

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА

№1 (23)  
март 2018

Журнал издается с сентября 2012 г.

Выходит 4 раза в год

Подписка во всех отделениях связи  
по объединенному каталогу «Пресса России» (индекс E29460)

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

**Свидетельство о регистрации:**

ПИ № ФС 77-67657 от 10 ноября 2016 г.

**Учредитель (издатель):**

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

**При перепечатке ссылка на издание обязательна**

Редакция журнала «Экономическая среда»:  
302028, г. Орел, ул. Октябрьская, 12  
Телефон: (4862) 255037 e-mail: economicsreda@mail.ru  
© ОрелГУЭТ, 2018

Подписано в печать 27.03.2018 г.  
Дата выхода в свет 30.03.2018 г.  
Заказ №13. Формат 60x84½  
Объем 8,6 п.л. Тираж 1000 экз.  
Цена свободная

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

**Главный редактор:**

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

**Редакционный совет:**

- Глотко А.В.** доктор экономических наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Горно-Алтайский государственный университет»
- Карлина Е.П.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»
- Лазаренко А.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Лочан С.А.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
- Лыгина Н.И.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»
- Рудакова О.В.** доктор экономических наук, профессор  
Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»
- Сироткина Н.В.** доктор экономических наук, профессор  
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
- Цёхла С.Ю.** доктор экономических наук, профессор  
ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
- Юрзинова И.Л.** доктор экономических наук, профессор  
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

**Ответственный редактор:**

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

**Литературный редактор:**

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

**Переводчик:**

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

# СОДЕРЖАНИЕ

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

<b>Ланская А.В.</b> Эффективные методы мотивации и стимулирования персонала	4
<b>Сосунова Е.В.</b> Проблема оптимального использования методов стимулирования персонала в системе управления мотивацией	9
<b>Залётина А.В., Погонялова К.В., Сехина П.А.</b> Актуальные проблемы маркетинга в современных условиях	14
<b>Михальченко М.А.</b> Комплексная оценка эффективности управленческого труда	20

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

<b>Бардовский В.П., Токарев С.Н.</b> Формирование инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований	25
<b>Алексанова Т.Н., Алексанова Е.В.</b> Зарубежный опыт развития кластеров и его адаптация к условиям Орловской области	29

## ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

<b>Рудакова О.В., Лукьянов В.В.</b> Финансовая грамотность населения: Россия на фоне мировых тенденций	35
<b>Кузнецова Л.М., Бабенкова В.А.</b> Современное положение малого и среднего предпринимательства в России	41
<b>Слипченко М.В.</b> Макроэкономический прогноз динамики развития промышленности на ближайшие годы	47
<b>Сотникова Е.А., Титова А.И.</b> Применение логистического подхода при обеспечении поставок детского питания	49

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

<b>Шарова Н.С., Комиссарова Е.А., Сорока В.В.</b> Преимущества преподавания с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий	55
<b>Тормозов И.В., Комиссарова Е.А., Шарова Н.С.</b> Опыт и рассуждение в науке	59

## УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ

## МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

УДК 331.101.3

Ланская А.В.

### ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

*Ланская Анна Владимировна\**, обучающаяся 3 курса факультета «ГМУиЭНХ», Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: anna.lanskaya.1997@mail.ru

Ключевым аспектом получения результативности и прибыли компании является эффективная работа персонала, а она в настоящее время в большей степени зависит от грамотных, модернизированных и прогрессивных способов стимулирования и методов мотивации. Практически во всей литературе по управлению персоналом особое внимание уделяют информации о методах мотивации. Для множества людей мотив достижения каких-либо целей, в первую очередь, зависит от их потребностей. Со временем уникальность каждого работника возросла, что повлекло за собой изменение систем стимулирования, потому что изменились и потребности работника. Стоит понимать, что успешность любой компании зависит от эффективной работы каждой ее составляющей, а именно от каждого сотрудника в отдельности. Главная задача кадрового управленца состоит в том, чтобы выявить лучшие качества сотрудника, использовать его возможности и умение по максимуму. Выполнить эту задачу можно будет только в том случае, если сотрудник будет достаточно мотивирован для работы на благо организации. Любой человек, занимающий ту или иную должность, желает быть