина активов; X 4 – Чистая прибыль/Активы; X 5 – Собственный капитал/Активы</p>	<p>$Z=0,111 \times 0,271 + 13,23 \times 0 + 1,66 \times 11,173 + 0,515 \times 0,054 + 3,8 \times 0 = 18,6$ $Z > 8$ риск банкротства отсутствует</p>
<p>Н.Н. Селезнева и А.Ф. Ионова</p>	<p>$Z = 25 \times X_1 + 25 \times X_2 + 20 \times X_3 + 20 \times X_4 + 10 \times X_5$, где: X 1 – Выручка/Средняя величина запасов; X 2 – Оборотные активы/Краткосрочные обязательства; X 3 – Собственный капитал/Краткосрочные + Долгосрочные обязательства; X 4 – Чистая прибыль/Активы; X 5 – Чистая прибыль/Выручка</p>	<p>$Z=25 \times 70 + 25 \times 6,26 + 20 \times 1,7 + 20 \times 0,054 + 10 \times 0,005 = 1941,63$ $Z > 100$ финансово устойчиво предприятие</p>

Более точно конечные результаты хозяйственной деятельности предприятия характеризуют показатели рентабельности. Величина рентабельности отражает соотношение эффекта с используемыми ресурсами. Рентабельность применяется, когда необходимо оценить деятельность предприятия как инструмент инвестиционной политики и ценообразования финансово-хозяйственной деятельности. Она помогает оценить прибыльность разных направлений деятельности (производственной, инвестиционной, финансовой) [3, с. 50]. Рентабельность отражает взаимодействие всей совокупности внутренних и внешних условий деятельности предприятия, его способность нивелировать вызовы внешней среды.

Таблица 4. Анализ рентабельности ООО «СпецСнаб»

Показатель	Значение, %, или руб.		Изменение	
	2018 г.	2019 г.	2019 г. к 2018 г.	± %
Рентабельность продаж	0,53	0,54	0,01	0,02
Рентабельность продаж по ЕВІТ	125,6	101,4	-24,2	-0,2
Рентабельность продаж по чистой прибыли	32,3	27,4	-4,9	-0,15
Справочно: Прибыль от продаж на рубль, вложенный в производство и реализацию продукции	219	28	-191	-0,9

С помощью системы показателей рентабельности и их динамики можно оценить эффективность различных аспектов деятельности предприятия, качества его прибыли и потенциала развития.

С 01.01.2018 по 31.12.2019 г. рентабельность продаж по ЕВІТ составила 101,4%. Это значит, что в каждом рубле выручки ООО «СпецСнаб» содержалось 101,4 копеек прибыли до налогообложения и процентов к уплате.

Снижение рентабельности продаж по чистой прибыли означает уменьшение доли прибыли в каждом рубле выручки в 2019 году на 4,9% в сравнении с 2018 годом.

ООО «СпецСнаб» необходимо более эффективно планировать, регулировать и организовывать работу факторов внутренней среды и адаптировать их к внешним условиям. Снижение рентабельности характеризует спад эффективности использования вложенных в реализацию товаров денежных средств. Предприятию следует пересмотреть политику ценообразования. Несмотря на оптимистичный прогноз финансового состояния, ООО «СпецСнаб» имеет риск его ухудшения.

Для эффективной деятельности предприятию необходимо располагать собственным, стабильным капиталом, поддерживать оптимальность его органической структуры и наращивать его рыночную стоимость. Финансовая устойчивость характеризуется показателем чистых активов. Чистые активы должны быть положительным числом и превышать уставный капитал предприятия [4, с. 17]. Это позволяет предприятию своевременно платить по своим обязательствам, иметь платёжеспособность в данный момент и на перспективу своего развития.

Финансовая устойчивость предприятия означает согласованность объёмов капитала и товарной продукции, доходов и расходов и источников их формирования. Устойчивое финансовое состояние обеспечивает предприятие необходимыми ресурсами для выполнения плана финансово-хозяйственной деятельности.

Для постоянного поддержания рентабельности, оптимальной структуры капитала и обеспечения устойчивости финансового состояния ООО «СпецСнаб» необходимо постоянно контролировать основные показатели хозяйственной деятельности и улучшать их.

Быстрота и масштабность технологических изменений, научно-технический прогресс экономической жизни общества повышают значимость использования различных методов прогнозирования и оценки вероятности банкротства предприятий.

Благодаря экономическому развитию предприятия повышается его устойчивость к вызовам внешней среды и сглаживаются негативные последствия её влияния, обеспечивая устойчивое функционирование в критических ситуациях, например, в условиях экономической рецессии.

Анализ оценки вероятности банкротства показал, что в течение одного исследования финансовой устойчивости и вероятности банкротства полученные выводы весьма противоречивы. Ни одно предприятие в период финансового благополучия и роста не может быть точно уверено в распространении такого состояния на будущую перспективу развития. Точность и репрезентативность результатов анализа, основанных на использовании нескольких методик, должны быть комплексными и системными и помогать в разработке направлений экономического оздоровления предприятия как базовой структуры экономики региона и страны.

1. Грачев А.В. Организация и управление финансовой устойчивостью // Финансовый менеджмент. 2018. № 1. 6 с.

2. Евстропов М.В. Оценка возможностей прогнозирования банкротства предприятий в России // Вестник ОГУ. 2019. № 3. С. 10–11.

3. Крайнова К.А. Методика анализа финансовой устойчивости предприятия // Молодой ученый. 2018. № 11-3. 50 с.

4. Крейнина М.Н. Финансовая устойчивость предприятия: оценка и принятие решений // Финансовый менеджмент. 2019. № 12. 17 с.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ НАДОМНОГО СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОЖИЛОГО НАСЕЛЕНИЯ

Куприянова Т.Н., Никифорова Е.П.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

METHODOLOGICAL APPROACHES AND INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ORGANIZATION OF HOME SOCIAL SERVICES OF THE ELDERLY POPULATION

Kupriyanova T.N., Nikiforova E.P.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье представлены ключевые подходы по использованию IT-решений для обеспечения эргономичной жизнедеятельности, повышения комфорта, безопасности пожилых людей на основе кластерной кооперации партнеров-поставщиков социальных и иных услуг через «Call-центр», с привлечением ресурса самих пожилых – серебряных волонтеров, а также профильных ресурсных центров, созданных в результате пандемии. Предлагаемая модель решения проблем обеспечения жизнедеятельности населения старших возрастных групп на практике может быть реализована с помощью пилотного проекта в регионе, что позволит сформировать типовые алгоритмы оказания помощи в новом цифровом пространстве, даст возможность дополнить правовые аспекты эффективного взаимодействия участников. Использование IT-технологий по направлениям: технологии информирования, технологии предупреждения, технологии вовлечения экономят ресурсы участников. Создание диспетчерского «Call-центра» (далее – «Call-центр») – инновационный шаг для формирования эргономичной экосистемы предоставления социальных и иных услуг людям пенсионного возраста на основе объединения и использования потенциала волонтерских и бизнес-партнерских инициатив – как координатор повысит оперативность и будет способствовать качеству жизнедеятельности пожилых через использование IT-возможностей рынка.

Ключевые слова: социальное обслуживание, инновации, телемедицина, проект, пожилые, IT-решения, социальные инновации, кластер, волонтеры, бизнес-партнеры.

Abstract. The article presents the key approaches to the use of IT solutions to ensure the ergonomics of life, increase comfort, and safety of the elderly based on cluster interaction of partners-suppliers of social and other services and services for the elderly through the Call Center (hereinafter the Call Center). The proposed model for a comprehensive solution to the problems of

ensuring the vital functions of the population of older age groups with the help of pilot projects will make it possible to form standard algorithms for providing assistance in the new digital space and will clarify the legal aspects of interaction between cluster participants.

The creation of a dispatching "Call-center" - an innovative step towards the formation of an ergonomic ecosystem for the provision of social and other services to people of retirement age by combining and using the potential of volunteer initiatives and business partnerships - will serve to increase the availability and improve the quality of life of older people by expanding the capabilities of IT- offers of the modern market. Modern IT technologies in the areas of information, notification and interaction provide new opportunities for various formats of providing social and other services to senior citizens.

Keywords: social service, innovation, telemedicine, project, elderly, IT solutions, social innovation, cluster, volunteers, business partners.

Анализ научной литературы по вопросам методологии социального обслуживания пожилого населения не позволяет говорить о достаточной глубине исследования вопроса [1, 2]. При этом изучение теории и практики работы данной сферы делает возможным выделить составляющие и сформировать основные методические подходы к проектированию темы:

– определение приоритетов развития системы социального обслуживания и здравоохранения пожилых людей в условиях цифровизации экономики;

– обеспечение законодательного регулирования в сфере формирования единой нормативно-правовой базы в области социально-медицинского обслуживания;

– организация научно-методического обеспечения развития системы социального обслуживания и гериатрии.

Приоритетные направления Мадридского международного плана действий по проблемам старения 2002 года (одобрен на основе консенсуса Генеральной ассамблеей ООН) и «Стратегия действий в интересах граждан старшего поколения в Российской Федерации до 2025 года» (распоряжение Правительства РФ от 05.02.2016 г. № 164-р) (далее – Стратегия) предлагают активнее переходить «от стареющего общества к обществу для всех возрастов». «Стратегия» разработана в целях координации деятельности государственных и общественных институтов для решения существующих проблем граждан старшего поколения и обусловлена складывающимися демографическими тенденциями старения населения Российской Федерации и необходимостью определения новых государственных и общественных целей и задач в отношении граждан старшего поколения и общества в целом. Авторы, изучая сложившуюся на территории Новгородской области ситуацию, в рамках постулатов «Стратегии» предлагают инновационные решения по инклюзии пожилых людей в сферу современных IT-технологий.

На начало 2020 года доля пожилого населения Российской Федерации составляла 15,5% и увеличилась за год на 0,5 процентного пункта [3], и Новгородский регион не является исключением. В Новгородской области на 1 января 2020 г. проживало 596 508 чел., при этом лиц старше трудоспособного

возраста (старше 60 лет) 173 592 чел., что составляет 29% [4, с. 39], т.е. практически каждый третий.

Пандемия, вызванная вирусом Covid-19, стала тестом по проверке эффективности деятельности систем здравоохранения и социального обслуживания всех стран мира, выявив слабые места. Эти сферы оказались не готовы к сложившейся сложной ситуации. Оказание плановой медицинской помощи отошло на второй план, а в ряде случаев было парализовано. Фактически недоступной стала помощь профильных специалистов, кроме того, сами пациенты, опасаясь риска заражения в медицинском учреждении, не обращались за помощью. Доступ на рынке к социальным услугам свелся к минимуму: частный рынок сиделок сократился (из-за ограничений по возрасту 65+), социальные работники государственных центров сами вошли в зону риска переноса инфекции.

Поиск новых решений был перенесен в цифровое пространство, в частности в телемедицинские технологии, обеспечивающие организацию дистанционной связи. При такой системе личное посещение специалистов требуется только при необходимости. Дистанционное наблюдение за показателями назначается по итогам результатов очного приема пациента [5, п. 4 ст. 36.2]. Дистанционное получение данных о состоянии здоровья пациента осуществляется в автоматическом режиме с применением медицинских аппаратов с функциями передачи данных. Полученная информация оперативно передается лечащему врачу, который обязан экстренно отреагировать при критическом отклонении показателей состояния здоровья пациента от предельных значений, настраиваемых индивидуально [3, п. 56].

Наметились правовые основы системы оказания социальной и медицинской помощи с применением телемедицинских технологий [3; 5]. На наш взгляд, следующим шагом должно стать оформление отдельного информированного письменного согласия на предоставление социальной и медицинской помощи с применением дистанционных IT-технологий.

Хорошим решением, по мнению авторов, становится создание специальных пилотных проектов по внедрению, а затем масштабированию предлагаемой телекоммуникационной системы предоставления услуг здравоохранения и социального обслуживания пожилым людям [6]. Предлагаемый инициативной группой к реализации на территории региона проект «Добрососедство» предполагает синергию следующих научно-технических и научно-методических практикоориентированных инновационных подходов:

- 1) использование IT-решений для обеспечения комфортной и безопасной жизнедеятельности пожилых людей;
- 2) кластерная кооперация партнеров-поставщиков услуг и сервисное обслуживание через «Call-центр»;
- 3) использование ресурса активности пожилых – серебряных волонтеров.

Организационно задачи пожилых решаются специалистами «Call-центра», являющимися координирующим звеном между пожилыми клиентами, их законными представителями, поставщиками социальных и иных услуг и добровольческим сообществом. Аналогичных сервисов на российском рынке немного, а в Новгородской области аналогов предлагаемого сервиса услуг нет вообще.

Использование IT-решений. Информационные технологии реализуют потребности пожилых людей в аудио и видео-общении, переписке с родственниками и знакомыми, обмене фото и новостями. Умные гаджеты берут на себя роль помощников и опекунов. Специально созданные для пожилых людей, они содержат различные датчики и сенсоры, которые фиксируют движение, температуру, повышенную концентрацию вредных веществ в воздухе, артериальное давление, качество сна. На рынке огромный выбор этих устройств по доступным ценам. Не все современные медицинские приборы и приложения к ним имеют высокую точность измерения (на практике $\pm 10-15\%$), это необходимо учитывать на этапе тестирования и закупок.

Технические характеристики и возможности предлагаемых рынком устройств (например, браслет Canyon CNE-ST01 и другие модели) позволяют хранить информацию о владельце: имя, дата рождения, группа крови, рост и вес, хронические заболевания, принимаемые лекарства и препараты, аллергии, контакты родственников и другие значимые сведения, которые могут пригодиться как при ежедневном использовании, так и при возникновении нештатной ситуации.

При необходимости устройство автоматически оповестит специалистов и родственников, отправив информацию о местоположении пребывания пожилого человека в конкретный момент, что особо значимо при критических ситуациях. Более того, идентификатор способен переводить данные на местный язык, если пользователь находится за границей.

Схема работы с часами-браслетом следующая: сотрудник «Call-центра» с временной периодичностью контролирует учетные записи подопечных, поступившие в систему, и отслеживает отклонения. При появлении показаний, отличных от приемлемой нормы конкретного пожилого человека, диспетчер оперативно предпринимает соответствующие меры: вызывает медицинскую помощь, участкового врача или иные экстренные службы, информирует законных представителей. Одна из главных задач диспетчера – оператора – определение эффективной последовательности действий (например, в каких ситуациях можно подождать участкового врача, а когда необходима неотложная помощь). Программу передачи показателей от приборов клиентов в систему «Call-центра» можно настроить на автоматическую передачу сведений с целью более оперативного реагирования на предельно допустимые нормативные показатели. Тревожные показания будут мгновенно передаваться в систему и диспетчер сможет эффективнее решать насущные вопросы

пожилых клиентов и их законных представителей, получивших предварительно требуемые инструктажи в соответствии с договорными отношениями.

Пилотный проект предполагает использование ИТ-технологий по направлениям:

- технологии информирования, которые в первую очередь направлены на формирование общей информационной картины физиологического состояния пожилого человека, предоставление сведений по актуальным параметрам здоровья и функционирования организма пожилых людей;

- технологии предупреждения, передающие значимую информацию пожилым людям и задействованным партнерам для повышения уровня личной безопасности пожилого человека, и рекомендующие конкретные шаги для снижения риска;

- технологии вовлечения, предлагающие различные формы поддержания активности через использование цифровых механизмов, ИТ-технологий и мобилизации ресурсов самих пожилых людей, стимулируя к двигательной и иной творческой активности.

Основная цель использования ИТ-технологий при надобном обслуживании пожилых – общий предупредительный контроль, предотвращающий риски последствий неординарных ситуаций.

Кластерная кооперация партнеров-поставщиков услуг и сервисное обслуживание клиентов через «Call-центр». При формировании кластера реализуются процессы интеграции и кооперации экономических ресурсов его участников при сохранении статуса юридических лиц организаций, входящих в его состав. Характерной особенностью кластерного подхода проекта «Добрососедство» является включение широкого спектра *хозяйственной деятельности* входящих в него структур с целью предоставления социальных и иных услуг пожилым людям. Это создает определенные трудности в оценке эффективности создания и функционирования кластера в целом и его участников в отдельности. Оценка данного взаимодействия может быть основана на обобщенных критериях, включающих частные показатели, которые приведены ниже и рекомендуются нами для применения уже на старте.

1. Производственная структура:

- производство отдельных видов услуг в стоимостном или натуральном выражении;

- производство отдельных видов услуг в процентах от общего объема.

2. Ресурсы:

- ресурсный потенциал (объем привлеченных ресурсов, методики и опыт работы, инновации, волонтеры и прочее);

- среднесписочная численность персонала;

- среднегодовая стоимость основных производственных фондов.

3. Инвестиционная деятельность:

- оборотные средства;

- нематериальные активы;

– интеллектуальные инвестиции (развитие профессиональных и управленческих компетенций персонала, технологии и патенты);

– финансовые инвестиции.

4. Экономические показатели:

– балансовая прибыль;

– выручка от реализации продукции;

– рентабельность.

Современные научно прикладные исследования показывают, что процесс образования региональных кластеров сопровождается качественно новым явлением – формированием социального капитала данной структуры [7, с. 16]. В нашем случае за счет аккумулирования более широкого и полного знания о потребностях клиентов, часть из которых осознанно в качестве волонтеров участвуют в организации и предоставлении услуг родственной возрастной категории лиц, социальный кумулятивный эффект возникает уже на старте.

Предприятия – участники кластера могут качественнее удовлетворить спрос по более привлекательным ценам для покупателя, чем на внешнем конкурентном рынке.

Поскольку задачи данной структуры нацелены на оперативное решение различных текущих жизненно важных задач пожилых людей, применение данного подхода косвенно решает проблемы территории. Во взаимодействии со здравоохранением и другими социально-бытовыми, культурными сферами повышается качество социального обслуживания пожилых. При этом существенно снижаются государственные затраты на предоставление социальных услуг, в частности стационарных учреждений. Включение механизма государственно-частного партнерства в модель конкурентоспособности минимизирует риски данного типа кооперации и придает кластеру дополнительную устойчивость. Кластерная кооперация, в отличие от одиночного предприятия, становится, таким образом, стратегическим партнером государства для формирования устойчивой экономической базы в долгосрочном периоде.

Использование ресурса активности пожилых – серебряных волонтеров. Проведенные ранее исследования базовых потребностей многих пенсионеров выявили потребность приносить пользу другим людям. В частности, социальные потребители-пенсионеры Новгородской области отмечены высокой предрасположенностью к общественной солидарности и стремлением поддержки активности жизни, обладают достаточным уровнем социального доверия. Большинство готово принимать участие в общественной жизни для улучшения качества окружающей среды – 57%, при этом в случае необходимости им помогут еще 29,3%. Сейчас «серебряное» волонтерство активно развивается на территории Новгородской области. С декабря 2020 г. действует Региональный ресурсный центр волонтерства на базе областного Дома молодежи и ОАУСО «Комплексный центр социального обслуживания населения Великого Новгорода и Новгородского района». Добровольческое

движение Новгородской области насчитывает около 1000 «серебряных» волонтеров (55+), где наиболее активных около 250 чел. Реализация федеральной программы «Молоды душой» (инициирована в 2018 г.) позволяет содействовать этой деятельности, используя накопленный опыт регионов, методическое и учебное обеспечение волонтерства.

Интегрированное использование возможностей кластера поставщиков социальных и иных услуг пожилым, государственно-частного партнерства и инициатив гражданского сообщества позволит решать насущные проблемы пожилых жителей Новгородской области, как в стандартной ситуации, так и при возникновении непредвиденных чрезвычайных ситуаций. Реализация предложенного инициативной группой проекта «Добрососедство» ускорит формирование эргономичной экосистемы предоставления социальных и иных услуг гражданам пожилого возраста, способствуя повышению качества жизнедеятельности пожилых через использование инновационных достижений интернет-технологий и IT-возможностей современного рынка.

1. Мосина О.А. Социологический анализ моделей социальной политики в отношении пожилого населения: методология проектирования // *Фундаментальные исследования*. 2013. № 11-8. С. 1746–1750.

2. Мосина О.А. Социальная политика в отношении: пожилого населения: методология проектирования [Электронный ресурс] // *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=11756> (дата обращения: 19.04.2021).

3. Численность населения России: статистика, динамика, прогноз [сайт] (rosinfostat.ru) (дата обращения: 11.04.2021): БГД – Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2020 года (gks.ru)

4. Статистический ежегодник Новгородской области-2020: статистический сборник / Новгородстат. Великий Новгород, 2020. 362 с.

5. Федеральный закон от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ (ред. от 22.12.2020) «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2021 г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 15.04.2021).

6. О порядке организации и оказания медицинской помощи с применением телемедицинских технологий: Письмо Минздрава России от 09.04.2018 г. № 182/0579 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 15.04.2021).

7. Щербинина А.О. Кластер как форма кооперации рыночных агентов: вопросы теории и методологии: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01, 08.00.05 / Щербинина Алина Олеговна; [Издательский центр экономического факультета С.-Петербур. гос. ун-та]. СПб., 2009. 20 с.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ФРАНЧАЙЗИНГА В АСПЕКТЕ СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ

Логутова С.В.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF FRANCHISING IN THE ASPECT MODERN REALITIES

Logutova S.V.

Yaroslav-the-Wise Novgorod state University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье уделяется внимание франчайзингу как бизнес-концепции, обеспечивающей устойчивость и эффективность бизнеса на рынке, и способу достижения карьерного успеха, рассмотрены основные преимущества и недостатки франчайзинговых отношений в современных изменяющихся условиях относительно каждой из сторон договора франчайзинга. Авторами выявлена эффективность использования системы франшиз как инструмента, позволяющего расширить и укрепить позиции бренда на рынке. Данное исследование позволило сделать вывод о значении франчайзинга в развитии бизнес-процессов и экономики страны в целом, помогает решать проблему занятости населения, увеличивает инвестиционную привлекательность страны, развивает инфраструктуру регионов, в частности небольших городов, повышает уровень благосостояния общества.

Ключевые слова: франчайзер, франчайзи, сотрудничество, преимущества и недостатки, бизнес-концепция, торговый бренд.

Annotation. The article pays attention to franchising as a business concept that ensures the sustainability and efficiency of business in the market and a way to achieve career success, discusses the main advantages and disadvantages in modern changing conditions of franchising, in relation to each of the parties to the franchise agreement. The authors have identified the effectiveness of using the franchise system as a tool to expand and strengthen the brand's position in the market. This study allowed us to draw a conclusion about the importance of franchising in the development of business processes and the economy of the country as a whole, helps to solve the problem of the population, increases the investment attractiveness of the country, develops the infrastructure of the regions, in particular small towns, increases the level of welfare of society.

Keywords: franchisor, franchisee, cooperation, advantages and disadvantages, business concept, trade brand.

В современных экономических условиях организация предпринимательской деятельности влечет за собой немалое количество финансовых рисков.

Предприниматель должен обладать не только знаниями в областях маркетинга, бухгалтерского учета, финансов, но и уметь оценивать различные бизнес-проекты, учитывая все их особенности, для успешной реализации. С помощью франчайзинга можно обеспечить устойчивость и эффективность бизнеса на рынке, именно он зачастую является лучшим способом достижения карьерного успеха для начинающих предпринимателей. Сегодня множество торговых точек, представляющих крупнейшие сетевые бренды, открываются по договору франчайзинга, именно поэтому тема оценки данного формата бизнеса является актуальной.

Сегодня на российском рынке представлено более 2600 концепций франшиз и с каждым годом их количество только увеличивается. Спрос со стороны предпринимателей также растет, многие из них отказываются от своих убыточных бизнес-идей ради того, чтобы работать под известным брендом, с готовой проверенной концепцией. Это могут быть как крупные международные сети, так и отечественные бренды [1].

Организация и ведение бизнеса по системе франчайзинга предполагает свои преимущества и недостатки для каждой из сторон франчайзинговых отношений. Для оценки эффективности такого формата бизнеса необходимо рассмотреть их более подробно (таблица 1).

Немаловажным преимуществом франчайзинга относительно самостоятельного запуска бизнеса является то, что франчайзи не нужно думать над логотипом, дизайном и цветовым решением, ему помогают подобрать помещение, предоставляют дизайн-проект и шаблоны, осуществляют маркетинговое, юридическое сопровождение, остается только найти персонал и поставщиков при необходимости, с этими базисами ему также помогают, подробно рассказывают о нюансах подбора персонала, приглашают на обучение. Большинство франшиз позволяет открывать предприятие в форме индивидуального предпринимательства, что также является немаловажным фактором, так как данная форма наиболее доступна и безопасна с точки зрения потенциальной административной ответственности и предполагает минимальные налоговые сборы. Кроме того, франчайзер зачастую согласовывает с банками индивидуальный тариф по эквайрингу, и это является позитивным моментом для франчайзи. Он может рассчитывать на поддержку франчайзера не только на старте, но и в дальнейшем, сотрудники бренда могут взять на себя бухгалтерию, весь маркетинг, предоставить доступ к ERP (программное обеспечение, позволяющее отслеживать дисциплину сотрудников, мотивировать персонал, проводить любые маркетинговые акции, контролировать склад и многое другое) [2].

Таблица 1. Преимущества и недостатки для франчайзи

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> – получает в распоряжение готовую концепцию бизнеса, вместе со всеми методологическими рекомендациями, консультированием и поддержкой, вследствие чего происходит минимизация предпринимательского риска; – приобретает навыки работы по стандартам высокого качества; – является владельцем открытого им предприятия, и в тот же самый момент может воспользоваться услугами и поддержкой франчайзера; – использует уже раскрученный и известный торговый бренд, тем самым имеет возможность автоматически привлечь клиентов и сократить срок выхода на прибыль; – имеет содействие со стороны франчайзера в доступе к кредитным ресурсам; – получает возможность пользоваться связями сети в области закупок, снабжения. 	<ul style="list-style-type: none"> – может вносить свои предложения, но все новшества будут принадлежать лицензиару; – нельзя менять систему; – необходимо строго соблюдать все технологии и стандарты, прописанные в договоре; – установление сотрудничества среди всех франчайзи системы, ведь несмотря на то, что они предоставляют на рынок одинаковые продукты и услуги, они не являются конкурентами; – негативные последствия для бизнеса в случае потери репутации бренда; – вероятность при поиске головных партнеров натолкнуться на некачественную франчайзинговую концепцию.

Большим риском для франчайзи является выбор нестабильной бизнес-концепции или недобросовестного франчайзера – необходимо заранее изучать информацию о финансовом положении компании, изучить историю бренда, длительность работы на рынке, наличие собственных удаленных филиалов, наличие опыта тиражирования бизнеса. До подписания договора нужно выяснить всю информацию, касающуюся инвестиционных затрат, взносов и других обязательных платежей, а также об осуществляемой франчайзером поддержки. Лучше всего поговорить с действующими франчайзи данного бренда и получить их отзыв. Грамотный подбор франшизы и самой бизнес-концепции может гарантировать предпринимателю финансовую стабильность и успех в будущем [3].

Если рассматривать франчайзинг с позиции франчайзера, то он в свою очередь, помимо получения финансовой прибыли в виде первоначального взноса и текущих платежей, приобретает целый ряд дополнительных выгод, которые также могут сопровождаться некоторыми негативными аспектами (таблица 2).

Таблица 2. Преимущества и недостатки для франчайзера

Преимущества	Недостатки
<ul style="list-style-type: none"> – быстрый рост рынков сбыта и укрепление своих позиций на них при низком уровне собственных капиталовложений, направленных только на создание торгового знака и технологий, так как непосредственная организация бизнеса на местном рынке лежит на франчайзи; – за счет пассивного дохода появляется возможность сконцентрировать больше усилий на самом продукте, совершенствовании его характеристик, или на разработке совершенно новых технологий; – расширение признания торгового бренда в рамках партнерства, а также признания со стороны клиентуры, как следствие, увеличение рыночной стоимости компании; – доход в виде процента по кредиту, предоставляемому участникам франчайзинговой системы; – сдача в аренду франчайзи зданий и оборудования. 	<ul style="list-style-type: none"> – трудности при контроле сделок, осуществляемых франчайзи; – наличие франчайзи, которые не в полной мере выполняют свои обязательства, тем самым нарушают единую цепь предприятий, бросают тень на всю сеть партнеров; – уплата роялти с опозданием; – скрытие франчайзи сумм продаж или предоставление неполных отчетов с целью снижения размера текущих выплат; – трудности, связанные с сохранением неразглашения информации, принадлежащей к интеллектуальной собственности бренда; – выход из франчайзинговой сети успешно работающих франчайзи, в результате – потери ими интереса к сотрудничеству из-за ограничений и открытие ими собственного бизнеса, представляющего прямую конкуренцию франчайзеру.

Главным преимуществом франчайзинга для владельца бренда является то, что за счет привлечения партнеров он укрепляет свои позиции на рынке, расширяет сеть, повышает узнаваемость бренда, и вместе с этим получает дополнительный доход в виде роялти и паушального взноса.

Для того чтобы убедиться в том, что франчайзинг помогает за короткий период значительно увеличить масштаб сети, рассмотрим 15 популярных брендов российского рынка франшиз, оценим степень их развития за счет запуска франшиз (таблица 3) [4].

Таблица 3. Доля франшизных предприятий в сети 15 популярных брендов

Бренд	Собственные предприятия, шт.	Франчайзинговые предприятия, шт.	Год запуска франшизы	Доля франшизных предприятий в сети, %
FIT SERVICE	12	221	2013	94,85
220 Вольт	6	236	2006	97,52
ЦирюльникЪ	21	424	2002	95,28

Продолжение таблицы 3

Белорусская косметика	76	51	2017	40,16
Додо Пицца	19	339	2012	94,69
iGoods	35	130	2017	78,79
Суши Wok	220	500	2013	69,44
ASKONA	485	332	2011	40,64
Coffee in	6	190	2016	96,94
Полиглотики	3	127	2013	97,69
Крошка Картошка	80	138	2002	63,30
Этажи	1	159	2012	99,38
АККОНД	55	265	2010	82,81
СУШИСЕТ	41	174	2013	80,93
Советская аптека	25	308	2015	92,49

Из всех рассматриваемых брендов наибольшее развитие за счет открытия франшизных предприятий получило агентство недвижимости «Этажи» – 1 собственное предприятие и 159 партнеров. На втором и третьем месте с долей франшиз более 97% – магазин электроинструментов «220 Вольт» и сеть детских языковых центров «Полиглотики». В наименьшей степени развитие за счет привлечения партнеров (более 40%) проявляется в компаниях «ASKONA» и «Белорусская косметика». Оба бренда достаточно известны на российском рынке и имеют ресурсы для самостоятельного развития сети, однако для территориального масштабирования бизнеса и привлечения партнеров со всех уголков страны, а также для ускорения темпов роста, предприятиями в 2011 и 2017 годах соответственно, была запущена система продажи франшиз. Из 15 анализируемых брендов лидером по количеству открытых франчайзинговых предприятий (500 точек) является компания «Суши Wok», реализующая японскую еду в формате «take-away», сеть имеет также более 30% собственных предприятий.

В целом, в рассматриваемой совокупности, доля участия партнеров в сети бренда составляет в среднем 81,6%. Для наглядности представим данные роста сети брендов за счет продажи франшиз на рисунке.

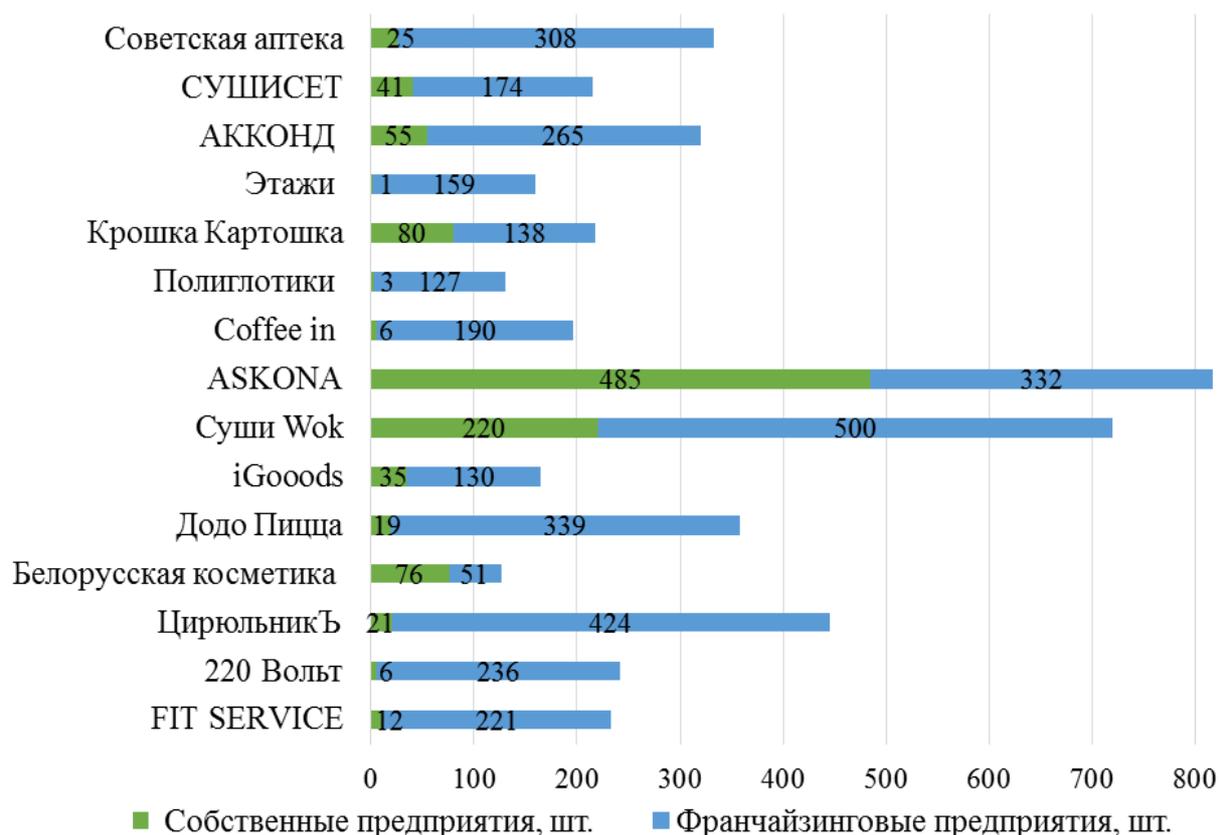


Рисунок. Развитие сети брендов за счет продажи франшиз

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что запуск системы франшиз дает возможность создателю бренда расширять бизнес за счёт привлечения партнёров. Зачастую именно франчайзинг помогает более быстро развить и популяризировать бренд, к тому же франчайзеру не приходится брать кредиты или влезать в долги для открытия новых точек.

Как результат, расширение масштабов сети развивает экономику страны, помогает решать проблему занятости населения, увеличивает инвестиционную привлекательность страны, развивает инфраструктуру регионов, в частности небольших городов, повышает уровень благосостояния общества.

Франчайзинг экономит время и деньги предпринимателей, а основателю бренда позволяет быстро расширить территорию влияния и повысить конкурентоспособность.

Таким образом, можно сделать вывод, что франчайзинг предполагает наличие и равноправное участие двух сторон, каждая из которых извлекает свои выгоды от сотрудничества.

1. Количество франшиз в России / Franshiza.ru [Электронный ресурс]. URL: https://franshiza.ru/article/for_smi/ (дата обращения: 16.03.2021).

2. Франшизы – готовое решение для старта бизнеса / СБЕР бизнес [Электронный ресурс]. URL: https://www.sberbank.ru/ru/s_m_business/franchises (дата обращения: 16.03.2021).

3. Франшизы / Бизнес-портал БИБОСС [Электронный ресурс]. URL: <https://www.beboss.ru/franchise/search-c-retail-optika> (дата обращения: 16.03.2021).

4. Популярные франшизы / Официальный каталог франшиз [Электронный ресурс]. URL: <https://topfranchise.ru/products/franshiza-detskogo-yazykovogo-tsentra-poliglotiki/> (дата обращения: 16.03.2021).

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ДЛЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Михалёв Д.А., Кузьмина Д.В.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: dima.smit.mikhalev@mail.ru

BUSINESS PLANNING FOR THE DIVERSIFICATION OF THE COMPANY'S ACTIVITIES

Mikhalev D.A., Kuzmina D.V.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: dima.smit.mikhalev@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается необходимость бизнес-планирования для диверсификации деятельности предприятия. В статье обозначены условия активного инновационного развития российской экономики, а именно разносторонняя деятельность хозяйствующих субъектов, которые учитывают диверсификационные возможности и стратегические направления расширения бизнеса, позволяющие наилучшим образом реализовать политику адаптации к рисковому факторам внешней и внутренней предпринимательской среды.

Ключевые слова: диверсификация, инвестиции, предприятие, деятельность, бизнес-планирование, ресурсы.

Abstract. This article discusses the need for business planning to diversify the company's activities. The article outlines the conditions for the active innovative development of the Russian economy, namely, the diverse activities of economic entities that take into account the diversification opportunities and strategic directions of business expansion, allowing for the best implementation of the policy of adaptation to the risk factors of the external and internal business environment.

Keywords: diversification, investment, enterprise, activity, business planning, resources.

Возможность осуществления предприятием инвестиционной деятельности, направленной на собственное развитие (обновление материально-технической базы, повышение качества продукции, наращивание объемов производства, улучшение условий труда, освоение новых видов деятельности и др.) в целях получения дополнительной прибыли в будущем, всегда считалась признаком стабильности и эффективности его функционирования. Рост инвестиционной активности предприятий и повышение

эффективности управления их инвестиционной деятельностью, в свою очередь, способствует обеспечению экономического роста и, как следствие, повышению благосостояния общества.

На современном этапе экономического развития одной из основных, выигрышных инвестиционных стратегий приспособления российских предприятий к изменениям условий хозяйствования, конкурентоспособной среды стало перераспределение их ресурсов среди отдаленных направлений производственной деятельности – стратегия диверсификации [1].

Рынок, как и его внешняя среда в целом, всегда развивается и изменяется. Появляются новые игроки, кто-то уходит, кто-то возвращается. По этой причине даже самому успешному предприятию необходимо менять центры финансового внимания, находить новые комбинации к развитию и распределять средства. Данное правило уже на протяжении многих лет успешно подтверждается практиками тысяч зарубежных и отечественных предприятий.

Одной из стратегических альтернатив стабильной устойчивости предприятия в условиях стагнации, т.е. финансового упадка, является стратегия диверсификации производства [2].

Из основных причин внедрения диверсификации на предприятие является уменьшение спроса на продукцию, снижение прибыли (товары и услуги становятся неликвидными на рынке), наличие ограничений, которые препятствуют развитию в своей рыночной нише. Поэтому предприятия стараются распределить или снизить риски, уйти с неприбыльных рынков для получения выгоды в новых областях.

Однако стоит помнить, что при внедрении диверсификации на производство можно столкнуться с дополнительной тратой денежных средств на новые ресурсы, сложностями с управлением подразделениями бизнеса, риском при вложении инвестиций в убыточную отрасль, необходимостью в обучении персонала.

К первостепенной цели диверсификации можно отнести выпуск новых товаров, а также услуг для расширения спектра деятельности хозяйствующего субъекта. Поэтому диверсификация – это важнейшее направление финансовой стратегии, которое применяется в производственном предприятии. Однако, стоит отметить, что производство товаров и услуг не всегда связано с основной деятельностью предприятия. Маркетинговые, коммерческие, научно-технические и организационные мероприятия, направленные на поиск и введение новых, усовершенствованных направлений производства товаров и услуг, занимают наибольший вес в содержании данной стратегии [3].

Диверсификация нацелена на повышение экономической стабильности, увеличение масштабов деятельности и рост прибыли предприятия. Кроме того, диверсификация перераспределяет риск, позволяя предприятию оперировать на различных отраслевых и региональных рынках, дает возможность переориентации деятельности с насыщенных и угасающих рынков на более

перспективные, способствует оптимальному распределению ресурсов предприятия.

В ходе диверсификации предполагается два пути решения: вступление в кардинально отличный бизнес и внедрение в технологически аналогичный бизнес [4]. Чаще всего большинство субъектов хозяйствования, которые предусматривают диверсификацию в практическом опыте, предполагают ввод в технологически не близкий бизнес. Доминирующее воздействие на принятие такого решения оказывают показатели прибыли и рентабельности. Во многих областях бизнеса имеются достаточные средства и стремление снизить степень риска, чтобы выгодно инвестировать свои деньги и увеличить продажи товара (услуги).

Показатели прибыли и рентабельности оказывают наибольшее воздействие на принятие данного решения. Для того, чтобы выгодно инвестировать свои деньги, а также повысить рост продаж, предприниматели из различных областей бизнеса стремятся снизить степень риска. Можно выделить множество причин для того, чтобы провести диверсификацию, понизить степень риска, так как диверсификация дает возможность стабилизировать финансовое состояние предприятия в течение какого-то промежутка времени.

Главным преимуществом диверсификации является то, что предприятие может получить максимальный экономический эффект от различного разнообразия продукции. Иными словами, более выгодным и прибыльным будет то предприятие, производящее сразу несколько видов услуг (товара). При этом наилучший эффект достигается благодаря: построению эффективных уз сбыта товаров и услуг; многоцелевому использованию абсолютно всех имеющихся в наличии ресурсов; многоплановой подготовке и обучению персонала.

На сегодняшний день неравномерность диверсификационного процесса российских предприятий связана с тем, что государственная политика несовершенна и не хватает инвестиционных ресурсов, а также с отсутствием специалистов, которые были бы способны сделать этот процесс осознанным и полезным для диверсифицируемых предприятий. В большинстве предприятий до сих пор не отлажен процесс бизнес-планирования диверсификационной деятельности, они реализуют элементы стратегического планирования (формулирование целей и выбор вида стратегии диверсификации) и оперативного планирования (определение конкретных действий по достижению поставленных целей): осуществляется исключительно оперативное планирование, позволяющее поддерживать данную на настоящий момент деятельность, но не осуществлять поступательное и планомерное развитие. Недооцененность бизнес-планирования, сведение его к минимуму, пренебрежение или неквалифицированное осуществление, как правило, приводят к большим экономическим потерям предприятий в условиях конкурентной экономики [5].

Поскольку любое предприятие вынуждено осуществлять диверсификацию деятельности в условиях неопределенности внешней и внутренней среды, актуальность проведения тщательного экономического анализа в процессе планирования и реализации инвестиционного проекта для достижения поставленных целей сегодня проявляется в полном объеме. Грамотно составленное и проведенное бизнес-планирование позволяет предпринимателю определить масштабы производства продукции, подлинно оценить сильные и слабые стороны нового предприятия, принять меры по предупреждению различных рисков, благополучно обойти конкурентов, рассчитать свой потенциальный доход и др.

Подводя итоги, можно сказать о том, что диверсификация позволяет временно приостановить работу предприятия в неактуальной в данный момент отрасли. Тем самым, у руководства предприятия появляется возможность производить другие товары и услуги, не теряя при этом прибыль (снижается зависимость от рынка и от единого товара). Благодаря расширению производства увеличивается спектр рынков сбыта, что, в свою очередь, приносит дополнительный доход предприятию. Стоит отметить увеличение кредитоспособности и возможность перераспределить риски. В нынешних реалиях это, как никогда, актуально.

1. Алексина С.Б., Иванов Г.Г., Крышталеv В.К., Панкина Т.В. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник. М.: Изд. Дом «Форум», 2020. 304 с.

2. Аронов А.М., Петров А.П. Диверсификация производства: теория и стратегия развития. СПб.: Лениздат, 2000. 126 с.

3. Бизнес-план: метод. материалы / под ред. Р.Г. Малиновского. 3-е изд., доп. М.: Финансы и статистика, 2001. 253 с.

4. Чагарбиев С.Н. Диверсификация как стратегия устойчивого развития предприятия // Молодой ученый. 2018. № 10. С. 108–111.

5. Ковелло Д.А., Хейзелгрэн Б.Дж. Бизнес-планы: полное справочное руководство: пер. с англ. М.С. Павлова / под ред. Ю.В. Шленова. М.: Бинум, 1998. 343 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ МОЛОДЁЖИ ПОСРЕДСТВОМ СПОРТИВНЫХ ТРЕНИРОВОК

Монгуш Д-Д.М.

Тувинский государственный университет, Республика Тыва, г. Кызыл, Россия

E-mail: davaadorzh97@mail.ru

FORMATION OF AESTHETIC EDUCATION OF YOUTH THROUGH SPORTS TRAINING

Mongush D-D.M.

Tuva State University, Republic of Tyva, Kyzyl, Russia

E-mail: davaadorzh97@mail.ru

Аннотация. В современном мире, где гаджеты и телефоны овладевают большей частью времени молодёжи, вопрос эстетического воспитания личности средствами физической культуры в процессе целенаправленных занятий спортом остаётся насущным для молодёжи. Проблема организации и совершенствования форм и методов физического воспитания на современном этапе не может быть решена вне рассмотрения проблемы спортивных комплексов. В этой связи духовно-нравственное воспитание молодежи должно идти параллельно со спортивной подготовкой.

Ключевые слова: бизнес-проект, молодёжь, спорт, тренажерный зал, тренировки.

Abstract. In the modern world, where gadgets and phones are taken over by young people most of the time, training in gyms is relevant. The issue of aesthetic upbringing of a personality by means of youth physical culture in the process of purposeful sports activities remains vital for young people. The problem of organizing and improving the forms and methods of physical education at the present stage cannot be solved without considering the problem of sports complexes. In this regard, the spiritual and moral education of young people should go in parallel with sports training.

Keywords: business project, youth, sports, gym, training.

В рамках данной статьи нами предлагается рассмотреть потребность и основные показатели экономической эффективности бизнес-проекта по созданию малого предприятия, предоставляющего населению услуги тренажерного зала и фитнеса [1].

Малое предприятие было названо словом «ВВерх». Оно означает приоритет здорового образа жизни, выработку мощного внутреннего стержня, изменение своего внешнего вида и внутреннего состояния. Место

расположения тренажерного зала выбрано в новом микрорайоне «Спутник» г. Кызыла.

Цель бизнес-проекта: создание малого предприятия, предоставляющего населению спортивно-оздоровительные услуги, и обеспечение микрорайона «Спутник» современным местом для тренировок граждан населения г. Кызыла. Для реализации проекта требуются инвестиции в размере 10 млн. руб., где 8 млн. руб. будут направлены на строительство одноэтажного здания размерами $31,5 \times 18 \times 4,2$ м, оставшаяся часть будет потрачена на приобретение оборудования, мебели и инвентаря тренажерного зала. Собственные средства – 2 млн. руб.; 8 млн. руб. – кредит ПАО «Сбербанк» под 15% годовых. Объемно-планировочное решение тренажерного зала показана на рисунке, а экспликация помещений – в таблице.

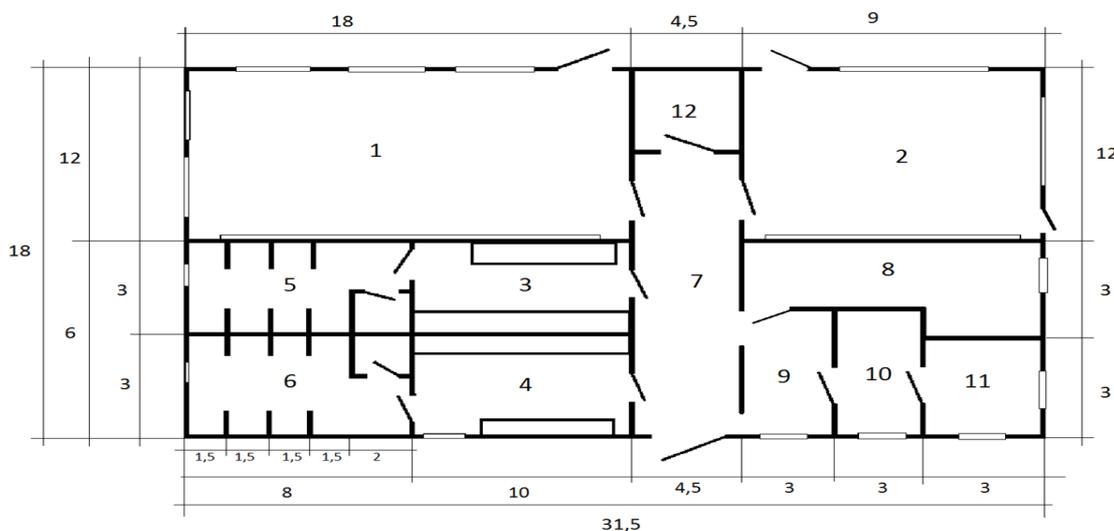


Рисунок. Планировочное решение тренажерного зала

Таблица. Экспликация помещений тренажерного зала

№	Наименование помещения	Площадь
1	Тренажерный зал	
2	Зал групповых занятий	
3	Раздевалка женская	
4	Раздевалка мужская	
5	Душевая комната (женская)	24
6	Душевая комната (мужская)	24
7	Коридор	
8	Кафе	
9	Приемная	
10	Комната персонала	
11	Офис директора	
12	Хозяйственное помещение	
h = 4,2		

Услуги тренажерного зала:

– наибольшей популярностью среди новичков пользуются персональные тренировки, индивидуальные занятия с тренером. Это поможет быстрее усвоить новые упражнения и «догнать» опытных посетителей. Тренер научит выполнять упражнения правильно, избегая травм и перегрузки организма. На персональной тренировке можно составить оптимальную программу, чтобы придерживаться ее в дальнейшем без контроля инструктора;

– зал с тренажерами для самостоятельных занятий;

– силовой тренинг, занятия на сопротивление с элементами кардиотренировки. Самыми популярными услугами в категории функционального тренинга на сегодняшний день являются услуги в системе кроссфит. Такие занятия не только развивают мышцы, но и сжигают лишний вес, преображают фигуру, делают тело сильным, ловким и выносливым;

– занятия «на гибкость»;

– единоборства, например, поклонники активного образа жизни с удовольствием проводят время на групповых занятиях по боксу. Тренировки доступны и мужчинам, и женщинам. Помимо развития физических качеств бокс также тренирует силу и ловкость, координацию, дисциплину [2; 3].

В месяц в тренажерном зале занятие пройдут 150 чел. в режиме работы с 10:00 час. до 23:00 час. Стоимость абонемента 2500 руб./мес. Социальная эффективность проекта – создание 10 новых рабочих мест. Сумма налога при применении упрощенной системы налогообложения для данного вида предпринимательской деятельности в год составит 266 490 руб. Экономическая эффективность проекта составляет (NPV) 6 258 750 руб. Индекс доходности (DPI) – 5,17, дисконтированный срок окупаемости (DPP) – 43 месяца.

В заключение следует отметить, что открытие тренажерного зала, несомненно, станет местом для молодежи, где молодые люди будут физически развиваться и воспитывать свою внутреннюю эстетическую красоту. Также следует отметить, что будут проводиться массовые спортивные мероприятия, чтобы привлечь большую часть населения. Также следует отметить выгодное с точки зрения транспортной доступности месторасположение тренажерного зала.

1. Севек В.К. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-план: учеб. пособие. Кызыл: Изд-во ТывГУ, 2010. 129 с.

2. Вагапова А.А., Агеева Г.Ф. Оптимизация и повышение эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации // Физическое воспитание и студенческий спорт глазами студентов. Казань, 2015. С. 319–320.

3. Гетьман А.М., Сусикова Т.С. Оценка качества физкультурно-оздоровительных услуг фитнес-клуба // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма. 2019. № 1. С. 406–411.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ РОССИИ И АЗЕРБАЙДЖАНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Назаралиев С.Б.

Азербайджанский государственный экономический университет, г. Баку, Азербайджан

E-mail: kmup@mail.ru

ECONOMIC RELATIONS OF RUSSIA AND AZERBAIJAN AT THE PRESENT STAGE

Nazaraliev S.B.

Azerbaijan State Economic University, Baku city, Azerbaijan

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования экономических отношений Российской Федерации и Азербайджана на современном этапе развития. Выявляются особенности экономико-географического положения каждой из стран, и то, как это положение способствует развитию взаимоотношений между странами. Отражаются особенности взаимоотношений России и Азербайджана по топливно-энергетическим вопросам. Автором подчеркивается значимость Азербайджана как транспортного коридора для России и Ирана, Турции, Грузии. В статье выявляются стратегические цели по взаимодействию России и Азербайджана. Затрагиваются политические вопросы взаимодействия двух стран и то, как они влияют на экономические взаимоотношения.

Ключевые слова: экономика, Россия, Азербайджан, торговые отношения.

Abstract. The article examines the features of the formation of economic relations between the Russian Federation and Azerbaijan at the modern stage of development. The peculiarities of the economic and geographic position of each of the countries are revealed, and how this position contributes to the development of relations between countries. The features of relations between Russia and Azerbaijan on fuel and energy issues are reflected. The author stresses the importance of Azerbaijan as a transport corridor for Russia and Iran, Turkey, Georgia. The article identifies the strategic goals for interaction between Russia and Azerbaijan. The political issues of interaction between two countries and how they affect economic relations are touched upon.

Keywords: economy, Russia, Azerbaijan, trade relations.

Азербайджан занимает среднее положение между экватором и Северным полюсом, располагаясь на 40 широтах. Его переходное положение между Западом и Востоком, расположение на самых коротких сухопутных и воздушных путях между странами этого региона сильно повышает транзитную

значимость этой страны, соединяющих Россию с незамерзающими морями, странами Юга – Западной Азии. Долгое время Азербайджан был для России окном на Восток.

Обладая достаточными запасами нефти, Азербайджан в то же время расположен по соседству со странами Ближнего Востока и Центральной Азии, которые также отличаются богатейшими нефтяными и газовыми ресурсами. Этот факт еще более усиливает интерес Западной Европы и США к Азербайджану для удержания под контролем всего Евразийского пространства. Кратчайший путь для выхода стран тюркского мира в Европу и государства Западного полушария также проходит через территорию страны.

Одним из приоритетных направлений внешней экономики Азербайджана является расширение экономического сотрудничества со странами мира. Добрососедское отношение Азербайджана и России, общее единое пространство в прошлом, многолетние экономические связи дают широкие предпосылки для развития новых взаимовыгодных экономических отношений в условиях современной глобализации.

Экономико-географическое положение любой страны в мире определяется, прежде всего, в его позиции в геополитическом пространстве, отношением с соседскими странами и прибрежном положении, а также богатыми природными ресурсами и благоприятными природными условиями. С этой точки зрения Азербайджан, несмотря на небольшую территорию, имеет выгодное ЭГП. Все эти причины делают экономику Азербайджана конкурентоспособной как в регионе, так и во всем мире.

Прежде всего, это расположение Азербайджана на границе Европы и Азии, на Великом Шелковом Пути. И по инициативе ООН была принята программа ТРАСЕКА по восстановлению Великого Шелкового Пути, в котором Азербайджан принял и принимает активное участие. И сегодня по Трансазиатскому коридору проходят международные потоки груза из Европы в Азию и в обратном направлении, через территорию Азербайджана. С этой точки зрения к Азербайджану был всегда повышенный интерес в мире. И для успешного развития экономики в республике немаловажную роль играет и тот факт, что Азербайджан на севере граничит с самой большой страной в мире, имея с ней как сухопутные, так и морские границы [1].

Открытие в Каспийском бассейне самых крупных в регионе нефтяных месторождений, их добыча и дальнейшая транспортировка топлива, в частности, по нефтепроводу Баку – Новороссийск и дальнейшее продвижение на мировой рынок еще больше улучшило геополитическое положение Азербайджана. Наряду с азербайджанской нефтью, через территорию нашей республики на Запад будет транспортироваться и казахстанская нефть.

Выгодное приморское положение, выход в мировой океан через Волго-Донской и Волго-Балтийский каналы позволяют Азербайджанской Республике поддерживать морские транспортные связи со многими странами и, в частности, с Россией. Границы Азербайджана играют объединяющую роль с

Ираном, Турцией, Россией и Грузией, что укрепляет добрососедские отношения.

Благоприятное положение Бакинского аэропорта увеличивает его роль как транспортного узла на международном уровне. С каждым годом в нашей республике увеличивается роль транспортных магистралей в направлениях север-юг и восток-запад в области международных грузоперевозок и перевозок пассажиров между странами Европы и Азии.

В ближайшее время намечается соединение железных дорог России и Ирана через территорию Азербайджана. С этой целью с территории Ирана до города Астара предполагается провести железнодорожную линию протяженностью 250 км. В то же время железные дороги Ирана будут соединены с железными дорогами Пакистана и Индии. В результате Азербайджанская Республика послужит в качестве исключительно важного транспортного коридора, связывающего друг с другом такие крупные регионы мира как Европа, Юго-Западная и Южная Азия.

Эксплуатация нефтяных и газовых месторождений, находящихся в глубоких пластах и особенно в море, требует использования современных техники и технологий, известные нефтяные компании России и других стран оказывают существенную поддержку нашей стране в этой сфере.

Таким образом, выгодное географическое положение и богатые природные ресурсы открывают широкие перспективы для развития многоотраслевого хозяйства, и все это ускоряет приток иностранного капитала и, вследствие этого, приток иностранных инвестиций в различные сферы республики.

В последние годы наблюдаются быстрые изменения в структуре ВВП. В результате успешной нефтяной стратегии и экономических реформ валютные запасы в бюджете повысились.

Внешнеэкономическая политика Азербайджана на современном уровне развития экономической системы направлена на расширение связей между странами, как на региональном уровне, так и в мире. И исследования последних лет дают полное основание оценивать Россию в качестве универсального партнера во внешнеэкономических связях. Экономические связи между двумя странами находятся на этапе качественного улучшения межгосударственных отношений и активизации взаимного экономического сотрудничества.

Азербайджан намерен в перспективе сделать республику крупным экспортером электроэнергии. И главным партнером Азербайджана по экспорту и импорту электроэнергии является Россия.

Азербайджан, который всего лишь два десятилетия назад возродил свою независимость и государственный суверенитет, является примером последовательной верности принципам подлинной демократии.

Независимый и демократический Азербайджан занимает в настоящее время достойное место в мировом экономическом пространстве, осуществляя политику всесторонней интеграции в международное сообщество стран.

Преимуществом Азербайджана является его географическое положение, что вызывало к Азербайджану всегда повышенный интерес. На стыке двух континентов, находясь в стратегически важном районе пересечения множества сухопутных и морских дорог с Запада и Востока, на протяжении всей истории Азербайджан был в центре внимания мирового сообщества. Стабильность и мощь страны в начале XXI века являются жизненно важными факторами развития как региона, так и всего мира.

Политика экономического развития, грамотно продуманная приватизация способствует привлечению международного капитала в экономику Азербайджана.

Правительственные структуры Азербайджана и России принимают все законодательные меры, которые открывают путь к рыночной экономике, глобализации, интегрируя в мировое сообщество.

Таким образом, стратегической целью внешнеэкономических связей Азербайджана являются интеграционные связи с зарубежными странами, что возможно в результате обеспечения экономической безопасности республики, участия в региональных процессах, что, в свою очередь, дает широкие перспективы будущего экономического сотрудничества.

Республика успешно представлена во всех влиятельных, глобальных и региональных организациях. Азербайджан, будучи страной с исламскими традициями, в то же время является светским, демократическим и мультикультуралистическим государством.

Азербайджанский народ, встав на путь укрепления государственной независимости, развития рыночных отношений, демократии, социального прогресса, по праву считается динамичным и надежным экономическим партнером, достигнув больших успехов в развитии деловых связей со многими странами мира. И нынешним уровнем развития республики азербайджанский народ обязан гениальной личности Гейдару Алиеву, построившему новый, светский, правовой и демократический Азербайджан.

Стратегически выгодное и географически важное положение Азербайджана, а также проводимая правительством политика создает благоприятный климат для иностранного капитала и для торговых партнеров.

Азербайджанская Республика успешно интегрирует в мировое геополитическое пространство, как в экономическое, так и в политическое, стратегические связи ее расширяются с каждым годом.

1. Ахмадов Э.Н. Инвестиция как фактор развития современных экономических связей России и Азербайджана // Вестник РЭА им. Г.В. Плеханова. 2011. № 5. С. 134–138.

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР НА РЫНКЕ НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Науменко Н.В.¹, Афанасьева Е.С.²

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия;

² Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

COMPETITIVENESS OF ENTREPRENEURIAL STRUCTURES ON THE MARKET OF THE NOVGOROD REGION

Naumenko N.V.¹, Afanasyeva E.S.²

¹ Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia;

² Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Авторы статьи отмечают, что Новгородская область является одним из самых зеленых и плодородных субъектов Северо-Западного федерального округа России, занимает 385 квадратных километров территории с лесами и множеством прекрасных городов, представляющих историческую и культурную ценность. Новгородская область богата и разнообразна различными сферами деятельности и итоговыми продуктами. В ходе исследования выявлены самые важные факторы: технология, эффективный маркетинг. При этом каждый товар или услуга имеет индивидуальный процесс производства. Например, компания «НовСвин» занимается выращиванием свиней датской генетики, по датским технологиям, с использованием высококачественной кормовой базы, составленной по индивидуальной рецептуре. Подобная технология позволяет добиться получения высокого качества производимой продукции. Компания «Великое Село» использует классические методы добычи молока и выращивания животных, что приводит к экономии на ресурсах. При сочетании факторов конкурентоспособности предпринимательской деятельности с их успешным взаимодействием любое предприятие, даже малое, может конкурировать с фирмами всемирного масштаба.

Ключевые слова: конкурентоспособность, качество, предпринимательские структуры, рынок услуг, товарная политика, фактор.

Abstract. In the article the authors note that the Novgorod Region is one of the greenest and most fertile subjects of the Northwestern Federal District of Russia, occupying 385 square kilometers of territory with forests and many beautiful cities of historical and cultural value. The Novgorod region is rich and diverse in various fields of activity and final products. The research identified the most important factors: technology, effective marketing. Moreover, each product or service has an individual production process. The Novsvin company is engaged in breeding pigs of

Danish genetics, according to Danish technologies, using a high-quality feed base, compiled according to an individual recipe. This technology allows you to achieve high quality products. Velikoye Selo uses classical methods of milk production and raising animals, which leads to savings on resources. With a combination of factors of competitiveness of entrepreneurial activity and their successful interaction, any enterprise, even a small one, can compete with firms on a worldwide scale.

Keywords: competitiveness, quality, business structures, service market, commodity policy, factor.

Новгородская область – это один из самых зеленых и плодородных субъектов Северо-Западного федерального округа России. Это 385 километров простора, лесов и, конечно же, множество прекрасных городов, представляющих не только историческую и культурную ценность, но еще и экономическую выгоду для нашей страны. По официальным источникам, на территории Новгородской области насчитано около 98 555 организаций, из которых: ИП – 69 266, ООО – 19 457, ЗАО – 804, ПАО – 273, СНТ – 73, ТСН – 197, ГСК – 41, других – 8 370. Конечно, как и другие субъекты РФ, Новгородская область богата и разнообразна различными сферами деятельности и итоговыми продуктами. В современном мире избытка товаров и услуг очень трудно придумать что-то новое, тем более, когда речь заходит о товарах ежедневной потребности. Изменение свойств, разработка новых упаковок и дизайнов – это современные решения тех компаний, которые нацелены на получение прибыли. Но гениальный ум не один и в результате столкновения от двух и более подобных мнений рождается конкуренция. Само собой, конкуренция имеет место быть везде, но сегодня мы рассмотрим конкурентоспособность предпринимательских структур на рынке Новгородской области.

Для начала стоит разобраться в том, что же такое конкурентоспособность предпринимательских структур. Если описать это понятие в двух словах, то можно сказать, что конкурентоспособность предпринимательских структур – это совокупность преимуществ одного товара перед другим, в рамках предпринимательской войны за клиентов и прибыль. Наличие выделяющегося фактора является не только залогом уникальности, но и гарантией привлечения клиентов с особыми предпочтениями и вкусами. Таким образом, поток прибыли для предприятия может увеличиться в 0,5, а то и в 1,5 раза. Это очень важный фактор, однако, есть и еще ряд ключевых моментов, но мы остановимся на трех самых основных факторах, которые будут являться самыми существенными в любой сфере и на любом предприятии различных масштабов и разным комплексом услуг.

Самые важные факторы – это технология, эффективный маркетинг и качество товаров. Из этих трех факторов сложно выделить самый главный, вследствие этого, следует начать с того момента, когда товар находится в процессе производства. Каждый товар или услуга имеет индивидуальный процесс производства. Любое производство – это выбор материалов, наличие

дополнительных примесей в изготовлении, усовершенствование техники производства, одним словом, технология. Многие компании начинали с простых металлов, пластиков и картонной бумаги. На данный момент, в изготовлении материала для производства могут использовать экологически чистые ресурсы. Так же и на рынке услуг. Возьмем парикмахерские салоны. В 1970–90-е годы, в основном, использовали самые простые инструменты, такие как: ножницы, расчески, простейшие элементы косметики и т.д. Сейчас же используют электронику для сушки волос и для нанесения косметических веществ. Совсем нетрудно использовать новшества, вопрос лишь в капитале, которым владеет предприятие. Именно от этого и зависит фактор технологии.

Следующее – это качество. Предположим, есть два производителя игрушечных кукол. Один производитель предпочитает использовать второсортные материалы, обычную краску, но при этом цена кукол будет низкой. Другой же производитель использует только высококлассные ресурсы, но и цена получается дороже. И те, и другие куклы будут пользоваться спросом, ибо это зависит от предпочтений потребителя. Кто-то выбирает товары в соответствии с размером его кошелька, а кто-то предпочитает более точные параметры и характеристики. Например, если у куклы есть маленькая деталь, которая может сломаться или оторваться, то это не только испорченная игрушка, но еще и риски вреда здоровью ребенка, ведь он спокойно может ее проглотить. Соответственно, качество – дело добровольное, поэтому всегда нужна ориентация на потребителя.

Завершающим фактором станет эффективный маркетинг. Без лишних слов, от этого фактора будет зависеть будущая продажа ваших товаров или услуг. Само собой, и логотип, и лозунг, и реклама должны не только привлекать глаза покупателей и клиентов, но и оставаться в памяти у людей, так что этому фактору можно и нужно уделять больше всего времени и сил [1]. К примеру, возьмем несколько предприятий из Новгородской области. На территории Новгородской области очень развита аграрная промышленность. Как уже было упомянуто, в Новгородской области – множество деревьев и растений. Одна из самых распространенных сфер деятельности – это животноводство. Животноводство – это не только прямая добыча ресурсов, но и дополнительные продукты питания: сыр, молоко, масло и т.д.

В качестве примера возьмем предприятия по производству молочных продуктов и скотоводства. Основными видами деятельности компании «НовСвин» являются разведение крупного рогатого скота, производство молочных продуктов, свиноводство, а также выращивание зерновых и зернобобовых культур. ООО «Великое Село» занимается молочным скотоводством. Мы рассмотрим эти предприятия с точки зрения оценки, по трем выше описанным факторам. Компания «НовСвин» занимается выращиванием свиней датской генетики, по датским технологиям, с использованием высококачественной кормовой базы, составленной по индивидуальной рецептуре. Подобная технология позволяет добиться

получения высокого качества производимой продукции. ООО «Великое Село» использует классические методы добычи молока и выращивания животных, что приводит к экономии на ресурсах, а также уменьшенной цене. ООО «НовСвин» – дочерняя компания датской корпорации AgroEast A/S. Учредителями и совладельцами холдинга являются более 70 фермеров и бизнесменов из Дании, применяющих свой опыт и знания для развития нашей компании. «Великое Село» – это местный производитель, который использует весьма простые методы, как было описано выше, поэтому качество будет весьма среднее.

ООО «НовСвин» имеет дочернюю компанию – ООО «Ермолино-Агро», которая является «земельным банком» компании, где сосредоточены все сельскохозяйственные активы «НовСвин», и обеспечивает их достойной рекламой. «Великое Село» пользуется местной рекламой, собственной разработкой. Самой собой, доход компании «НовСвин» выше, чем «Великое Село». Вывод весьма логичен. При сочетании факторов конкурентоспособности предпринимательской деятельности с их успешным взаимодействием, любое предприятие, даже малое, может конкурировать с фирмами всемирного масштаба [2; 3].

1. Алексина И.С., Омаров М.М. Применение маркетингового инструментария для воздействия на потребителей // Известия Международной академии аграрного образования. 2016. № 26. С. 43–45.

2. Омаров М.М., Омарова Н.Ю., Федотова Г.А. Саморазвивающаяся система подготовки востребованных специалистов на рынке труда // Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 176. С. 95–109.

3. Омаров М.М., Минин Д.Л. Прогноз развития структурных изменений АПК Северо-Западного федерального округа и рекомендации по обеспечению стабильного развития на среднесрочную перспективу // Известия Международной академии аграрного образования. 2016. № 26. С. 81–84.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Науменко Н.В.¹, Омаров М.М.²

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет,
г. Санкт-Петербург, Россия;

² Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

INNOVATIVE TECHNOLOGIES AS A WAY TO INCREASE THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION

Naumenko N.V.¹, Omarov M.M.²

¹ Saint Petersburg State University of Economics, Saint Petersburg, Russia;

² Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В данной статье речь идет о влиянии развития технологий, появления различных новшеств на деятельность организации, а именно о том, что инновационные технологии позволяют обеспечить организации конкурентное преимущество на рынке, тем самым повысить свою конкурентоспособность.

Ключевые слова: инновации, конкуренция, конкурентоспособность, маркетинг.

Abstract. This article deals with the impact of technology development, the emergence of various innovations on the activities of the organization, namely that innovative technologies allow the organization to provide a competitive advantage in the market, thereby increasing its competitiveness.

Keywords: innovation, competition, competitiveness, marketing.

В настоящее время главной движущей силой развития различных рынков становятся технологические изменения, на конкурентоспособность оказывает это значительное влияние, ведь использование последних достижений техники может позволить организации значительно снизить свои издержки на производство продукта или услуги.

Инновации – один из опорных ресурсов в экономике на сегодняшний день, который имеет большое влияние на конкурентоспособность организации [1]. Именно поэтому тема инновационных технологий, используемых как один из способов повышения конкурентоспособности организации, весьма актуальна и не утратится в ближайшем обозримом будущем.

Конкуренция по сути своей является динамичной борьбой организаций и предприятий за внимание потенциальных и реальных потребителей. В основе конкурентной борьбы лежат определенные стратегии участников этой борьбы, защищающие их интересы.

Конкурентоспособность – это наличие у одной организации преимущества над другими организациями, работающими в той же отрасли, независимо от ее географической принадлежности [1]. Конкурентоспособность организации выявляется путем сравнения определенных ее показателей с теми же показателями другой организации, которая осуществляет деятельность, аналогичную анализируемой организации.

Конкурентоспособность предприятия состоит из конкурентоспособности производимых и реализуемых им товаров и услуг. Целью обеспечения конкурентоспособности товаров и услуг является получение прибыли в результате успешной их реализации на рынке.

Конкурентоспособность организации зависит от спроса потребителей, а также от их поведения. Предпочтения потенциальных покупателей могут меняться в зависимости от моды или других факторов. Поведение потребителя может измениться, например, на данный момент целевой аудитории важно качество продукта, потом для нее на первый план выходит скорость доставки товара или скорость оказания услуги, это может смениться ее предпочтением в сторону популярных новинок. Основываясь на этих изменениях, организация должна постоянно следить за спросом и поведением потребителей ее продукции, это поможет поддерживать высокий уровень конкурентоспособности и не нести потери.

С ростом долгосрочного спроса на существующие рынки приходит большее количество новых производителей, а с его снижением – соответственно меньшее количество. Чем больше производителей появляется на рынке, тем выше и сильнее конкуренция, а, следовательно, растет необходимость в повышении конкурентоспособности организации.

Изучив научную литературу, мнения заслуженных экспертов данной отрасли, делаем вывод, что повысить конкурентоспособность можно в двух направлениях. Первое – повышение конкурентоспособности продукции, чтобы она шла наравне с продукцией конкурентов или даже выше. Второе направление – это увеличение эффективности работы предприятия и его подразделений.

Можно выделить следующие способы повышения конкурентоспособности организации [2]:

– улучшение качества выпускаемой продукции. Это приведет к улучшению имиджа организации, формирования у потребителя ассоциации названия организации и высокого качества продукции. Помимо этого, продукция лучшего качества откроет возможность выхода на более высокий сегмент рынка. Осуществить повышение качества продукции можно с помощью нового хорошего сырья и материалов, используемых для

изготовления. Также можно использовать инновационные технологии, что позволит не только улучшить качество продукции, но и сократить время на ее производство. Производимая продукция должна соответствовать государственным и мировым стандартам;

- сокращение расходов. Данный способ был описан еще Майклом Портером в 80-х гг. XX века. Своей актуальности он не потерял до сих пор. Суть его заключается в том, что, сокращая расходы, организация не только контролирует свои издержки, но и получает возможность инвестировать в производство с целью реализации накопленного ранее опыта;

- стимулирование сбыта и рост объемов реализации. Данный способ повышения конкурентоспособности предполагает маркетинговые мероприятия, направленные на анализ потребностей потребителей, разработку маркетинговых стратегий, возможный брендинг или ребрендинг организации. Четкое понимание того, что необходимо клиенту, приведет организации к разработке торгового предложения, которое сможет удовлетворить его потребность или решить его проблему;

- работа с внутренними ресурсами. В данном случае повышение конкурентоспособности осуществляется за счет переподготовки кадров, улучшения сервиса и обслуживания;

- использование новых подходов к бизнес-планированию и организации деятельности, улучшение условий труда работников организации и их материального и нематериального стимулирования. Данные улучшения помогут не только повысить качество сервиса или производимой продукции, но и поднять имидж организации, довольные работники замотивированы выполнять качественно свою работу, что приведет к улучшению общения с потребителем и созданию у него благоприятного впечатления.

Конкурентное преимущество организации достигается несколькими способами, например:

- наличие уникального торгового предложения;
- наличие инновационных технологий при разработке или в составе продукции;
- бренд самой организации.

Хорошим фактором, повышающим конкурентоспособность, может быть наличие особого конкурентного преимущества. Данное преимущество должно отвечать нескольким критериям. В первую очередь, оно должно быть привлекательно для потребителя, он должен видеть, какую выгоду он получит из приобретения товара или услуги. Также данное преимущество тяжело скопировать конкурентам в краткосрочный период. И третий немаловажный фактор – это преимущество должно быть устойчиво к изменениям окружающей среды.

Один из главных факторов, влияющих на конкурентоспособность – это научно-технический уровень, а также использование на производстве

современных изобретений и открытий, введение современных методов и форм организации труда и производства.

Инновационные технологии в настоящее время становятся одним из основных инструментов не только оптимизации производства, но и маркетинга. Особенно актуальны инновации для компании, которая только собирается выходить на рынок. Выйти, принеся на рынок абсолютно новый товар или услугу, с точки зрения маркетинга, хороший, но рискованный шаг. Новый товар позволяет решить проблему, с которой уже столкнулся потенциальный потребитель, но на рынке еще нет подобного продукта.

Ярким примером конкурентного преимущества на основе использования инноваций может выступить американская компания Tesla. Их инновационная разработка – электромобиль. В мире все большее число потребителей волнует забота об окружающем мире, разработка данной компании помогает не загрязнять выхлопами воздух, помимо этого, комплектация автомобиля – самая современная, что позволяет потребителю наслаждаться комфортом и последними достижениями техники, передвигаясь из одного места в другое. Такой автомобиль пользуется популярностью у обеспеченных, идущих в ногу со временем и экологически ответственных потребителей. В настоящее время только эта компания занимается производством данного типа автомобилей. Исходя из этого факта, конкуренция в данной нише практически отсутствует, что обеспечивает компании Tesla сильные позиции на рынке.

Этот пример очень хорошо описывает влияние инноваций на конкурентоспособность. Чаще всего инновационные технологии используются IT-компаниями, которые непосредственно связаны с разработкой новых технологий, а также совершенствованием уже имеющихся.

Одна из главных целей использования инноваций – это, чаще всего, долгосрочная эффективность функционирования на рынке. При достижении упомянутой выше цели, организации ориентируются на решение следующих специфических задач [2]:

- увеличение занимаемой доли рынка;
- расширение сферы деятельности, начало работы на новых рынках;
- возникновение новой современной организации, использующей в своей деятельности инновационные технологии;
- расширение выпускаемой продукции.

Новые инновационные продукты были и остаются одними из важных стратегических факторов развития рынка, при этом все популярнее становится внедрение инноваций не только в готовую продукцию, но и в производственный процесс. Современные технологии позволяют экономить ресурсы, затрачиваемые на единицу продукции. Помимо этого, инновационные технологии упрощают процесс производства и позволяют внедрить на предприятии так называемое бережливое производство.

Стратегическими целями компании также становятся:

- переход к новым типам и методам управленческой деятельности;

– разработка и введение новых мер, связанных с маркетинговой деятельностью;

– реструктуризация производства.

Чтобы оценить важность и значение инноваций в конкурентной стратегии, можно использовать несколько разнообразных эмпирических подходов.

В статье анализируются результаты комплексного специализированного мониторингового исследования поведения субъектов инновационного процесса, которое реализуется в НИУ ВШЭ с 2009 г. Проект «Мониторинг инновационной активности предприятий обрабатывающей промышленности и сферы услуг России» основан на адаптации методики комплексного европейского обследования технологического уровня и инновационной активности в промышленности (European Manufacturing Survey, EMS4) и охватывает более 2000 российских компаний.

Данный проект дает возможность провести анализ, используя при этом новые и обширные источники информации, например, генерация, распространение и внедрение информации. Основой, которую используют при проведении мониторингового исследования, являются рамки анализа и измерения инноваций, выработанные еще Европейским статистическим бюро и ОЭСР. Их подход на данный момент считается международным стандартом и задает как понятийную базу, так и модельную. Основываясь на этом, проводятся теоретические и эмпирические исследования нововведений. Один из главных плюсов данного метода представляет собой тот факт, что такой подход позволяет провести сопоставление полученных результатов анализа.

Страны, которые на протяжении многих лет являются лидерами исследований в данной области, регулярно стараются усовершенствовать или изменить инструменты, используемые при осуществлении исследовательской деятельности. Появляются новые объекты исследований, проводятся более глубокий анализ процессов, происходящих в мире, установка взаимосвязи между ними, изучение поведения потребителя, его мотивов, целей, потребностей, анализ условий, оказывающих непосредственное влияние на поведение экономических субъектов.

Таким образом, можно сделать вывод, что инновационные технологии занимают очень важное место в общей конкурентной стратегии организации. Внедрение новшеств в деятельность компании позволяет оптимизировать производство, а также создает конкурентное преимущество, которое позволяет организации повышать свою конкурентоспособность. Но не стоит забывать, что данный метод действенен только в случаях непрерывного совершенствования производства и продукции. В противном случае, нововведение будет использоваться и другими игроками, которые имеют возможность видоизменять его в лучшую или худшую сторону, тем самым увеличивая риск сокращения конкурентного преимущества на основе использования инновационных технологий.

1. Кузнецова Т.Е. Конкуренция, инновации и стратегия развития российских предприятий [Электронный ресурс] // Экономический портал. URL: <https://institutiones.com/innovations/2293-konkurenciya-innovacii-strategii-razvitiya-rossijskix-predpriyatij.html> (дата обращения: 14.05.2021).

2. Сайбель Н.Ю. Влияние инновационных технологий на конкурентоспособность фирмы // Молодой ученый. 2016. № 30 (134). С. 264–267.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ КЛИНИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Монгуш К.О.

Тувинский государственный университет, Республика Тыва, г. Кызыл, Россия

E-mail: m.kuzelm.ru

TRENDS OF THE MARKET OF CLEANING SERVICES AND PROSPECTS FOR ESTABLISHING CLEANING COMPANIES

Mongush K.O.

Tuva State University, Republic of Tyva, Kyzyl, Russia

E-mail: m.kuzelm.ru

Аннотация. В данной статье рассмотрено определение деятельности клининговой компании, приведено исследование состояния рынка клининговых услуг в настоящее время и перспективы создания клининговой компании в г. Кызыл. По авторским данным, использование услуг профессиональных клининговых компаний позволяет предпринимательским структурам экономить денежные средства, оптимизировать процесс работы, сфокусирует внимание на основной деятельности компании. Такой эффект достигается путём сокращения численности обслуживающего персонала, уменьшением расходов на ремонт, а также снижением налогооблагаемой базы, и затраты на клининг учитываются в расходы на ведение бизнеса.

Ключевые слова: клининговые компании, клининговые услуги офисных помещений, тенденции развития рынка, эффект.

Abstract. This article considers the definition of the activities of a clearing company, provides a study of the current state of the cleaning services market and the prospects for creating a cleaning company in Kyzyl. activities of the company. This effect is achieved by reducing the number of maintenance personnel, reducing repair costs, as well as reducing the taxable base, and cleaning costs are included in the cost of doing business.

Keywords: cleaning companies, office space cleaning services, market development trends, effect.

В настоящее время можно утверждать, что клининговые услуги и индустрия чистоты в конкурентной среде становятся актуальными и востребованными. Причем на рынке востребована профессиональная уборка как производственных и офисных помещений, так и жилых квартир и домов. Следует отметить, что за последний год события, связанные с пандемией

COVID-19, повлияли на рынок клининговых услуг. Из-за пандемии во многих организациях поддержание чистоты и обработка помещений специальными средствами стала важной задачей.

Клининговые компании на сегодняшний день в состоянии предложить потребителю весьма широкий спектр услуг, например, профессиональная уборка офисного здания, квартир, загородных домов и т.д. В стандартный набор услуг входит уборка помещений вне зависимости от типа, сюда же следует отнести уборку прилегающих территорий и несколько дополнительных сопутствующих услуг. Клининг практически ничего общего с обычной уборкой не имеет, так как это принципиально разные подходы к очищению пространства от грязи. Современные компании берутся решать всяческие задачи, касающиеся уборки объекта, причем степень сложности может очень отличаться. И, конечно, за счет пользования услугами клининговой компании клиенты, как организации, так и частные лица, могут не волноваться за чистоту объекта, не говоря уже об экономии собственных сил и времени [1; 2].

Одной из важных особенностей популярности клининговых компаний является то, что в определенной мере клиенты даже выигрывают по финансам, хотя бы потому что таким образом они не тратятся на воду, тепло и электричество, и конечно же, это огромная экономия времени и сил. Да и в целом профессиональная уборка помещения позволит ему принять более свежий и опрятный вид. Отдельным направлением в сфере деятельности клининговых компаний называют уборку офисных помещений. Здесь также речь идет об экономии средств, ну и не обойдется без оптимизации управления бизнесом.

По экспертным данным, использование услуг профессиональных клининговых компаний позволяет организациям экономить денежные средства и существенно оптимизировать процесс работы, что в свою очередь помогает сфокусировать внимание на основной деятельности компании. Такой эффект достигается путём сокращения численности обслуживающего персонала, уменьшением расходов на ремонт, а также снижением налогооблагаемой базы, так как нет необходимости платить заработную плату уборщикам, и затраты на клининг учитываются в расходы на ведение бизнеса.

Потребителями клининговой компании в первую очередь являются образовательные и медицинские учреждения, поскольку площади помещений данных учреждений достаточны для эффективной организации работы клининговой компании. Вторым приоритетом являются торговые точки и дома населения. Нужно отметить, что клининговые компании бывают разных специализаций, как организаций и нежилых помещений, так и частных домов и квартир.

Заметим, что до 2018 года уборкой домов в большей степени занимались домработницы, но в настоящее время услуги клининговых компаний становятся все более популярными. Преимущество клининговых компаний заключается не только в профессиональном подходе, но и экономии средств

населения, организации за счет того, что за оплату клининговых услуг не учитывается социальный налог. Поэтому рынок клининга жилых помещений начал расти. На данный момент этот рост продолжается.

В Европе прибыль клининговой компании составляет в среднем 3–5%, в России эта цифра выше в 2–3 раза. И это обоснованно, поскольку объемы рынков несопоставимы. На Западе клининговыми услугами пользуются около 90% объектов промышленной недвижимости, а в Москве и Московской области – только 30%. И распределен рынок неравномерно: Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Иркутск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Красноярск, Сочи, Новосибирск, Омск и т.д.

Рынок клининга в РФ является быстрорастущим сегментом экономики. До 2013 года рынок рос ежегодно на 20–30%. В городах-миллионниках имеется около 10% платежеспособного населения, готового заказывать уборку своего дома или квартиры. В среднем на жилище в России приходится 2,5 жителя. В Республике Тыва, в частности в г. Кызыл, рынок клининговых услуг только начинает развиваться. Крупных компаний, специализирующихся на клининговых услугах на данный момент, нет, но тем не менее есть несколько небольших организаций, которые предлагают услуги уборки помещений. К их числу относятся клининговые компании «Кристалл», «БастиON-Cleaning», клининг-служба «Эталон».

Таблица 1. SWOT-анализ клининговой компании

Внешняя среда	Возможности:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Улучшение уровня жизни населения 2. Расширение рынков сбыта 3. Появление новых партнеров 4. Невысокая эластичность спроса по цене 5. Увеличение ассортимента продукции
	Угрозы:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост темпов инфляции 2. Изменение уровня цен 3. Рост налогов в отрасли 4. Усиление конкуренции
Внутренняя среда	Преимущества:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Умеренные цены 2. Наличие рынка сбыта 3. Высокое качество продукции 4. Лучшие потребительские свойства
	Недостатки	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие сформированного положительного имиджа (неузнаваемость) 2. Маленький ассортимент

В связи с этим создание клининговой компании «Блеск» с профессиональными кадрами в г. Кызыл является перспективным. Для

клининговой компании важным фактором для качественного оказания услуг является реализация профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации рабочих кадров и специалистов для клининговой индустрии. Для обучения работников следует заключить контракт с центрами профессионального обучения специалистов по клинингу. Также для открытия клининговой компании требуется более внимательное изучение рынка услуг, определение возможных секторов работы и оценка сильных и слабых сторон. В таблице 1 представлен SWOT-анализ.

Необходимо выработать механизмы продажи услуг путем рассылки коммерческого предложения на промышленные предприятия города или крупные объекты, такие как торговые центры, с указанием цен и перечнем оказываемых услуг, а также с указанием финансовой выгоды для предприятия, заключив договор на длительное срочное или бессрочное обслуживание с возможностью оказания дополнительных услуг по соглашениям [3].

Исследования показали, что к основным преимуществам клининга можно отнести следующие:

1. Использование специальных трудоемких и наукоемких технологий при уходе за современными покрытиями и материалами, применяемыми в строительстве и эксплуатации зданий.

2. Освобождение владельца недвижимости от необходимости организации производства по поддержанию чистоты в своих помещениях, которое предусматривает закупку оборудования, инвентаря, расходных материалов, постоянную работу с персоналом, контроль качества выполняемых работ и многое другое, что необходимо осуществлять руководителю для успешной жизнедеятельности любого предприятия. Отсутствие неоправданных расходов со стороны вышеупомянутого, обслуживаемого предприятия, связанных с необходимостью проведения постоянных косметических и восстановительных ремонтных работ.

3. Высокий уровень культуры производства, а именно: единая униформа персонала, специализированное оборудование и инвентарь, подобранные специально под потребителя (эстетический вид, цвет, форма, уровень шума и пр.).

4. Возможность использовать персонал для проведения уборки в любое удобное время, включая ночное. Высокое качество работ, чистота и экологическая безопасность – немаловажный фактор, благоприятно влияющий на здоровье человека и снижающий уровень заболеваемости.

Главной проблемой внедрения клининговых услуг является недостаточная осведомленность потенциального потребителя о преимуществах, которая приводит к тому, что остается огромное число потенциальных потребителей старой формации, которые решают вопросы традиционно. В целом отечественная профессиональная уборка, в частности контрактная уборка, имеет хорошие перспективы развития. Со временем она будет пользоваться широким спросом не только у узкого круга потребителей,

владеющих вопросами профессиональной хозяйственной деятельности, но и у общественных, государственных предприятий и у населения, которое представляет собой огромный сектор деятельности. Экономические показатели и социальная эффективность проекта создания клининговой компании «Блеск» в г. Кызыл представлены в таблице 2.

Таблица 2. Экономическая эффективность инвестиций и социальная эффективность проекта по созданию клининговой компании «Блеск»

Процентная ставка (ставка дисконтирования) – 15%.	15% годовых
NPV	570,18 тыс. руб.
DPI	1,38 руб.
IRR	28,32%
DPP	17 мес.
Создание новых рабочих мест	15
Годовые налоговые поступления	373 тыс. руб

Исходя из проведенного исследования, следует сделать вывод, что создание клининговой компании является перспективным проектом, так как на территории Республики Тыва и в г. Кызыл крупных профессиональных компаний на данный момент нет, в то время как в других городах рынок клининговых услуг стремительно развивается.

1. Рябичев Ю.В. Конкуренция на рынке клининговых услуг [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/>

2. Радионов Н.В. Услуги клининга: тенденции развития рынка и кадровые проблемы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/>

3. Севек В.К. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-план: учеб. пособие. Кызыл: Изд-во ТывГУ, 2010. 129 с.

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ОДНО ИЗ ГЛАВНЫХ УСЛОВИЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Окомина Е.А., Руденко М.А., Львова Е.А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

INNOVATIVE ACTIVITY AS ONE OF THE MAIN CONDITIONS OF MODERNIZATION OF THE ECONOMY

Okomina E.A., Rudenko M.A., Lvova E.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается вопрос о внедрении инновационных технологий и развитии инновационной деятельности в сфере экономики, так как в настоящее время именно инновации стали занимать одну из главных позиций в экономическом и социальном развитии. Дается понятие инноваций, инновационного процесса, рассматриваются их виды в зависимости от структуры и направлений деятельности. Описаны основные этапы внедрения инновационных технологий в практическую деятельность организаций. Отмечены функции, которые выполняют инновационные технологии и их значительная роль в модернизации экономики, среди которых экономический рост на долгосрочную перспективу; развитие новых отраслей в экономике; укрепление обороноспособности государства и безопасности; сокращение издержек производства; повышение качества производимых товаров и услуг; решение глобальных проблем общества; рост уровня жизни населения. Именно благодаря активной инновационной деятельности появляется все больше возможностей для производства наукоемкой продукции и услуг. Рассмотрены основные инновации в сфере экономики: экономика совместного пользования, цифровые деньги, в том числе самые распространенные – биткойны, блокчейн, умные города, использование более современных транспортных средств, таких как электромобиль и беспилотный автомобиль, дана оценка их влияния на экономику.

Ключевые слова: инновации, инновационные технологии, инновационный процесс, инновационная деятельность, инновационная экономика, инновационные факторы.

Abstract. This article deals with the issue of the implementation of innovative technologies and development of innovative activity in the economic sphere, since innovations have begun to occupy one of the main positions in economic and social development. The definition of innovations and innovative process is given; their types are considered depending on the structure and activities. The phases of the implementation of innovative technologies in practical activities of organizations are described. The functions of the innovative technologies and their significant role

in the modernization of the economy are noted. These functions include long-term economic growth; development of new industries in the economy; strengthening of the security and defence of the State; reducing the cost of producing; improving the quality of goods and services produced; addressing global issues of the society; increase in the standard of living of the population. There are more opportunities for production of knowledge-intensive products and services due to the innovative activity. The main innovations in the economic sphere are considered: economy of co-production, digital money (including the most common: bitcoins, blockchains), smart cities, use of more modern vehicles such as an electric car and a self-driving car, and their impact on the economy is assessed.

Keywords: innovation, innovative technologies, innovation process, innovation activity, innovation economy, innovation factors.

В настоящее время инновации являются неотъемлемым и важным звеном во всех сферах, которые непосредственно связаны с жизнедеятельностью общества. Термин «инновации» имеет множество определений, но в первую очередь подразумеваются изменения, прежде всего, в структуре общепроизводственной системы, которые приводят к улучшению качества ее состояния. Применительно к деятельности конкретных организаций можно сказать, что инновации – это изменения в функционале организации как системы.

Инновационные технологии включают сбор различных средств и методов, которые помогают поддерживать реализацию нововведений.

Можно выделить несколько этапов, которые включает в себя инновационный процесс:

- разработка – это продвижение плана или рекомендаций для различных путей решения поставленных вопросов, в свою очередь, они могут стать толчком в развитии нововведений;

- внедрение – деятельность (научно-техническая, экспериментальная, организационная), позволяющая организовать и реализовать инновации;

- распространение – изучение предложенных нововведений различными группами пользователей с целью их дальнейшего применения.

Инновации на предприятиях в зависимости от их структуры подразделяются на:

- инновации на «входе» – перед ними стоит точная задача в качественной или количественной разработке, в том числе выбор необходимых сырья, материалов, оборудования и информации;

- инновации «на выходе» заключаются в качественных или количественных доработках производственного процесса: выпускаемого изделия, услуги, технологии;

- структурные инновации предприятия как системы формируют различные варианты развития производственного и управленческого процессов, их организации и методов достижения.

Инновации также подразделяются по направлениям деятельности предприятия:

– инновационные технологии – технологии используются для разработки новых видов продукции или технологий;

– производственные инновации позволяют развивать производственные мощности, совершенствовать производственную деятельность и производственный процесс;

– экономические инновации применяются для обоснования и использования способов и средств, повышающих эффективность финансово-хозяйственной деятельности, в том числе для снижения производственных издержек, роста прибыли;

– инновации в сфере торговли несут в себе изменения в области торговой деятельности: развитие новых услуг, способствующих сбыту товаров (продукции, работ, услуг), совершенствование методик и способов ценообразования;

– социальные инновации улучшают условия и способы труда, социальное обеспечение, психологический комфорт и взаимоотношения внутри коллектива организации;

– инновации в сфере управления направлены на улучшение организационной структуры управления на предприятии, а также на внедрение новых стилей и способов принятия управленческих решений.

Безусловно, на современном этапе инновационная политика организации становится доказательством ее роста в сфере экономики и конкурентоспособности. Ни одна организация в настоящее время не может осуществлять свою деятельность без инновационных технологий. Особенно важное значение сейчас приобретают инновации в сфере управления, так как именно человек в данной области является основной движущей силой нововведений.

Все инновационные технологии имеют особую взаимосвязь друг с другом, все свои функции они выполняют в строгой последовательности и с введением инноваций в одной из сфер деятельности организации обязательно будут затронуты и прочие области.

Внедрение инновационных технологий можно условно разделить на ряд этапов:

– регенерирование. Оно предназначено для сохранения, а также совершенствования тех функций, которые уже работают в производственной системе;

– целевое приспособление. Данную ступень можно отнести к количественным требованиям, которые соответствуют сохранению функционала производственной системы;

– процессы перегруппировки или организационных изменений применяются для поддержки наиболее прогрессивных методов в организации деятельности предприятия;

– проведение адаптационных изменений, которые предназначены для общей корректировки системных элементов с целью увеличения их эффективности.

Безусловно, любое предприятие в практической деятельности испытывает не только необходимость внедрения инноваций, но и рост потребностей в управлении инновационными процессами. При этом особое внимание уделяется возможности предусмотреть (с большой степенью точности) получаемые результаты, используемые ресурсы, комплексно и оперативно управлять всеми этапами инновационного процесса, снижению риска ошибочного выбора [1].

Существует множество функций, которые выполняют инновационные технологии для развития экономики и общества в целом. Основными из них являются:

– экономический рост на долгосрочную перспективу. Инновационные технологии имеют сильное влияние на общество в любой сфере жизнедеятельности, в том числе они оказывают влияние и на его экономическую составляющую;

– создание новых отраслей в экономике. Бесспорно, именно внедрение радикальных инновационных технологий способствует развитию новых отраслей в экономике, которые впоследствии становятся основными и лидирующими;

– единое рыночное пространство. В современном обществе, где люди направляют все свои силы на достижение глобализации, внедрение какой-либо новой инновационной технологии сможет поспособствовать в создании единого рынка;

– укрепление обороноспособности государства и безопасности. Одна из главных задач властей – обеспечить государственную безопасность и безопасность граждан. Решение этих проблем напрямую связано с внедрением и применением нового вооружения;

– коммерческая выгода. Инновационные технологии способствуют получению прибыли для любого юридического или физического лица, производящего продукт;

– сокращение издержек производства, происходящее благодаря использованию инноваций в сфере экономики и позволяющее уменьшить объемы потребления ресурсов в производстве;

– повышение качества производимых товаров и услуг;

– рост числа квалифицированных работников;

– удовлетворение различных потребностей людей;

– решение глобальных проблем общества. В наши дни эти проблемы можно решить благодаря внедрению нововведений, направленных на тесное взаимодействие разных государств друг с другом, которое основано на обмене информацией, опытом и результатами;

– рост уровня жизни граждан [2].

Сегодня ввиду развития и внедрения различных инновационных технологий в нашу повседневную жизнь решаются многие из этих задач, так можно, к примеру, в свободном доступе заказать еду домой, больше нет необходимости посещать банк, чтобы перевести деньги, все это можно сделать через приложение онлайн с любого смартфона. И подобных примеров, которые действительно улучшили жизнь населения, в наше время становится все больше и больше.

Большинство развитых стран уже применяют новые экологические технологии каждый день, основываясь на научных и технических знаниях, которые подтверждены учеными.

Именно благодаря активной инновационной деятельности появляется все больше возможностей для производства наукоемкой продукции и услуг. Рассмотрим более подробно последние инновации в сфере экономики.

Начнем с экономики совместного пользования. Простым языком, это модель, где потребитель платит за возможность временного доступа, т.е. использования какого-то ресурса, принадлежащего другому участнику, в то время как компания просто сводит первых и вторых вместе. Подобную модель применяют такие известные компании как Uber (приложение для вызова такси, доставки) и Airbnb (сайт для аренды недвижимости). Безусловно, это крайне облегчает жизнь, потому что устраняет необходимость в приобретении, что позволяет сберечь денежные средства и время.

Цифровые деньги. Стали совершенно новым видом экономических технологий. Цифровые валюты записаны с помощью программного кода и сохранены в электронном виде. Самые распространенные цифровые деньги – это «биткоины». Они созданы и работают только в сети Интернет. Здесь хочется заметить, что в будущем не исключена возможность постепенного перехода от традиционных денег к цифровым, потому что, по некоторым данным, мировой оборот виртуальной валюты составил уже четыре миллиарда.

Блокчейн. Это четко структурированная база данных, имеющая особые правила построения цепочек транзакций. Простыми словами, это инструмент для передачи и хранения информации. Хочется отметить, что у блокчейна есть возможность работать напрямую без посредников, а также совершать платежи быстрее, дешевле и надежнее. А сам принцип работы тот же, что и у традиционных финансовых учреждений. Эта инновация применяется в следующих областях: при финансовых операциях, для идентификации пользователей, для создания кибербезопасности, для отслеживания производства, а также для создания медицинской истории [3, с. 39].

Умные города. Инновационные технологии коснулись и городов в целом. Сам термин «умный город» несет в себе цель внедрения новых технологий в инфраструктуру города, что в свою очередь должно повысить экономическую эффективность и улучшить уровень жизни населения. Однако создание умного

города – это очень трудоемкий процесс, требующий использования новейшего оборудования, а также немалых финансовых вложений.

Электромобиль. Это транспортное средство, которое приводится в движение с помощью электродвигателя, получающего питание от автономного источника электроэнергии. Главными достоинствами электромобилей являются забота об экологии, экономичность и тихая работа двигателя. Хочется отметить, что многие развитые страны стараются предпринимать меры, чтобы граждане переходили на использование именно таких транспортных средств, особенно в целях сохранения окружающей среды. Так, например, в Норвегии уже подготовлен закон, запрещающий продажу машин с дизельным и бензиновым двигателем. Однако есть отрицательный момент, заключающийся в том, что внедрение электромобилей может оказать и негативное влияние на экономику стран в целом. Масштабное использование этой инновационной технологии может снизить цены на нефть, уменьшить налог на бензин и сократить число рабочих мест.

Беспилотный автомобиль. Это транспортное средство, имеющее систему автоматического управления, благодаря которой способно двигаться без участия человека. Крупные организации инвестируют в разработку этой инновации большие деньги. Появление беспилотных автомобилей приведет экономику к тотальной трансформации. Все потому, что в первую очередь сократятся рабочие места водителей, как сферы такси, так и грузоперевозок. Доставка грузов без водителя позволит еще и снизить цену на товар. Также эта инновация окажет существенное влияние и на сферу страхования. Подразумевается тот факт, что исключение человеческого фактора на дорогах приведет к снижению числа аварий. В этом случае положительным моментом будет являться улучшение обстановки на дорогах, сокращение пробок, а отрицательным – потеря клиентов и прибыли для страховых организаций [4, с. 8].

На сегодняшний день мир очень сложно представить без инноваций, так как многие из них уже вошли в привычку и будут способствовать эволюции в дальнейшем. Инновации стали занимать одну из главных позиций в экономическом и социальном развитии. Безусловно, деятельность, которая связана с нововведениями, способствовала тому, что мировое сообщество получило более высокую степень развития.

1. Инновационные технологии в экономике [Электронный ресурс]. URL: https://spravochnick.ru/ekonomika_predpriyatiya (дата обращения: 31.03.2021).

2. Инновационные технологии в экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://studbooks.net/711638/sotsiologiya/> (дата обращения: 31.03.2021).

3. Жданова О.А. Роль инноваций в современной экономике // Экономика, управление, финансы: материалы междунар. заоч. науч. конф. / под общ. ред. Г.Д. Ахметовой. Пермь: Меркурий, 2017. С. 38–40.

4. Кадырова Л.Н. Новые технологии и их роль в современной экономике [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики, социологии и управления: материалы междунар. студ. науч. конф. «Студенческий научный форум», г. Москва. М., 2020. С. 1–11. URL: <https://scienceforum.ru/2020/article/2018020294> (дата обращения: 02.04.2021).

БИЗНЕС-ПЛАН ПО РАЗВИТИЮ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

Ондар А.А.

Тувинский государственный университет, Республика Тыва, г. Кызыл, Россия

E-mail: anggurak@gmail.com

BUSINESS PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF SPORTS AND RECREATIONAL ACTIVITY OF THE POPULATION OF THE REPUBLIC OF TUVA

Ondar A.A.

Tuva State University, Republic of Tyva, Kyzyl, Russia

E-mail: anggurak@gmail.com

Аннотация. В статье представлены результаты реализации бизнес-плана создания пейнтбольного клуба в поселке Каа-Хем Кызылского района Республики Тыва. Технико-экономическое обоснование создания пейнтбольного клуба показало экономическую эффективность с окупаемостью проекта в течение пяти лет. Исследования показали, что длительный срок окупаемости инвестиционного проекта связан с таким дорогостоящим основным капиталом как земельный участок, здания и оборудования для пейнтбола. Инвестиционные затраты включают постройку административного здания площадью 162 кв. м. Ценовая стратегия учитывает анализ рынка услуг в соответствии с поставленной целью и задачами предприятия по предоставлению развлекательных услуг, тактики операционной работы и управления. Пейнтбольный клуб исследователи рассматривают как фактор развития спорта и военно-патриотического воспитания молодежи.

Ключевые слова: бизнес-план, спортивно-оздоровительной комплекс, маркетинговый инструментарий, продвижение товаров и услуг, рынок.

Abstract. The article “Business plan for the development of sports and health-improving activity of the population of the Republic of Tyva” presents the results of the implementation of a business plan for creating a paintball club in the town. Каа-Khem of the Kyzyl region of the Tyva Republic. The feasibility study for the creation of a paintball club has shown economic efficiency with a payback period of five years. Research has shown that a long payback period for an investment project is associated with expensive fixed assets such as land, buildings and paintball equipment. Investment costs include the construction of a 162 sq. M. Administrative building. m. The pricing strategy takes into account the analysis of the services market in accordance with the goal and objectives of the enterprise for the provision of entertainment services, tactics of operational work and management. Researchers consider the paintball club as a factor in the development of sports and military-patriotic education of young people.

Keywords: business plan, sports and recreation complex, marketing tools, promotion of goods and services, market.

В качестве исследования по предмету бизнес-планирование, преподаваемому профессором В.К. Севеком, мною была выбрана тема создания пейнтбольного клуба в пгт. Каа-Хем. Поселок городского типа Каа-Хем примыкает к г. Кызылу с восточной стороны. Выбор месторасположения связан с тем, что вблизи пгт. Каа-Хем имеется достаточно свободных мест для организации требуемой площади для пейнтбольной игры. Заметим, что не только в пгт. Каа-Хем, но и в г. Кызыле нет аналогичной услуги для населения. Вместе с тем, для молодежи и для людей среднего возраста, интересующихся активным видом коллективных спортивных игр, пейнтбол является достаточно интересной игрой. При этом следует отметить, что с развитием в нашей стране движения Юнармия – добровольное российское детско-юношеское движение, которое возродило добрые традиции молодежных организаций, пейнтбольный клуб может стать базой для подготовки юнармейцев к военно-патриотической игре типа «Зарница», которая проводилась в советское время. По опросам студентов инженерно-технического, физико-математического и экономического факультетов Тувинского государственного университета увлекательная игра военно-тактического характера нравится 6 опрошенным из 10. Население г. Кызыл и пгт. Каа-Хем составляет около 150 000 человек [1].

В соответствии с организацией проведения пейнтбольной игры и установки соответствующих объектов с препятствиями, общая требуемая площадь составила 136,5 ар (13 650 кв. м) в местечке Кок-Тей. Месторасположение пейнтбольного клуба представлено на рисунке 1.



Рисунок 1. Местоположение пейнтбольного клуба

На территории пейнтбольного поля будут 2 полигона (спортивный стандарт и тактический лабиринт), а также административное помещение, парковка для автомашин (рисунок 2).

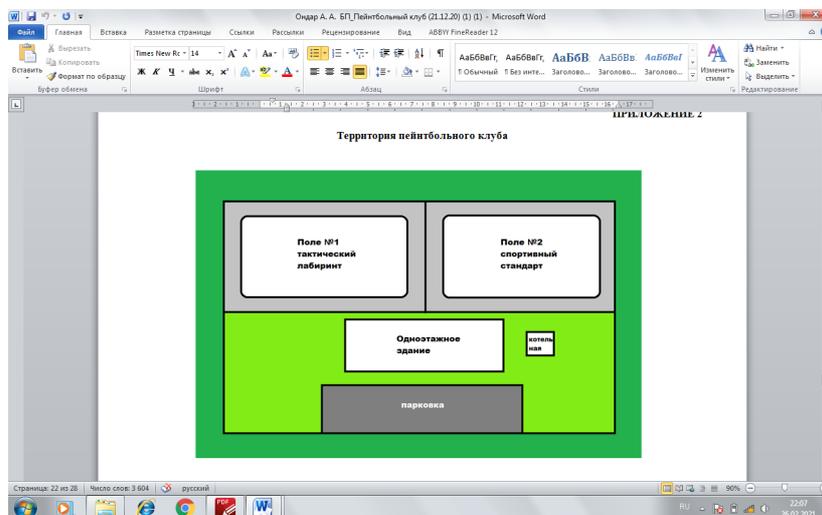


Рисунок 2. Территория пейнтбольного клуба

Как было отмечено выше, успешность проекта оценивается как достаточно высокая, так как подобного типа комплексов в регионе на сегодняшний день нет, и спрос на эти услуги остается неудовлетворенным. Основными ключевыми факторами являются большой спрос, непрерывный поток заказчиков, качественное обслуживание, безопасные полигоны, продуманные сценарии игр [2].

Основной доход клубу приносит продажа шариков, которые используются в качестве пуль. К услугам чаще всего прибегают люди, занимающиеся спортом и увлекающиеся военизированными играми. В дальнейшем планируется продажа оборудования для пейнтбольных клубов. Услуги находят спрос постоянно, так как ситуация с обеспечением населения веселой, увлекательной и военизированной игрой является актуальной. В организационном и в производственных планах самого бизнес-плана предложения услуг пейнтбольного клуба достаточно подробно описаны с учетом анализа потребности клиентов, безопасности проведения услуг, обеспечения полного комплекта снаряжения и предлагаемых различных сценариев игр.

Ценовая стратегия учитывает анализ рынка услуг в соответствии с поставленной целью и задачами предприятия по предоставлению развлекательных услуг, тактики операционной работы и управления. Система ценообразования на услуги заключается в следующем. Средняя цена услуги – 800 рублей за 2 часа игры. В стоимость входят: прокат маркера, 300 шаров, инструктаж, фотосессия, игровые сценарии. Дополнительная покупка шариков

до начала игры дешевле, чем во время игры. Тактическая подготовка боевых структур по соглашению. Также будут устраиваться выездные игры.

Инвестиционные затраты включают: постройку административного здания площадью 162 кв. м. В данном помещении будут размещены офис, оружейная комната (склад), раздевалка, мойка, туалеты, душевые, кухня, кафе. В дальнейшем планируется создание хостела на втором этаже и магазина товаров для пейнтбольных клубов. В помещениях будут созданы искусственное и естественное освещение. Естественное освещение дадут окна. Искусственное освещение создадут люминесцентные лампы [3].

Территория пейнтбольного клуба ограждена специальной сеткой и освещена прожекторами, также организован строгий контроль территории охранной службой. Для работы пейнтбольного клуба потребуется закупить необходимое оборудование для пейнтбола. С учетом покупки необходимого снаряжения, шариков для маркера, компрессора для заправки баллонов потребуется 1 097,8 тыс. рублей.

В структуре постоянных издержек клуба также помещаются затраты на электроэнергию. Сюда также относятся общие и административные расходы, арендные платежи, заработная плата сотрудников и страховые взносы, плата за коммунальные услуги. Для начала функционирования пейнтбольного клуба требуется 5 306 800 рублей (таблица), из них 1 097 800 рублей – на приобретение необходимого оборудования пейнтбольного клуба.

Таблица. Смета расходов

Показатели	Расходы, руб.
Первоначальные инвестиционные вложения:	
Строительно-монтажные работы	3 500 000
Подсобное помещение и благоустройство	200 000
Затраты на водоснабжение и подключение к электросети	100 000
Реклама	9 000
Закупка инвентаря и прочей мебели	300 000
Прочие расходы	100 000
Закупка оборудования, инвентаря, сырья и материалов: 1 097 800	
Комплект Tippmann 98 «Новичок» 20 шт.	349 800
Ствол cb barrel m98 685 14 black 20 шт.	29 800
Защитный жилет стандартный Олива 20 шт.	13 800
Маска proto switch single yellow	4 940
Куртка под заказ 22 шт.	17 600
Брюки под заказ 22 шт.	13 200
Компрессор nardiatlantic g shoot (бензиновый)	196 970
Переходник ком. Din300 тр.баллон	1930

Продолжение таблицы

Транспортный баллон 40л 5000psi 2 шт.	36 600
Заправочная станция dinmir с шлангом (азот/воздух) 2 шт.	3 980
Сетка оградительная Mallanets netting supreme 3x100m 6 шт.	179 940
Комплект из надувных укрытий форпост “тренировочный” 22 фигуры	194 240
Шары для пейнтбола pro-sharexact (0,68) 50 кор.	55 000
Итого	5 306 800

Планируется создание 4 рабочих мест. Фонд оплаты труда в год составит 1 092 тыс. рублей. Отчисления во внебюджетные фонды составят 252 тыс. рублей в год.

Сумма налога при применении упрощённой системы налогообложения для данного вида предпринимательской деятельности в год составит 241 920 руб. Сумма налога оплачивается поквартально в размере 60 480 рублей, не позднее 25 календарных дней со дня окончания отчетного периода. Экономическая эффективность проекта составляет (NPV) 3 158 607 руб. при условии доходности инвестора 12% годовых. В качестве инвестора выступает Фонд поддержки предпринимательства Республики Тыва. Индекс доходности (DPP) – 1,94, дисконтированный срок окупаемости (DPI) – 5 лет [4].

В заключение следует отметить, что планируемый к открытию пейнтбольный клуб обладает рядом преимуществ, в частности, интересная и динамическая игра, высокое качество обслуживания, гибкая ценовая политика, проведение ежемесячных турниров и акций, индивидуальный подход. Также следует отметить удобный для населения график работы и выгодное месторасположение для развлечений и активного отдыха. Пейнтбол как активная коллективная спортивная игра несет характер патриотического воспитания детей, молодежи, а также популяризирует здоровый образ жизни.

1. Акимов А.С. Маркетинг физкультурно-спортивных услуг крупного стадиона (на примере ОАО ОК «Лужники»): автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 13.00.04, 08.00.05 / Акимов Антон Сергеевич. М., 2010. 23 с.

2. Булатов Р.А. Социально-экономические условия развития физической культуры и спорта в регионе: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Булатов Руслан Абдулович. М., 2011. 26 с.

3. Вагапова А.А., Агеева Г.Ф. Оптимизация и повышение эффективности деятельности физкультурно-спортивной организации // Физическое воспитание и студенческий спорт глазами студентов. Казань, 2015. С. 319–320.

4. Гетьман А.М., Сусикова Т.С. Оценка качества физкультурно-оздоровительных услуг фитнес-клуба // Проблемы совершенствования физической культуры, спорта и олимпизма. 2019. № 1. С. 406–411.

СИСТЕМА ОТНОШЕНИЙ «ЧЕЛОВЕК-ПРОИЗВОДСТВО»: ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

Отставнова Л.А.

Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.,
г. Саратов, Россия

E-mail: liliotstav69@yandex.ru

MAN-PRODUCTION RELATIONSHIP: TECHNOLOGICAL TRENDS IN THE PANDEMIC PERIOD

Отstavnova L.A.

Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Russia

E-mail: liliotstav69@yandex.ru

Аннотация. В статье обосновывается актуальность темы, заключающаяся в учете современных тенденций цифровой экономики в сфере труда, трансформации подходов к организации производства, прохождении обязательных этапов развития предприятия, позволяющих постепенно преобразовать традиционное предприятие в цифровое. На основе анализа современного состояния развития цифровой экономики и применяемых технологических направлений выявляются основные сектора, вносящие наибольший вклад в российский ВВП, и определяются технологические тренды развития системы отношений «человек-производство» в период пандемии. Наиболее значительное влияние оказала пандемия на структуру занятости, иллюстрирующую появление профессий, дающих возможность эффективно работать дистанционно, без личного присутствия на рабочем месте, что позволит работодателям снизить затраты на организацию рабочих мест и обеспечение функционирования работников. Автоматизация и роботизация производственных процессов приводит к необходимости переподготовки, повышения квалификации или изменения вида деятельности. Развитие дистанционного обучения расширяет возможности получения знаний для большего круга потребителей, позволяя повысить конкурентоспособность работников на рынке труда. Смягчение воздействий цифровизации и последствий пандемии на трудовые ресурсы возможно благодаря применению ориентированного на человека подхода в системе управления производством.

Ключевые слова: человек-производство, цифровизация экономики, пандемия, рабочие места, удаленная работа, роботизация, интернет вещей.

Abstract. The article substantiates the relevance of the topic, which consists in taking into account the current trends in the digital economy in the world of work, transforming approaches to organizing production, passing the mandatory stages of enterprise development, which allow gradually transforming a traditional enterprise into a digital one. Based on the analysis of the current state of development of the digital economy and the applied technological directions, the main sectors that make the greatest contribution to Russian GDP are identified and technological trends in the development of the system of "man-production" relations during a pandemic are

determined. The pandemic had the most significant impact on the structure of employment, illustrating the emergence of professions that make it possible to work effectively remotely, without personal presence at the workplace, which will allow employers to reduce the costs of organizing jobs and ensuring the functioning of workers. Automation and robotization of production processes leads to the need for retraining, advanced training or a change in the type of activity. The development of distance learning expands the opportunities for obtaining knowledge for a wider circle of consumers, making it possible to increase the competitiveness of workers in the labor market. Mitigating the impact of digitalization and the impact of the pandemic on the workforce is possible through the application of a people-centered approach to the production management system.

Keywords: human production, digitalization of the economy, pandemic, jobs, remote work, robotization, internet of things.

На протяжении нескольких лет во всем мире наблюдается процесс перехода на цифровые технологии, что радикально меняет всю экономику. Учет новых тенденций цифровой трансформации постепенно отражается на системе отношений «человек-производство». Меняются ориентиры и приоритеты стратегического развития предприятий, формируется новая модель взаимоотношений с потребителями и другими заинтересованными сторонами. Возрастает доля нематериальных компонентов в конечной стоимости товаров и услуг предприятия. В связи с этим, трансформируется подход к ведению бизнеса, меняются требования к тому, какие информационные технологии должны быть внедрены на предприятии. В конечном итоге для сохранения высокого уровня конкурентоспособности предприятия цифровизация является обязательным требованием.

Преодолевая основные этапы цифровой трансформации, традиционные предприятия постепенно преобразуются в «организации с цифровым мышлением», производящими цифровой продукт [1]. Все больше автоматизируются не только отдельные этапы производства, но и сопутствующие виды деятельности: финансовая, организационная, логистическая, кадровая, что позволяет повысить скорость принятия решений, увеличить вариативность процессов в зависимости от потребительского спроса. Полноценная трансформация предприятия в цифровое предполагает проведение работ по таким направлениям как ввод новой продукции на рынок, безопасность, надежность и гибкость производства, повышение качества изготавливаемой продукции, повышение эффективности производства.

По данным РАЭК, в период 2016–2019 гг. интернет-экономика России ежегодно в среднем росла на 15–20%. В результате выделились четыре основных сегмента: маркетинг и реклама, электронная коммерция, инфраструктура и связь, цифровой контент, общий вклад в ВВП страны которых в 2019 году составил 4,7 трлн. руб., а по итогам 2020 года экономика Рунета в целом достигла 6,4 трлн. руб. и, несмотря на «коронакризис», суммарный вклад цифровых сегментов в экономику страны составил 15–16% [2].

За 2019–2020 годы значительно продвинулись в цифровом развитии нефтегазовый комплекс, металлургия. Наиболее существенные изменения

произошли в высокотехнологичных отраслях, ярким примером является электроэнергетика, применяющая такие цифровые технологии как: микросети, распределенные генерация и системы хранения электроэнергии, управление спросом и энергоэффективностью, электромобили.

По данным «KMDA – цифровой консалтинг» (см. рисунок), средний уровень цифровизации российских предприятий – 54%, а важнейшими направлениями цифровой трансформации являются работа с базами данных (34%), интернет вещей (28%), роботизация, компьютерное зрение и биометрия (24%). В настоящий момент в среднем оцифровано примерно половина бизнес-процессов по всем отраслям и предприятиям.

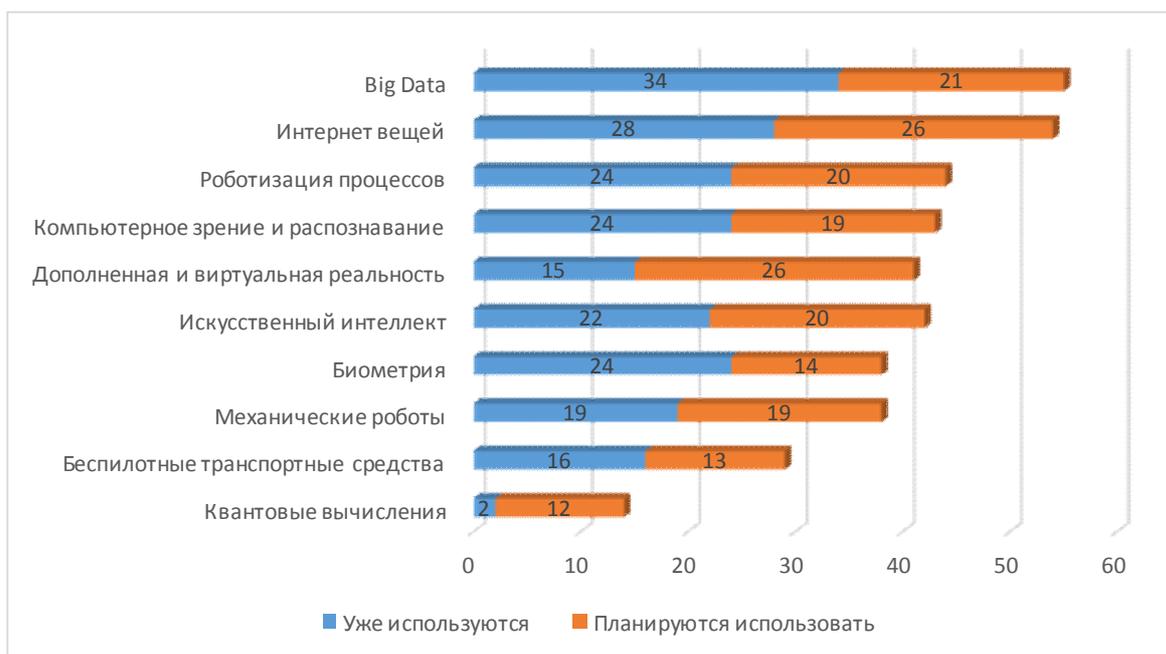


Рисунок. Современные технологические направления цифровизации российских компаний в 2020 г., % [3]

В ближайшем будущем российские предприятия отдадут предпочтение использованию таких технологий как интернет вещей (26%), BigData (21%), роботизация и искусственный интеллект (20%).

Пандемия коронавируса не только создала новые глобальные проблемы обществу, но и послужила причиной некоторых технологических обновлений, помогающих уменьшить распространение коронавируса и позволяющих предпринимателям поддерживать свою деятельность. К основным технологическим трендам относятся:

1. Рост интернет-торговли, которая увеличит свои объемы с 1,7 трлн. в 2019 году до 7,2 трлн. руб. в 2024 году, при этом среднегодовой темп роста составит 33,2%. Первые три месяца самоизоляции привели в онлайн-магазины около 10 млн. человек, которые покупали, прежде всего, товары повседневного спроса и планируют продолжать такие покупки и после снятия ограничений.

Вынужденный переход на удаленную работу позволил некоторым сотрудникам сменить местонахождение, что послужило стимулом для развития интернет-торговли в регионах. Компании по доставке стремятся доставлять товары своим клиентам максимально быстро и бесконтактно, используя для этого роботы на складах, дроны на доставке, беспилотные автомобили, цифровые грузоперевозки.

2. Применение электронных и бесконтактных платежей при помощи банковских карт или электронных кошельков, позволяющих совершать онлайн-покупки, оплачивать сервисы, товары, услуги, налоговые вычеты. Например, команда Wellplay предложила сервис, позволяющий собрать пакет документов через сайт или мобильное приложение. Однако, на данный момент 1,7 млрд. человек в мире не имеют непосредственного доступа к таким платежам из-за отсутствия интернета и необходимых устройств для обезличивания денег. В конце 2019 года Россия по количеству безналичных бесконтактных платежей была признана мировым лидером.

3. Распространение удаленной работы, для выполнения которой необходимы облачные технологии, виртуальные конференции и частные сети, инструменты коллективной работы, технологии распознавания лиц. Такой вид занятости обеспечивает большую гибкость для каждого сотрудника, экономит время и деньги на дорогу, ограничивает контакты между людьми. У работодателя появляется возможность привлечения дешевой рабочей силы из других регионов и экономии затрат на содержание офисов. При этом возникают дополнительные трудности, связанные с обеспечением технической поддержки, информационной безопасности, защитой конфиденциальности, а также с недостатками личного общения, проблемами с налогообложением и организацией рабочего места. Кроме того, не все профессии и сферы могут применять удаленную занятость, например, работники с высшим образованием имеют в 5 раз больше шансов занять удаленные рабочие места, чем со средним образованием. Сфера производства и здравоохранение не предполагают удаленную работу вообще.

4. Внедрение в образовательный процесс дистанционного обучения с применением кейсов, самостоятельно проходящих обучающимися, общения в чатах, вебинарах, консультаций через электронную почту, ТВ-обучения посредством видео-лекций, а также виртуальной и дополненной реальности, использования в качестве учителя роботов с искусственным интеллектом. Положительными моментами такого образования являются индивидуальный подход и обучение с учетом возможностей и способностей человека, свобода выбора курса и гибкость при его наполняемости, независимость от времени и места, мобильность, технологичность, предоставление равных возможностей обучения независимо от социальной принадлежности, объективность оценивания знаний в автоматическом режиме. Однако, у дистанционных образовательных технологий имеются и отрицательные моменты: при самостоятельном изучении материала не все учащиеся могут достичь

требуемого уровня, неумение самоорганизовываться, возможность использовать дополнительные источники информации при контроле знаний, что снижает степень их достоверности, необходимость использования дорогостоящего оборудования, приобрести которое могут не все обучающиеся.

5. Использование IoT-устройств в телемедицине, представляющих собой автономное оборудование, подключенное к интернету и используемое удаленно с целью отслеживания жизненно важных показателей человека, постановки первоначального диагноза пациента. По результатам исследования, проводившегося аналитиками департамента сетевых продуктов Aruba Hewlett Packard Enterprise Россия, 6 из 10 глобальных медицинских организаций уже используют «интернет вещей», благодаря чему ускоряется процесс сбора и анализа данных о здоровье пациента, осуществляется учет количества лекарственных препаратов, медицинский персонал становится более мобильным, увеличивается эффективность медицинской помощи. Появляется возможность жителям удаленных населенных пунктов своевременно получить первичную медицинскую помощь.

6. Увеличение времени на онлайн-развлечения, включающие видеоигры, фильмы (например, студия Lionsgate в апреле 2020 г. запустила бесплатные показы на YouTube), концерты (например, на площадках Яндекса, МТС, Okko, Wink), виртуальные туры по музеям, библиотекам, странам, кулинарные шоу, вечеринки, свадьбы, посиделки с друзьями. Пользователи активно выходят за рамки игрового контента и придумывают новые тематики трансляций. Так, рост IRL-стримов на российской платформе WASD.TV на апрель 2020 года составлял 47%.

7. Трансформация цепи поставок 4.0, основанной на цифровых экосистемах, представляющих собой набор решений для автоматизации бизнес-процессов в цепи поставок от закупки до оплаты, обеспечивающие устойчивость системы управления путем интеграции как всех внутренних процессов, так и внешних: B2B-закупки, работа с контрагентами и продажи, обмен данными и документами, финансирование поставок, логистика и доставка. Основные технологии четвертой промышленной революции, такие как блокчейн, Big Data, интернет вещей и облачные вычисления, позволяют создать устойчивую систему управления цепями поставок за счет увеличения точности и стимулирования обмена данными между пользователями. Например, роботизация обработки документов позволит уменьшить трудозатраты и сократить расходы на персонал, снизить ошибки в логистике и оптимизировать процесс поставок, эффективно прогнозировать отгрузки и управлять складом.

8. Применение 3D-печати для изготовления различных деталей на местах при производстве продукции, что снижает зависимость от поставок комплектующих деталей и соблюдения длительных процессов закупки и доставки. Кроме того, возможно снижение транспортных расходов при доставке готовых изделий и сокращение углеродного следа благодаря экономичному применению материалов.

9. Использование роботов и дронов в сельском хозяйстве, транспорте, складской логистике, при доставке грузов. В результате пандемии коронавируса еще больший интерес по всему миру проявился к беспилотным аппаратам, начиная от измерения температуры тела до дезинфекции помещений и доставки медикаментов в очаги заражения, трансляции объявлений, патрулирования улиц. Если в 2018 году объем мирового рынка дронов составлял 5 млрд. долларов, то к 2025 году прогнозируется рост до 130 млрд. долларов. В России их использование только начинается, в основном они предназначены для использования в промышленности. Несмотря на то, что при применении беспилотных аппаратов многие работники становятся под угрозой увольнения, прогнозируется создание новых рабочих мест для их управления и изготовления.

10. Переход на 5G-интернет, обеспечивающий высокую скорость, стабильность сигнала, возможность подключения большого количества устройств. Быстрая и надежная связь нового пятого поколения позволит непрерывно следить за энергетическими установками с помощью специальных датчиков без вмешательства человека. В рамках проекта «умный город» станет возможным использование интеллектуальных уличных фонарей, применение датчиков, контролирующих уровень загрязненности воздуха, места скопления мусора, наличие пробок на дорогах, парковочных мест, нарушение правопорядка, движение беспилотных автомобилей. В сфере здравоохранения не только фитнес-браслеты, но и умная обувь и одежда позволят дистанционно контролировать параметры пациента, своевременно и в полном объеме передавая данные в медицинский центр.

Таким образом, пандемия COVID-19 продемонстрировала важность цифровой трансформации производства, позволяющей бизнесу эффективно работать, а человеку – обеспечить необходимые комфортные условия для жизнедеятельности в условиях действия ограничительных мер. При этом важнейшее значение для сохранения конкурентоспособности в пост-пандемический период как для работника, так и для производства будет иметь разработка инфраструктуры для развития цифровизирующегося мира, а также инклюзивный подход к управлению развитием технологий, ориентированный на работающего человека.

1. Ефремова Н.А., Игнатова Г.В. Особенности цифровизации российских предприятий в современных условиях // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. № 3. С. 20–22.

2. Как цифровизация захватывает все новые отрасли [Электронный ресурс]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/59c01fb87a8aa942fef555de> (дата обращения: 18.04.2021).

3. Цифровая экономика пошла на прорыв [Электронный ресурс]. URL: <https://plus.rbc.ru/news/5fccf4697a8aa9b64bacbaeb> (дата обращения: 19.04.2021).

РОЛЬ КРІ В УПРАВЛЕННІ ДЕЯТЕЛЬНОСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

Сергеева Т.Л., Калинихина Е.В.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

THE ROLE OF KPI IN THE MANAGEMENT OF THE ORGANIZATION'S ACTIVITIES

Sergeeva T.L., Kalinikhina E.V.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. На современном этапе экономического развития все чаще можно наблюдать стремление организаций использовать при оценке результатов своей работы методiku, учитывающую как финансовые показатели, так и взаимосвязь с потребителями и поставщиками, а также отражающую вклад каждого работника в развитие компании. Анализ системы ключевых показателей эффективности дает возможность оценить, насколько успешна деятельность экономического субъекта. В статье раскрывается предназначение ключевых показателей эффективности, рассмотрен процесс формирования данной системы. Ключевые показатели деятельности компании дают руководителям необходимую информацию для принятия своевременных и грамотных управленческих решений. В современных условиях социально-экономической нестабильности, роста конкуренции и ограниченности ресурсов, организации не могут функционировать успешно без разработки и внедрения эффективных способов контроллинга ее деятельности. В экономической литературе не сформирован единый подход к толкованию системы ключевых показателей результативности. В статье представлен сравнительный анализ трактовки КРІ различными учеными-экономистами, отмечается первостепенная роль данной системы показателей при принятии управленческих решений, способствующих дальнейшему развитию бизнеса. Именно данная система помогает подвести итог работы экономического субъекта, грамотно спланировать этапы реализации будущих проектов, повысить результативность управления и открыть новые возможности развития бизнеса.

Ключевые слова: ключевые показатели эффективности, управление, цель, стратегия, результативность, конкурентные преимущества.

Abstract. At the present stage of economic development, it is increasingly possible to observe the desire of organizations to use a methodology that takes into account both financial indicators and the relationship with consumers and suppliers, as well as reflecting the contribution of each employee to the development of the company. The analysis of the system of key performance indicators makes it possible to assess how successful the activity of an economic entity is. The article reveals the purpose of key performance indicators, considers the process of forming

this system. Key performance indicators of the company provide managers with the necessary information to make timely and competent management decisions. In the current conditions of socio-economic instability, increasing competition and limited resources, organizations cannot function successfully without developing and implementing effective ways to control their activities. The economic literature does not form a unified approach to the interpretation of the system of key performance indicators. The article presents a comparative analysis of the interpretation of KPI by various scientists and economists, and notes the primary role of this indicator system in making managerial decisions that contribute to the further development of business. It is this system that helps to summarize the work of an economic entity, competently plan the stages of implementation of future projects, increase the effectiveness of management and open up new business development opportunities.

Keywords: key performance indicators, management, goal, strategy, performance, competitive advantages.

В современных условиях социально-экономической нестабильности, роста конкуренции и ограниченности ресурсов организации не могут функционировать успешно без разработки и внедрения эффективных способов контроллинга ее деятельности. Для принятия решений, направленных на укрепление позиций компании в отрасли, опережение рынка и максимизацию прибыли, руководители изучают информацию о ее внутренней и внешней среде.

Для того чтобы обеспечить высокие результаты операционной работы, зависящие от степени выполнения текущих планов, использование одних только финансовых показателей становится недостаточным. Все большую необходимость работники видят в получении сведений нефинансового характера, которые позволяют оценить положение на рынке, степень удовлетворенности потребителей и их заинтересованность в реализуемом товаре или услуге.

На данном этапе развития экономических отношений компании строят систему управления, базируясь на улучшении качества продукции, более внимательном отношении к покупателям и работникам. Для подведения итогов и определения эффективности работы хозяйственного субъекта в конкретном периоде менеджеры разрабатывают нефинансовые показатели во взаимосвязи с его прибылью. В таких условиях возникает тенденция к созданию способов оценки результатов с использованием финансовых и нефинансовых показателей, а также их совокупного влияния на достижение общих целей фирмы. Данный факт обуславливает применение организациями ключевых показателей, ориентированных на повышение эффективности ее деятельности. Именно данная система помогает подвести итог работы экономического субъекта, грамотно спланировать этапы реализации будущих проектов, повысить результативность управления и открыть новые возможности развития бизнеса [1, с. 134].

Для данных показателей применяется понятие Key Performance Indicators (KPI), которое переводится как:

- ключевой показатель результативности (КПР);
- ключевой показатель эффективности (КПЭ).

По мнению многих экономистов, данная система выступает в качестве индикатора как текущего, так и будущего успеха компании, а также является метрикой ее продуктивности [2, с. 51].

Главное предназначение ключевых показателей эффективности в том, что на их основании можно предметно и поэтапно оценить работу отдельного сотрудника, отдела, проекта или организации в целом. С помощью цифр система КПЭ отражает всю картину процессов, которые происходят внутри компании. Она позволяет выявить возможные проблемы, оценить риски и предотвратить их появление в долгосрочной перспективе [3, с. 5].

Особенности функционирования и управления компанией на основе ключевых показателей эффективности деятельности широко рассмотрены в научных трудах многих ученых-экономистов. В большинстве современных работ КРІ рассматриваются как часть системы сбалансированных показателей Роберта Каплана и Дэвида Нортона. Однако основа оценки эффективности достижения целей организации с помощью показателей КПЭ была разработана американским теоретиком менеджмента Питером Друкером в 50-е годы XX века. В процессе разработки методики «Управление по целям», которая в США получила название Management by Objectives (MBO), экономист впервые употребил термин КРІ, используемый им для согласования задач внутри компании. После выхода данной научной работы в 1954 году руководители организаций осознали, что существовавшие в то время подходы к управлению требуют совершенствования. Разработанная Друкером методика предполагала оценку индивидуальных достижений сотрудников, результатов выполненных ими работ за год [4, с. 13].

Окончательное формирование ключевых показателей произошло в 1992 году, когда профессор Гарвардской школы бизнеса Роберт Каплан и американский бизнесмен Дэвид Нортон разработали систему постановки и достижения стратегий организации – Систему сбалансированных показателей (BSC). Именно данная концепция получила наибольшее распространение и применение. Ее суть состояла в управлении компанией в соответствии с ее стратегическими целями и задачами, а также контроле эффективности их достижения на основе набора ключевых показателей, учитывающих все аспекты деятельности экономического субъекта. Авторы сделали вывод, что КПЭ являются неотъемлемой частью концепции ССП, поскольку только на их основе может реализовываться грамотное управление организацией [4, с. 14].

Необходимо отметить, что в экономической литературе не сформирован единый подход к толкованию системы ключевых показателей результативности [2, с. 51]. Различные трактовки КРІ представлены в таблице.

Таблица. Толкования понятия системы КРІ

Источник	Толкование КРІ
Англо-русский экономический словарь	Показатель, который поддается количественному измерению и считается наиболее важным для оценки эффективности деятельности фирмы или сотрудника [5].
Словарь понятий антикризисного управления	Специальный показатель, характеризующий уровень достижений на пути реализации поставленных целей. Используется в процессе контроля [6].
Ткалич Д.	Финансовая и нефинансовая система оценивания, которая помогает компании установить достижение стратегических и тактических (операционных) целей. Базируясь на применении данной системы показателей, компания сможет провести оценку своего положения и оценку осуществления стратегии. Посредством анализа ключевых показателей компания может получить ответы на ключевые вопросы: приближается компания к поставленным целям или нет? что (или кто) именно мешает компании приближаться к цели [7]?
Клочков А.К.	Система, используемая для достижения главных целей любого бизнеса, таких как привлечение и удержание потребителей (клиентов), рост профессионализма сотрудников, увеличение доходов и снижение затрат. Показатели предполагают активное вовлечение сотрудников в процесс достижения стратегических корпоративных целей, что является одним из основных факторов, гарантирующих успешные перспективы развития предприятия в динамичной рыночной среде [8].
Лапшова О.А.	Показатели деятельности компании или отдельных ее подразделений, которые дают возможность организации достигать ее стратегических и тактических целей [9, с. 197–198].
Лобанова Т.М.	Данные, по которым оцениваются результативность и эффективность действий персонала, процессов и функций управления компанией, эффективность конкретной производственной, технологической и иной деятельности. Ключевые показатели эффективности позволяют осуществлять контроль деловой активности сотрудников компании в целом в режиме реального времени [10].

В трактовках, представленных в англо-русском экономическом словаре и Лобановой Т.М., не отражается связь КРІ со стратегическими целями деятельности организации. В других источниках (Ткалич Д., Клочков А.К., Лапшова О.А.) дефиниции соответствуют современным взглядам. Авторы говорят о значительной роли ключевых показателей эффективности как индикаторов выполнения основных задач [11]. Экономист Руденко Л.Г. в статье

«Сущность КРІ и его роль в управлении предприятием» пишет о том, что подход Ткалича Д. не только подчеркивает результативность внедрения КРІ в деятельность организации, но также предусматривает разницу между ключевыми показателями и показателями выполнения любых целей и задач в целом. Трактовки ученых Ткалича и Ключкова схожи, поскольку они говорят о необходимости учитывать специфику деятельности организации. Экономисты говорят о возможности на основании системы КПЭ оценить эффективность работы отдельных сотрудников и компании в целом в соответствии с разработанным планом и задачами. Современные исследования свидетельствуют о том, что система КПЭ должна использоваться только тогда, когда разработанные индикаторы имеют прямую взаимосвязь с главной целью деятельности организации и образуются исходя из ее содержания и этапов достижения [2, с. 51–53].

Анализ разных подходов позволяет сделать вывод, что система КРІ – это наиболее важные финансовые и нефинансовые показатели деятельности предприятия и последствия этой деятельности, которые предоставляют информацию о результативности выполнения стратегической цели предприятия. Руденко Л.Г. и Дегтярь Н.П. предлагают для оперативного управления применять рассчитанные на текущий период времени промежуточные операционные показатели, построенные на основе КРІ. Использование КРІ целесообразно только в случае, если прослеживается четкая взаимосвязь предложенных показателей со стратегической целью компании. Применение понятия КРІ по любым показателям, используемым для оценки работы подразделений предприятия и отдельных работников, является некорректным [12].

Метод «Управление по целям» считается передовым в рамках управления задачами бизнеса и построения работы персонала. Согласно ему все сотрудники активно вовлечены в процесс достижения стратегических целей деятельности компании, что гарантирует успех ее развития в динамично развивающейся рыночной среде. Использование КРІ будет способствовать повышению эффективности деятельности и улучшению экономического положения организации на рынке, только при условии интеграции и согласованности действий сотрудников каждого структурного подразделения. Смысл реализации стратегии состоит в наделении определенными полномочиями и разделении ответственности между сотрудниками. Как инструмент достижения целей система КРІ переводит сформированный план работы в измеримые действия, тем самым доводя стратегию до всех работников [8, с. 43].

Согласно данным исследований, результатами использования системы КПЭ российскими компаниями признано как увеличение выручки и снижение затрат, так и улучшение конкурентных преимуществ, и рост производительности труда. Кроме этого, ключевые показатели эффективности позволяют оценить работу каждого сотрудника и повышают их ответственность за полученный результат. Также они способствуют дополнительной мотивации и помогают развивать наиболее перспективные

направления бизнеса, в наглядной форме отражая влияние определенных действий на итог работы [1, с. 137].

Таким образом, система ключевых показателей эффективности – это комплекс финансовых и нефинансовых показателей, позволяющих оценить степень достижения поставленных стратегических целей и результативность стратегии организации. Система КРІ способствует осуществлению руководством компании контроля эффективности ее деятельности на различных уровнях управления, а также принятию оперативных решений в процессе достижения сформированных задач.

1. Варфоломеев В.П. Управление компанией по ключевым показателям эффективности // Финансы. 2019. № 11. С. 134–146.

2. Руденко Л.Г. Сущность КРІ и его роль в управлении организацией // Институт стратегических исследований. 2020. № 12. С. 50–53.

3. Жихарева Е.Д. КРІ как фактор повышения эффективности менеджмента компании // Управление. 2018. № 4. С. 5–6.

4. Сафина Д.М. Управление ключевыми показателями эффективности: учеб. пособие. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. 123 с.

5. Key performance indicator // Англо-русский экономический словарь [Электронный ресурс]. URL: http://economy_en_ru.academic.ru/35620/key_performance_indicator (дата обращения: 07.04.2021).

6. Показатель результативности // Словарь терминов антикризисного управления. 2000 [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/anticris/72758> (дата обращения: 07.04.2021).

7. Ткалич Д. Управление компанией через систему КРІ. Часть 2 // Металіка. 24.06.2010 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.metalika.ua/articles/upravlenie-kompaniei-cherez-sistemu-kpi-chast-2.html> (дата обращения: 07.04.2021).

8. Ключков А.К. КРІ и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов. М.: Экономика, 2017. 250 с.

9. Оплата труда персонала: учебник и практикум для академического бакалавриата / О.А. Лапшова [и др.]; под общ. ред. О.А. Лапшовой. М.: Юрайт, 2016. 308 с.

10. Лобанова Т.Н. Система ключевых показателей эффективности деятельности банка // Управление в кредитной организации. 2008. № 4. URL: <https://www.lawmix.ru/bux/45583> (дата обращения: 07.04.2021).

11. Что такое КРІ? [Электронный ресурс]. URL: <http://predp.com/fin/terms/chto-takoe-kpi.html> (дата обращения: 07.04.2021).

12. Руденко Л.Г., Дегтярь Н.П. Сущность крі и его роль в управлении предприятием [Электронный ресурс] // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2017. № 2 (21). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kpi-i-ego-rol-v-upravlenii-predpriyatiem> (дата обращения: 07.04.2021).

ИНТЕГРАЦИЯ ПРОСТРАНСТВА ДЕТСКОГО ТЕХНОПАРКА «КВАНТОРИУМ» С ПРОИЗВОДСТВОМ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Тимофеева Р.А., Омаров М.М., Саюнова Т.А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

INTEGRATION OF THE SPACE OF THE CHILDREN'S TECHNOPARK "QUANTORIUM" WITH PRODUCTION FOR THE PURPOSE OF REGIONAL DEVELOPMENT

Timofeeva R.A., Omarov M.M., Sayunova T.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Открытие кванториумов в России и их деятельность выявили ряд проблем в технической подготовке молодых специалистов и априорную необходимость интеграции с различными производственными отраслями. Инновационные тенденции меняющейся экономической действительности, научно-технический прогресс, лавинообразные изменения знаний о мире потребовали качественных преобразований в системе технического образования. Возникшие противоречия рассмотрены на примере кванториума в городе Великие Луки (Псковская область). Построены проектные предложения по их разрешению. Сформулированы задачи, выполнение которых позволит обосновать представленные гипотезы. Также обозначены риски становления, функционирования и развития детских технопарков, кванториумов. В процессе исследования авторами представлен перечень преимуществ интеграции детских технопарков и производства.

Ключевые слова: детский технопарк, кванториум, национальные проекты, производство.

Abstract. The opening of quantoriums in Russia and their activities revealed a number of problems in the technical training of young specialists and the a priori need for integration with various production industries. The resulting contradictions are considered on the example of the quantorium in the city of Velikiye Luki (Pskov region). Project proposals for their resolution are constructed. Tasks are formulated, the implementation of which will allow to justify the presented hypotheses. The risks of the formation, functioning and development of children's technoparks and quantoriums are also outlined. The list of advantages of integration of children's technoparks and production is presented.

Keywords: children's technopark, quantorium, national projects, production.

Геополитические изменения мирового пространства повлекли за собой смену тенденций в развитии глобальной экономики. Нестабильное геополитическое положение современной России потребовало иных подходов к определению содержания и механизмов становления и развития экономической независимости и безопасности, и как следствие – сохранения национальных интересов в новых глобальных контекстах.

Инновационные тенденции меняющейся экономической действительности, научно-технический прогресс, лавинообразные изменения знаний о мире потребовали качественных преобразований в системе технического образования. Основой современной экономики становится не наличие сырья и энергоресурсов, а высокотехнологичное производство на базе этих ресурсов, поскольку технологический прогресс постепенно проник уже во все сферы жизни общества. Именно этот фактор определяет сегодня конкурентоспособность отдельных отраслей, что в свою очередь остро поставило вопрос о совершенствовании системы подготовки высококвалифицированных кадров.

Согласно Указу Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 г.» одной из главных целей является обеспечение глобальной конкурентоспособности российского образования, вхождение Российской Федерации в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования [1]. Лидерами глобального развития могут быть страны, создающие новые технологии и производства. Вопрос подготовки инженерных кадров в этом становится основополагающим и стратегически важным для технологического и экономического суверенитета страны, это объясняет актуальность данной работы.

На эти цели направлены большие усилия: от меняющихся стандартов образования до приоритетных национальных проектов, связанных с модернизацией образовательной системы в целом и с новыми подходами в системе организации дополнительного образования, в частности. На это нацелен федеральный проект «Успех каждого ребенка» с его созданием сети детских технопарков «Кванториум». Безусловно, идея этого мегапроекта послужит движущей силой для существенного как промышленного, так и научного скачка нашей страны, но без тесной интеграции конкретного производства и образовательных целевых программ это займет долгое время.

Целью данной работы является исследование становления интегративного взаимодействия детского технопарка «Кванториум» с различными производственными отраслями города Великие Луки. Исходная исследовательская позиция состоит в том, что:

– систему подготовки технических и инженерных кадров необходимо начинать в детском возрасте в соответствии с их возрастными особенностями и психологическими закономерностями в части формирования профессиональной направленности и внутренней мотивации к деятельности;

– только при непосредственном участии потенциальных работодателей и на примерах законченных производственных циклов возможно создать адекватную векторную систему формирования технической направленности будущего специалиста и его мотивации к получению узкоспециализированного образования.

Исследований на тему подготовки инженерных кадров, развития дополнительного образования технической направленности достаточно много. Анализ научной и педагогической литературы, осуществленная экспериментальная работа на базе детского технопарка «Кванториум» в городе Великие Луки, а также состояние теории и практики, обращенные к комплексному взаимодействию технопарков и конкретных производств, позволили выявить некоторые противоречия, а именно:

а) между стереотипным восприятием педагогами педагогической деятельности в системе дополнительного образования и производственным характером ее содержания;

б) между характерными особенностями отдельно взятой производственной отрасли и неготовностью, и неспособностью преподавателя «Кванториума» перевести их в ранг педагогической задачи;

в) между потребностями системы образования технопарка в производственной конкретике отдельного производства и незаинтересованностью производственного сообщества и работодателя в сотрудничестве с «Кванториумом»;

г) между необходимостью формирования профессиональной направленности у детей – обучающихся квантумов и отсроченным результатом подготовки квалифицированных кадров для производственных предприятий;

д) между интегративным характером взаимодействия детского технопарка «Кванториум» с конкретными производствами и отсутствием организационно-педагогических условий для этого.

Указанные противоречия позволили нам сформулировать проблему исследования «Интеграция пространства детского технопарка «Кванториум» с производством». Научно-техническое сотрудничество детского технопарка «Кванториум» с производственными предприятиями будет эффективным, если:

1) научно-техническое сотрудничество детского технопарка «Кванториум» с производственными предприятиями рассматривается как взаимовыгодный фактор развития организаций-участников;

2) определены методологические подходы, адекватные организации взаимодействия детского технопарка «Кванториум» с производственными предприятиями и профильными организациями;

3) выявлены специфика, содержание, логика, критерии и показатели успешности научно-технического сотрудничества отдельных квантумов с производственными предприятиями и профильными организациями;

4) определены и обоснованы ресурсные возможности организаций-участников образовательно-педагогического взаимодействия;

5) выявлены и реализованы организационно-педагогические условия эффективного научно-технического сотрудничества отдельных квантумов с производственными предприятиями и организациями;

Для проверки гипотетических положений сформулированы следующие задачи:

1) рассмотреть научно-техническое сотрудничество детского технопарка «Кванториум» с производственными предприятиями как взаимовыгодный фактор развития организаций;

2) обосновать отбор методологических подходов, адекватных организации взаимодействия детского технопарка «Кванториум» с производственными предприятиями и профильными организациями;

3) определить специфику, содержание, логику, критерии и показатели успешности научно-технического сотрудничества отдельных квантумов с производственными предприятиями и профильными организациями;

4) определить и обосновать подбор ресурсных возможностей организаций-участников образовательно-педагогического взаимодействия;

5) экспериментально проверить организационно-педагогические условия эффективного научно-технического сотрудничества отдельных квантумов с производственными предприятиями и профильными организациями.

Экспериментальной базой исследования являлся детский технопарк «Кванториум» и предприятия и профильные организации города Великие Луки Псковской области.

Выделим основные результаты эффективной работы детского технопарка, обозначенных в статье «Основные риски развития детских технопарков «Кванториум» автора Е.С. Коротковской [2]:

1. Новые высококвалифицированные кадры с учетом специализации предприятия.

2. Возможность подготовки и планирования кадрового резерва.

3. Возрождение престижа инженерных и научных профессий.

4. Участие в технологическом прорыве страны.

5. Применимые результаты интеллектуальной деятельности (РИД) без существенных затрат.

Как и любое социально-экономическое явление, детские технопарки имеют свои риски становления, функционирования и развития. Представим их:

1. Неопределенность развития нового российского формата дополнительного образования детей в сфере инженерных наук.

2. Отсутствие в ряде регионов нашей страны системы выявления и сопровождения одаренных в инженерных науках детей.

3. Недостаточное кадровое обеспечение системы дополнительного образования детей в области инженерных наук.

4. Неусовершенствованная национальная система учета, мотивации и поощрения достижений детей в сфере инженерных наук.

5. Недостаточно созданных благоприятных условий для инвестирования в систему дополнительного образования для российского бизнеса.

6. Отсутствие специальных лабораторий и высокотехнологичных цехов с программным обеспечением для проведения экспериментов и демонстрации опытов, способствующих развитию детских технопарков.

7. Риск незаинтересованности ребенка в том или ином мероприятии.

В качестве обобщения стоит отметить, что профессиональная подготовка школьников, их профориентация не должна быть чисто формальной. Именно поэтому принципиальная задача привлечь к этой работе не только вузы, техникумы, но и бизнес, прежде всего крупный и средний.

Производственные предприятия являются отличной платформой для отработки новых разработок и идей. Для создания благотворного сотрудничества в первую очередь необходимо создать надежную нормативно-правовую базу, обеспечивающую законность создания отношений предприятия и технопарка, так как в результате данного взаимодействия мы можем создать экономическую среду, которая дает возможность развития и научно-технологического процесса и производства. Укрепление данного направления способствует созданию конкурентоспособной продукции для градообразующих предприятий, а также развитию малого бизнеса, что влияет на развитие экономики региона в целом.

Таким образом, плодотворное сотрудничество предприятий с технопарком имеет особую важность в развитии города Великие Луки, в первую очередь, продукция, полученная в результате применения новых технологий, повышает имидж предприятия, и, соответственно, уровень влияния на рынке, а также решает ряд определенных задач:

– возможность прохождения всего цикла создания продукта от идеи до результата;

– уменьшение уровня оттока специалистов из региона;

– обучение квалифицированных кадров внутри города;

– проработка новых разработок, для развития отраслей региона;

– увеличение доходной части бюджета города.

1. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 № 204 (ред. 21.07.2020) «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru>

2. Коротковская Е.С. Основные риски развития детских технопарков «Кванториум» [Электронный ресурс] / Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского. URL: <https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2019/11/28/36.pdf>

СОЗДАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-РЕСУРСНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЙ В ГОРОДЕ ВЕЛИКИЕ ЛУКИ

Тимофеева Р.А., Ярышкин В.А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

MAKING THE ORGANIZATIONAL AND RESOURCE CONDITIONS FOR EFFECTIVE ACTIVITY OF BUILDING COMPANIES IN VELIKIYE LUKI

Timofeeva R.A., Yaryshkin V.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Реалии сегодняшнего дня таковы, что строительная отрасль играет ведущую роль в реализации национальных проектов как нового инструмента социально-экономического развития России. Поскольку приоритетные национальные проекты в основном затрагивают особо острые проблемы общества, то их реализация в первую очередь касается решения первостепенных задач именно в регионах, в особенности малых городах и сельской местности. В данной статье проанализировано состояние строительного комплекса города Великие Луки и предлагается концепция разрешения данной проблемы.

Ключевые слова: строительная компания, экономический рост региона, государственные контракты, национальные проекты.

Abstract. Nowadays the building industry plays the leading role in the implementation of National projects as the new tool for social-economic development of Russia according to the goals and tasks of the Russian Federation President May decrees in 2018. Since the priority National Projects mainly deal with particularly actual problems of society, their implementation is primarily related to solving the priority tasks in the regions, especially small towns and rural areas. This article analyzes the state of the building complex of such a town as Velikiye Luki and draws up a concept suggestion for the development of the problem.

Keywords: building company, economic development of the region, government contracts, national projects.

В риторике сегодняшнего дня строительная отрасль обозначена как одна из ключевых в экономике нашей страны. «... На этапе восстановления экономики именно стройка должна стать одним из локомотивов роста, который

потянет за собой и другие секторы», – заявил глава государства на одном из совещаний по вопросам развития строительной отрасли [1].

Безусловно, от эффективности работы данной отрасли зависит инфраструктурное благополучие и обновление всего пространства государства: рынка жилья, состояния дорог, транспортных узлов, портов, промышленных зон и социальных объектов, облик городов и их туристическая привлекательность, что, в свою очередь, влечет за собой развитие экономики и повышение уровня жизни граждан в целом.

В действительности строительная отрасль оказалась востребованной при реализации таких социально ориентированных национальных проектов как «Демография», «Образование», «Здравоохранение», «Жилье и городская среда», «Безопасные и качественные автомобильные дороги», «Культура», «Комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на период до 2024 года». Иными словами, отрасль активно задействована в реализации федеральных адресных инвестиционных программ и ряде федеральных целевых проектов социальной сферы. Поскольку приоритетные национальные проекты в основном затрагивают особо острые проблемы общества, то их реализация в первую очередь касается решения первостепенных задач именно в регионах, в особенности малых городах и сельской местности. Основной объем строительства социальных объектов в регионах пришелся на 50–70-е годы двадцатого столетия, затем наступил спад социально-экономического развития, позднее застойный период сменился «лихими» 90-ми, и только в период второго десятилетия двадцать первого века регионы и малые города получили возможность строительства новых социальных объектов. За это время такие объекты не только пришли в негодность и перестали отвечать санитарно-гигиеническим, противопожарным и антитеррористическим требованиям, но многие из них просто перестали существовать или потеряли возможность их реконструирования. С развитием общества менялись реалии и взгляды. Появилось ужесточение требований к безопасности, инфраструктурной логистике, доступной среде для инвалидов, к организации зданий и помещений для детей. В то же время жители регионов могли наблюдать масштабные изменения в крупных городах и мегаполисах. Это стало одной из причин оттока из регионов трудоспособного населения, молодежи, особенно из приграничных регионов, с целью обеспечить себе и своей семье более комфортные и социально защищенные условия проживания: места в детских садах, современные условия для получения услуг в сфере здравоохранения и образования, жилье, благоустроенные места отдыха, занятий спортом и проведения досуга. Все это выявило острую необходимость приведения в соответствие всех норм социальных объектов в малых городах. На передний план вышла необходимость строительства новых социальных объектов, но обнаружился дефицит строительных компаний.

В ходе изучения состояния строительного комплекса малого города на примере города Великие Луки Псковской области был выявлен ряд противоречий, а именно:

а) между большим объемом государственных программ, предполагающих заключение государственных контрактов на строительство объектов, и отсутствием необходимого количества строительных организаций, отвечающих требованиям по исполнению таких контрактов;

б) между характерными особенностями строительной отрасли и их учетом при организации условий и контроля деятельности строительных организаций малых городов при исполнении государственных контрактов;

в) между современными требованиями к качеству строительных объектов и отсутствием качественной современной проектной документации;

г) между необходимостью отвечать профессиональным вызовам времени и отсутствием квалифицированных кадров;

д) между быстро меняющимися ресурсно-организационными условиями ввиду внешних факторов и отсутствием оперативности законодательного регулирования, учитывающей особенности малых городов в обстоятельствах непреодолимой силы;

е) между условиями, зафиксированными проектно-сметной документацией, и фактическими условиями строительства и пятна застройки;

ж) между потребностью в человеческом ресурсе и возможностью его удовлетворения в условиях малого города;

з) между наличием проектно-сметной документации, применяемой к региону, и привлечением строительных организаций стороннего региона.

Указанные противоречия позволяют нам сделать вывод о необходимости кардинальной реорганизации и усовершенствования организационно-ресурсных условий деятельности строительных компаний города Великие Луки с целью их привлечения в частности и повышения их эффективности в целом.

В процессе анализа причин возникновения выявленных противоречий и поиска концептуальных идей для их решения мы выдвинули ряд гипотетических положений для создания комплекса организационно-ресурсных условий успешности строительной отрасли малого города, такого как Великие Луки.

В первую очередь успешность строительной компании малого города необходимо рассматривать как существенный фактор экономического роста региона. Это и создание большого количества рабочих мест, обеспечение занятости населения и устойчивости местного и регионального бюджетов через систему налогообложения, создание условий для инвестиционной привлекательности отдельного города.

Создание механизма дополнительной и адресной поддержки компаний на федеральном, региональном и местном уровнях существенно снизит бюрократические барьеры при получении разрешений на строительство, прохождении экспертизы проектно-сметной документации, привлечении

оборотных средств компаний или решении вопросов при их полном отсутствии (в основном в малых городах работают именно такие компании), обеспечит оказание высокопрофессиональной помощи при корректировке проектно-сметной документации, подготовке исполнительной документации, компенсирует отсутствие того или иного высококвалифицированного специалиста инженерной специальности [2].

Для этого в первую очередь необходимо определить специфику и механизм межведомственного взаимодействия при осуществлении контроля деятельности строительных организаций малых городов при исполнении государственных контрактов с учетом особенностей региона и мер поддержки. Стандарты контроля, санкционные меры и другие меры, применяемые к подрядчику в мегаполисах, оправданы и способствуют эффективности и качеству выполнения работ подрядными организациями. В малых городах они становятся непреодолимым барьером для строительной отрасли ввиду специфических особенностей регионов (удаление, отсутствие необходимых производств, местные законодательные акты, обеспеченность самого региона или местного бюджета отдельного муниципального образования и др.).

Данная задача может быть решена после определения возможных рисков и последующей разработкой адекватных мер по их преодолению вплоть до оперативного законодательного регулирования, учитывающего особенности малых городов в различных обстоятельствах, в том числе непреодолимой силы (пандемия, локдауны, закрытие границ, невозможность привлечения рабочей силы, неадекватность расценок на материалы и заработную плату в типовых проектах их других регионах, поздно вскрывшиеся обстоятельства, связанные с некачественной типовой проектно-сметной документацией, снижение сроков строительства из-за многократного проведения аукционов заказчиками ввиду отсутствия конкуренции на рынке и потенциальных подрядчиков, затяжные судебные разбирательства и другие причины сходного по последствиям характера).

К одной из таких мер может быть отнесено создание и постоянное обновление региональной перспективной базы экономически эффективной проектно-сметной документации, учитывающей потребности региона для развития строительной инфраструктуры с помощью крупных государственных контрактов в рамках федеральных и региональных проектов. Такая база в своем основании должна иметь перспективный план планировки территорий как регионального, так и местного значения. На каждый перспективный объект необходимо иметь по несколько вариантов для создания альтернатив, которые будут актуальны в случаях появления новых требований, изменения запросов, объемов, финансовых возможностей, развития территорий, производств, демографической ситуации. С этой целью целесообразно охарактеризовать отбор методологических подходов к созданию региональной базы экономически эффективной проектно-сметной документации на основе перечня объектов в рамках перспективного территориального планирования, а также

экономически эффективных объектов Министерства строительства РФ, учитывающую экономические и грунтово-гидрологические особенности региона, а также принципиальные условия участия в федеральных и региональных проектах. Решение данного вопроса относится к компетенции регионального комитета по строительству и архитектуре и представителей данных направлений местных органов самоуправления.

Параллельно с данной работой необходимо предусмотреть создание или усовершенствование (если имеется) кадровой базы или кадрового ресурсного центра в тесном и гибком взаимодействии с высшими и средними профессиональными образовательными организациями, региональными и федеральными центрами занятости населения, структурами власти и местного самоуправления. В основе его модели логично использование ресурсного сетевого центра.

В данной модели администрации региона отводится дополнительная функция прогностического, опережающего реагирования, основанного на изучении возможных рисков и инициатив, планов, стратегий развития территорий, а также ресурсных возможностей профессиональных образовательных организаций. В этом случае администрация должна выступить заказчиком инновационных или узкоспециализированных дополнительных образовательных программ, нацеленных на удовлетворение нужд строительных компаний, а также внешним инициатором проведения самоорганизации в образовательном пространстве, например, в качестве попечителя в направлении совершенствования или инновационных преобразований образовательных программ.

Это позволит создать гибкую образовательную среду с оперативной адаптивностью к вызовам времени и изменениям социальных условий. Вовлечение потенциальных участников такого ресурсного пространства оперативно возможно только с применением цифровых технологий. В этом случае вышеупомянутая кадровая база или ресурсный сетевой центр выступит модератором взаимодействия заинтересованных строительных компаний, заинтересованных в практике для студентов и практикоориентированных исследовательских работах профессиональных образовательных учреждений разного уровня и предприятий, нацеленных на удовлетворение потребностей строительной отрасли экономики региона и за его пределами. Данный центр обеспечит оперативное и предметное взаимодействие сети образовательных учреждений профессионального строительного профиля с конкретными строительными организациями, информационное, маркетинговое, методическое сопровождение инновационных и/или востребованных образовательных программ в соответствии с современными требованиями строительной отрасли, в том числе и со стороны региональной власти и органов местного самоуправления.

Появление такого информационного ресурса сможет существенно улучшить логистику производств строительной сферы. За счет возможности

получения достоверной информации о нуждах отрасли увеличивается возможность производств оперативно отреагировать на спрос, а возникновение конкуренции позволит существенно приблизить конечный продукт к соотношению «цена – качество», сократить доставку, снизив накладные расходы для строительной компании и цену для потребителя, а также расширить ассортимент производства строительных материалов [3].

Перечисленные концептуальные решения ориентированы на проблемы строительной отрасли именно регионов, в особенности таких дотационных, как Псковская область. Наряду с чрезвычайной востребованностью строительные компании малых городов не обладают таким объемом мощностей и ресурсом высококвалифицированных инженерных и рабочих кадров, как компании мегаполисов. Крупные строительные организации больших городов, несмотря на высокую конкуренцию, не выходят на контракты в малые города из-за низкой их стоимости и удаленности от центра. Аукционы выигрывают некрупные компании с ограниченными ресурсами, мощностями, средствами для обеспечения исполнения контрактов.

Государственные контракты, особенно при строительстве социальных объектов в малых городах в рамках национальных проектов, как правило, отличаются маловыгодными условиями, слишком короткими сроками строительства и отягощаются законодательными противоречиями, связанными с закупочной деятельностью и особенностями бюджетного кодекса. Наиболее уязвимым в этом случае становится малый и средний бизнес. На региональном и местном уровне необходимо создавать адекватные меры поддержки малых и средних строительных организаций как для их собственного развития, так и для создания предпосылок развития строительной отрасли в регионе как «локомотива экономического роста».

В частности, существенную проблему для таких организаций представляет отсутствие достаточного оборотного капитала, несостоятельность фирмы для получения необходимой банковской гарантии, недостаток спецтехники, что ведет к вынужденной аренде, низкий уровень или даже отсутствие специалистов для оперативной адаптации и доработки проектной документации в ходе строительства и другие объективные обстоятельства, что зачастую приводит к срыву сроков исполнения контрактов и формальной обязанности заказчика заносить компанию в реестр недобросовестных подрядчиков [4].

Другой существенной проблемой является заорганизованность процесса подачи исполнительной документации и запределельность ее объемов. Отсутствие квалифицированных кадров в организации как строительной, так и в организации Заказчика, значительно усложняет процесс завершения строительства и сдачи объектов. Маловыгодные ценовые условия сказываются на качестве строительства, приводят к внесению изменений в проектную документацию, поиску аналоговых материалов и оборудования, поиску дополнительных технических решений, прохождению дополнительной

экспертизы. Такое положение дел не только не позволяет компаниям малых городов инвестировать в развитие региона, но и вкладывать капитал в собственное развитие, наращивание мощностей и совершенствование кадрового ресурса. Нередко мы наблюдаем разорение строительных организаций по указанным причинам.

Для перелома сложившейся ситуации необходима комплексная разработка мер адресной и гибкой поддержки строительной отрасли регионов. Предложенные концептуальные решения должны быть системно объединены. На их реализацию потребуются дополнительные финансовые средства. Но, на наш взгляд, они достаточны для того, чтобы на первом этапе справиться с поставленными задачами в рамках национальных проектов, а в дальнейшем привести к развитию строительной отрасли регионов, чтобы стать основным локомотивом развития экономики.

1. Павлов А.С. Экономика строительства: учебник: в 2 ч. М.: Юрайт, 2016. Ч. 1. 316 с.

2. Ершов В. А. Государственное и муниципальное управление. М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2017. 256 с.

3. Коробова А.Н. Государственное и муниципальное управление с использованием информационных технологий. М.: ИНФРА-М, 2018. 189 с.

4. Игнатов В.Г. Государственное и муниципальное управление в России. М.: Феникс, 2017. 841 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА АДАПТАЦИИ

Шилинскайте И.А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

USE OF GAMIFICATION ELEMENTS IN ORGANIZATION OF THE ADAPTATION PROCESS

Shilinskayte I.A.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается использование HR-трендов в системе управления персоналом, а именно элементы геймификации для совершенствования процесса адаптации персонала. Отражается важность применения регламентирования процесса адаптации и использования современных инструментов организации этого процесса. Предлагается этапы адаптации персонала организовать в игровой форме в виде поэтапного квеста, который представляет увлекательное путешествие на остров. Прохождение адаптации в такой форме интересно для новичка и будет способствовать более легкому и быстрому вхождению в коллектив. На протяжении всего путешествия работника поддерживают руководители и коллектив организации, помогая освоиться, и в то же время на каждом этапе работника оценивают с помощью тестирования. Таким образом, в процессе адаптации работник осознает свою причастность и значимость в организации.

Ключевые слова: адаптация, геймификация, персонал, эффективность, квест, HR- тренд, организация процесса.

Abstract. The article discusses the use of HR trends in the personnel management system, namely, the elements of gamification to improve the process of personnel adaptation. The importance of applying regulation of the adaptation process and the use of modern tools for organizing this process is reflected. It is proposed to organize the stages of personnel adaptation in a playful way in the form of a phased quest, which is a fascinating journey to the island. Passage of adaptation in this form is interesting for a beginner and will facilitate easier and faster entry into the team. Throughout the journey, the employee is supported by the leaders and the staff of the organization, helping to get used to it, and at the same time, at each stage, the employee is assessed using testing. Thus, in the process of adaptation, the employee realizes his involvement and importance in the organization.

Keywords: adaptation, gamification, personnel, efficiency, quest, HR trend, process organization.

Эффективно работающий персонал – один из важнейших факторов развития организации, который способен обеспечить эффективную деятельность всей организации.

Эффективность деятельности персонала в первую очередь зависит от грамотно выстроенного процесса адаптации персонала в организации, так как этот процесс является одним из ключевых этапов вхождения и знакомства сотрудника с деятельностью всей организации.

От эффективности процесса адаптации зависит то, насколько новый сотрудник будет эффективен в своей деятельности по отношению к поставленным целям организации и поможет достичь их. Также благодаря эффективности данного процесса можно сократить текучесть кадров в организации.

В настоящее время организации применяют современные HR-тренды в системе управления персоналом, одним из которых является геймификация, т.е. использование игровых элементов для преобразования неигровых процессов, задач и контекстов в некий новый процесс, который будет включать в себя игровые элементы [2].

В связи с этим рассмотрим направления совершенствования процесса адаптации персонала.

В первую очередь в организациях для построения эффективной системы адаптации необходимо разработать и внедрить прозрачный регламентирующий документ «Положение об адаптации персонала». На следующем этапе – определить современные инструменты организации адаптации персонала.

В качестве такого трендового инструмента можно разработать квест с элементами геймификации, например, «Путешественник на острове мечты». Сотрудник в процессе адаптации проходит увлекательное путешествие, в ходе которого, решая задачи, он знакомится с организацией и ее деятельностью. В качестве организации выступает «остров мечты», а в роли путешественника на острове мечты – новый сотрудник организации. Данный квест подразумевает, что путешественник в процессе своего путешествия по острову мечты и знакомству с островом становится его полноценным жителем, так и новичок в организации, проходя в процессе адаптации знакомство с внутренней жизнью организации, становится полноценным сотрудником данной организации.

Квест «Путешественник на острове мечты» включает в себя 8 этапов. Все этапы квеста необходимо проходить строго в последовательном порядке. Последовательность и содержание этапов квеста представлены в таблице.

Таблица. Последовательность и содержание квеста «Путешественник на острове мечты»

День	Мероприятия	Место проведения	Ответственные
1 этап	Знакомство с организацией	рабочее место	сотрудник отдела кадров
2 этап	Знакомство и освоение рабочего места	рабочее место	непосредственный руководитель подразделения
3 этап	Знакомство с документацией	рабочее место	сотрудник отдела кадров
4 этап	Разработка индивидуального плана развития	офисное помещение организации	непосредственный руководитель подразделения или отдела кадров
5 этап	Знакомство с коллективом	рабочее место	коллектив подразделения
6 этап	Формирование отчета о пройденном процессе адаптации и предложения по его улучшению	рабочее место	сотрудник, проходящий процесс адаптации
7 этап	Знакомство и встреча с руководителем	рабочее место руководителя (кабинет директора организации)	директор организации
8 этап	Завершение процесса адаптации		

Квест «Путешественник на острове мечты» длится 8 дней. Целевой аудиторией квеста являются новые сотрудники организации. Квест могут проходить одновременно от 2 до 3 человек.

1 этап квеста – «Знакомство с организацией». Данный этап квеста подразумевает, что в процессе прохождения данного этапа новый сотрудник познакомится с деятельностью организации и узнает ее основные цели и задачи.

2 этап – «Знакомство и освоение рабочего места». После того как сотрудник познакомился с деятельностью организации, он начинает знакомиться и осваиваться на собственном рабочем месте. В освоении рабочего места могут помочь специалисты, занимающиеся процессом адаптации нового сотрудника, или это будет непосредственно руководитель подразделения.

Чтобы процесс знакомства и освоение рабочего места был наиболее интересным и содержал игровые элементы, можно использовать альтернативные названия элементов рабочего места:

- начать рабочий день – совершить взлет;

- пропуск – удостоверение путешественника;
- коллектив (коллеги) – жители острова мечты;
- телефон, мышь, клавиатура, принтер, сканер и т.д. – бортовое оборудование;

- кабинет – кабинет пилота (путешественника);
- компьютер – главный пилотажный дисплей;
- завершить рабочий день – совершить посадку.

3 этап – «Знакомство с документацией».

По прибытии на остров путешественник изучает местность, чтобы в дальнейшем ориентироваться и не потеряться. Новый сотрудник также знакомится с локальными нормативными актами организации:

- миссия и цели организации;
- структура организации;
- стратегическое развитие организации;
- условия работы;
- должностная инструкция;
- внутренний план помещения.

Далее проводится тестирование, по результатам которого можно определить степень освоения сотрудником документации.

4 этап – «Разработка индивидуального плана развития».

Для успешного путешествия необходимо разработать маршрут путешествия и определить места путешествия. Поэтому новому сотруднику определяют цели и желаемые результаты адаптации, а также карьерную траекторию на будущее.

5 этап – «Знакомство с коллективом». После того как путешественник прибыл на остров мечты, ему необходимо в первую очередь познакомиться с местными жителями.

Так и новому сотруднику в организации, прежде чем приступить к своим обязанностям, необходимо познакомиться и наладить отношения с коллективом.

Для того чтобы оценить результаты данного этапа, можно провести краткий опрос нового сотрудника. В данный опрос могут входить следующие вопросы:

- Чем увлекаются ваши коллеги?
- Как вы договариваетесь пойти на обеденный перерыв?
- Какое количество сотрудников (коллег) находится в вашем рабочем подразделении?
- Какую форму общения используют ваши коллеги?

6 этап – «Формирование отчета о пройденном процессе адаптации и предложения по его улучшению». После того как путешественник познакомился с островом и его жителями, он решает – остаться ему на этом острове или нет. Так же жители острова могут поинтересоваться у путешественника, что им следует изменить или улучшить на своем острове, чтобы привлечь как можно больше новых путешественников. Так и новый

сотрудник организации после пройденного процесса адаптации решает для себя, насколько данная организация отвечает его требованиям и то, насколько ему будет комфортно работать в ней. А также, насколько процесс адаптации был успешным или нет, новый сотрудник имеет право оставить рекомендации по улучшению или изменению процесса адаптации в организации.

Благодаря данному этапу новый сотрудник может почувствовать свою значимость, так как его действия могут повлиять на деятельность организации в целом.

Чтобы оценить результаты данного этапа, сотрудник может пройти анкетирование, благодаря которому организация сможет выявить и устранить ключевые недостатки и пробелы в процессе адаптации.

Анкета по окончании данного этапа поможет выявить следующие недостатки:

- в условиях труда;
- в организации рабочего места;
- в организации бытовых помещений (столовая, гардероб, комната отдыха, санитарная комната и т.д.).

В качестве последних вопросов в анкете можно предложить сотруднику высказать собственные идеи и предложения для улучшения того или иного недостатка в процессе адаптации.

7 этап – «Знакомство с руководителем организации». На каждом острове есть вождь, знакомство с которым происходит после пройденных испытаний. Так и новый сотрудник после успешного прохождения периода адаптации знакомится с руководителем организации и получает обратную связь и оценку своего освоения по всем этапам вхождения в коллектив.

8 этап – «Завершение процесса адаптации».

На этом последнем этапе работник полностью осваивается и становится частью трудового коллектива. Сотрудники поздравляют новичка с успешным прохождением адаптации [1; 3].

Таким образом, предложенный инструмент геймификации в процессе адаптации персонала может способствовать повышению эффективности данного процесса, а также окажет положительное влияние на управленческую деятельность организации. Применение данного инструмента сделает процесс адаптации максимально современным, прозрачным, понятным и уникальным, а также позволит снизить уровень текучести кадров из-за неэффективности процесса адаптации в организации.

1. Геймификация в адаптации персонала [Электронный ресурс] // Московский экономический журнал. URL: file:///C:/Users/SlooowAsFuck/Downloads/gei-mifikatsiya-v-adaptatsii-personala.pdf

2. Зикерманн Г., Линдер Дж. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / пер. с англ. М.: ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2014. 161 с.

3. Сафина Р.Р. Возможность использовать технологии геймификации в работе с молодыми сотрудниками [Электронный ресурс]. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/46732/1/klo_2017_203.pdf

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ОТРАСЛИ РАСТЕНИЕВОДСТВА

Юрина Н.Н.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого,
г. Великий Новгород, Россия

E-mail: kmup@mail.ru

INTRODUCTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF ORGANIZATIONS IN THE CROP PRODUCTION INDUSTRY

Yurina N.N.

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia

E-mail: kmup@mail.ru

Аннотация. Цифровизация всех отраслей экономики – процесс, имеющий перманентную актуальность. В современном мире, где информационно-технологическая эволюция продвигается семимильными шагами, наша страна уверенно наращивает темпы – в 2019 г. валовые внутренние затраты на развитие цифровой экономики составили 4094 млрд. руб., или 3,7% ВВП страны.

Цифровые технологии неотвратимо проникают во все отрасли экономики, в том числе и сельское хозяйство, а вместе с тем – и растениеводство. Разнообразные информационные системы, которые внедряются современными организациями, имеют широчайший спектр аналитических, прогнозных, имитационных и прочих функций. Особое место в этом множестве отводится экспертным системам, которые позволяют оценивать применимую на конкретном предприятии адаптивную агротехнологию по различным экологическим, экономическим и прочим критериям.

Данная статья посвящена рассмотрению современных программных средств, используемых в аграрном секторе экономике, и выявлению роли экспертных систем в обеспечении развития цифровых технологий в растениеводстве.

Ключевые слова: сельское хозяйство, растениеводство, цифровизация, технические инновации, программное обеспечение, экспертные системы.

Abstract. Digitalization of all sectors of the economy is a process that has a permanent relevance. In the modern world, where the information and technological evolution is progressing by leaps and bounds, our country is steadily increasing its pace – in 2019, the gross domestic expenditure on the development of the digital economy amounted to 4094 billion rubles or 3.7% of the country's GDP.

Digital technologies inevitably penetrate all sectors of the economy, including agriculture, and at the same time – and crop production. A variety of information systems that are implemented by modern organizations have a wide range of analytical, predictive, simulation and other functions.

A special place in this set is given to expert systems that allow you to evaluate the adaptive agricultural technology applicable to a particular enterprise according to various environmental, economic and other criteria.

This article is devoted to the review of modern software tools used in the agricultural sector of the economy, and to identify the role of expert systems in ensuring the development of digital technologies in crop production.

Keywords: agriculture, crop production, digitalization, technical innovations, software, expert systems.

Развитие сельского хозяйства до недавнего времени главным образом происходило посредством достижений в генетике, совершенствования в области машинных технологий, а также при помощи изменения энергетической базы. В настоящее время ключевым фактором развития сельского хозяйства становятся различного рода информационные ресурсы, их выявление и последующая реализация. Решающее значение в деле создания и последующего внедрения в производство конкурентоспособных сельскохозяйственных технологий и техники, отличающихся высокой степенью эффективности, играет наличие и совершенствование информационных ресурсов [1]. Для того чтобы создать сельскохозяйственную информационную систему, целесообразно применять виртуальные и сетевые технологии, экспертные системы, различные базы данных, а также CALS-технологии.

Экспертная система (ЭС) – это компьютерная программа, которая способна частично заменить специалиста в области решения каких-либо проблемных задач. Современные ЭС стали разрабатываться исследователями искусственного интеллекта на заре XX века. Значимость экспертных систем заключается в том, что они:

- 1) значительно увеличивают количество и скорость решаемых на компьютерах практических задач;
- 2) делают разработку сложных приложений более дешевой и доступной;
- 3) решают проблему низкой повторной используемости программ;
- 4) позволяют добавлять новые свойства программным продуктам (например, придавать большую «прозрачность» приложениям, упрощение обучения и сопровождения, улучшение графики, интерфейса и взаимодействия).

ЭС призваны решать так называемые неформализованные задачи, не имеющие общепринятых способов решения. При этом такие системы не призваны заменять и тем более отвергать формализованного подхода к решению задач. Неформализованные задачи, как правило, обладают следующими особенностями:

- 1) неоднозначностью, ошибочностью, противоречивостью и неполнотой исходных данных;
- 2) неоднозначностью, ошибочностью, противоречивостью и неполнотой знаний о решаемой задаче и проблемной области;
- 3) большой вероятностью поиска решения с помощью перебора;

4) активно изменяющимися информацией и знаниями [2].

Базовая статическая ЭС состоит из следующих основных компонентов (рисунок 1).

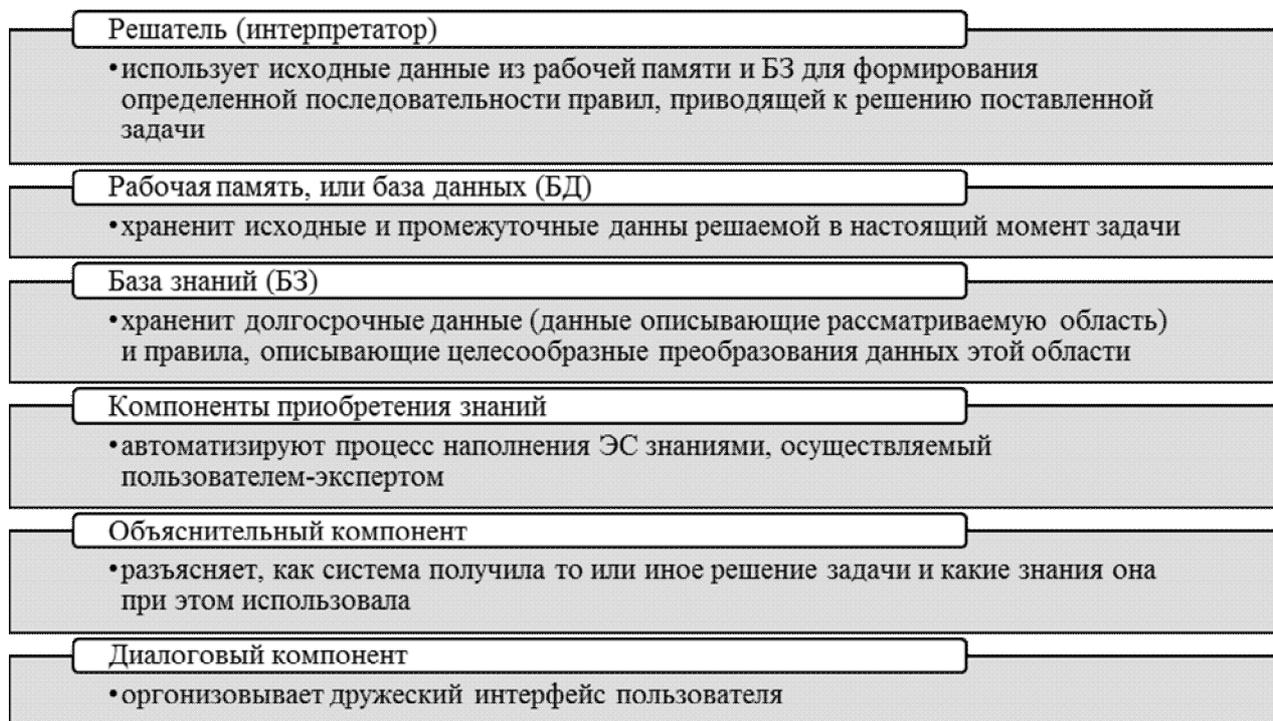


Рисунок 1. Структура экспертных систем

Разработанные программные комплексы и алгоритмы для отрасли растениеводства позволяют: управлять технологией выращивания сельскохозяйственных культур фрагментарно и в целом; регулировать агроприемы в зависимости от временного периода; прогнозировать возможный урожай, а также затраты на его получение; регулировать сроки и нормы проведения поливов; автоматизировать режим подпитки почвы. Проведем сравнение нескольких экспертных систем, используемых в сельском хозяйстве (рисунок 2).

Несмотря на стремительно развивающуюся тенденцию цифровизации сельского хозяйства, провести детальный статистический анализ использования программных средств в растениеводстве не представляется возможным. Информация об использовании информационных и коммуникационных технологий в сельскохозяйственных организациях в статсборниках начала разрабатываться только с 2019 г. До этого (начиная с 2016 г.) данные фиксировались по признаку «Затраты на приобретение программных средств» по видам экономической деятельности в разрезе технологических инноваций. Действительно, применение компьютерных технологий являются неотъемлемой частью инновационной деятельности любого субъекта хозяйствования, поскольку цифровые инструменты позволяют создавать новые

или совершенствовать существующие продукты (товары, услуги) и бизнес-процессы, которые должны значительно отличаться от предыдущих.

Наименование	Назначение программы	Функциональные возможности программы
DSSAT	моделирование процессов роста, развития и урожай сельскохозяйственных культур в вегетационный период на поле с точным расчетом потребностей посевов в воде, CO ₂ и комплекса удобрений, включая также управление процессом роста при изменениях климата	выбор культур на разных участках земли к использованию различных технологий; выбор промежутков времени; планирование посевов, полива, использования удобрений
Геомир	система поддержки принятия решений при производстве сельскохозяйственной продукции	предлагает агропромышленным и другим предприятиям разработку информационно-аналитических систем для эффективного производства
ПС Панорама АГРО	предназначена для комплексной автоматизации управления сельскохозяйственным предприятием в отрасли растениеводства и обеспечивает решение двух взаимосвязанных задач: управление аграрными технологиями и мониторинг подвижных технических средств компании на основе GPS / ГЛОНАСС навигации.	ведение нормативно-справочной информации; ведение паспортов полей с привязкой к году урожая; общие сведения о земельных участках; управление электронной картой; обработка навигационных данных и контроль перемещений автотранспорта и специальной техники; формирование и анализ событий, происходящих с объектами мониторинга по данным и показателям; обработка результатов полевых измерений, данных дистанционного зондирования и обновление карты земельных угодий; построение тематических карт отдельных показателей земельных угодий, на основании сведений, представленных в паспортах полей; создание отчетов по выполненным работам

Рисунок 2. Сравнительная характеристика ЭС, используемых в агрономии; составлено по [3]

Исходя из этого, установим, существует ли связь между затратами на технологические инновации при выращивании различных видов культур и стоимостью продукции растениеводства (таблица).

Таблица. Динамика затрат на технологические инновации и стоимость продукции растениеводства

Год	Затраты на технологические инновации, млн. руб.	Продукция растениеводства, трлн. руб.
2016	6276,1	2710,3
2017	8381,1	2599,7
2018	13572,6	2756,1
2019	39050,1	3056,4

Для оценки односторонней зависимости, показывающей, каким образом изменение факторных признаков влияет на признак результативный, воспользуемся методом построения уравнения регрессии (т.е. нахождение вида зависимости между результатным показателем y и независимыми факторами x_1, x_2, \dots, x_n). Корреляционно-регрессионная модель демонстрирует процессы накопления, анализа и оценки, потребления и развития производственного потенциала сельскохозяйственных предприятий и может служить основой для разработки плана повышения эффективности и его использования.

При помощи линейной регрессии исследуем зависимость стоимости продукции растениеводства (y) от затрат на технологические инновации (x). Параметры уравнения и их оценка рассчитаны с использованием методов статистического анализа, «Корреляция» и «Регрессия» в среде MS Excel. В расчете вероятных границ использованы значения таблиц распределения Фишера и Стьюдента для уровня значимости $p = 0,05$.

Корреляционный анализ данных выполним с помощью инструмента «Корреляция» надстройки «Анализ данных» табличного процессора MS Excel.

По результатам анализа можно сделать вывод, что показатели имеют весьма тесную степень линейной связи ($r = 0,96$).

Рассчитаем параметры линейного уравнения множественной регрессии. Параметры уравнения найдем с помощью инструмента «Регрессия» надстройки «Анализ данных» табличного процессора Excel (рисунок 3).

Вывод итогов								
Регрессионная статистика								
Множественный R	0,95621724							
R-квадрат	0,91435141							
Нормированный R-квадрат	0,871527115							
Стандартная ошибка	69,97300218							
Наблюдения	4							
Дисперсионный анализ								
	df	SS	MS	F	Значимость F			
Регрессия	1	104540,3454	104540,3454	21,35123082	0,04378276			
Остаток	2	9792,442068	4896,221034					
Итого	3	114332,7875						
	Коэффициенты	Стандартная ошибка	t-статистика	P-Значение	Нижние 95%	Верхние 95%	Нижние 95,0%	Верхние 95,0%
Y-пересечение	2566,838251	58,00578147	44,25142091	0,000510285	2317,259517	2816,41699	2317,259517	2816,416985
Затраты на технологические инновации, млн руб	0,013030178	0,002819934	4,620739207	0,04378276	0,000896983	0,02516337	0,000896983	0,025163374

Рисунок 3. Результаты регрессионного анализа в MS Excel

Проверка коэффициентов регрессии на значимость проводилась при помощи *t*-критерия Стьюдента. Установлено, что факторный признак – значимый, поскольку его значение превышает табличное $t_{крит} = 2,57$ (если рассчитанное значение *t*-критерия Стьюдента равно или больше критического, найденного по таблице, делаем вывод о статистической значимости различий между сравниваемыми величинами; если перед значением *t*-критерия стоит знак «-», то эмпирическое значение ниже уровня стандартного значения).

Наблюдаемое значение критерия Фишера превышает табличное ($F_{факт} > F_{табл} (7,71)$), а это значит, что в 95% случаев уравнение регрессии статистически значимо и отражает существенную зависимость между факторами и результативным показателем. Уравнение можно признать надежным и значимым, доказывающим наличие исследуемой зависимости.

Результаты корреляционно-регрессионного анализа свидетельствуют о том, что между исследуемыми показателями возникает весьма высокая функциональная связь, поскольку множественный коэффициент корреляции равен 0,96.

Единицей измерения единовременного влияния, вызванного вариацией фактора, является коэффициент множественной детерминации (R^2). В нашем случае для *y* он составляет 0,9144, а это означает, что вариация стоимости продукции растениеводства на 91,44% зависит от изменения затрат на технологические инновации.

Линейное уравнение регрессии зависимости стоимости продукции растениеводства (признака результативного) от затрат на технологические инновации (факторного признака) имеет следующий вид (формула 1, рисунок 4):

$$y = 0,013x + 2566,8 \quad (1)$$

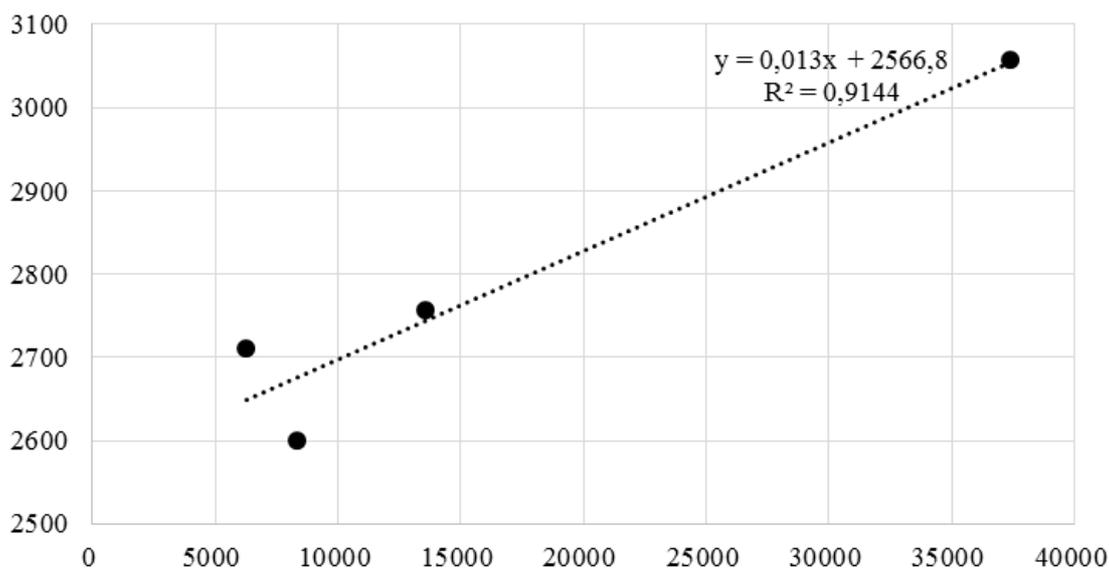


Рисунок 4. График зависимости стоимости продукции растениеводства от затрат на технологические инновации

Направление связи между переменными определяется на основании знаков (отрицательный или положительный) коэффициентов регрессии (коэффициента b). Если знак при коэффициенте регрессии – положительный, связь зависимой переменной с независимой будет прямой. Если знак при коэффициенте регрессии – отрицательный, связь зависимой переменной с независимой является обратной. В нашем случае знак коэффициента регрессии положительный, следовательно, связь также является прямой. При повышении затрат в растениеводстве на технологические инновации на 1 млн. руб. следует ожидать повышения стоимости продукции растениеводства на 12,3 млн. руб.

Затраты на приобретение программных средств в структуре технологических затрат занимают всего 0,2–0,5%, поскольку к данной категории относятся различные виды деятельности (рисунок 5).



Рисунок 5. Затраты на инновационную деятельность в растениеводстве по видам инновационной деятельности в 2019 году

По понятным причинам сельскохозяйственные предприятия направляют средства на обновление материально-технической базы, парка сельскохозяйственной техники, инжиниринг и пр. Но положительную динамику характеризует рост затрат предприятий отрасли растениеводства на разработку и приобретение программ для ЭВМ и баз данных, связанных с инновационной деятельностью – от 4,3 млн. руб. в 2017 г. до 29,7 млн. руб. в 2019 г.

Приходим к выводу, что в растениеводстве можно использовать широкий спектр программного обеспечения, в том числе и современные экспертные системы. В последние годы наметилась тенденция к широкому использованию информационных технологий, о чем свидетельствует повышение уровня затрат в отрасли технологических инноваций и программного обеспечения в том числе.

1. Савченко О.Ф. Методологические аспекты создания информационных систем в сельском хозяйстве // Достижения науки и техники АПК. 2006. № 11. С. 5–9.

2. Чибисова И.С. Применение информационных технологий в сельском хозяйстве России // Эпоха науки. 2018. № 13. С. 92–96.

3. Якушев В.П., Якушев В.В., Матвеев Д.А. Интеллектуальные системы поддержки технологических решений в точном земледелии // Земледелие. 2020. № 1. С. 33–37.

Научное издание

НАУКА, БИЗНЕС, ВЛАСТЬ – ТРИАДА РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

*Сборник статей
VI Международной научно-практической конференции
Великий Новгород, 20 апреля 2021 года*

Редактор *В. Г. Павлов*
Компьютерная верстка *И. В. Люля*

Подписано в печать 25.01.2022. Бумага офсетная. Формат 60×84 1/16.
Гарнитура Times New Roman. Печать офсетная.
Усл. печ. л. 9,1. Уч.-изд. л. 9,8. Тираж 500 экз. Заказ № 141221.
Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого.
173003, Великий Новгород, ул. Б. Санкт-Петербургская, 41.
Отпечатано: ИП Копыльцов П.И.,
394052, Воронежская область, г. Воронеж, ул. Маршала Неделина, д. 27, кв. 56.
Тел.: 89507656959. E-mail: Kopyltsow_Pavel@mail.ru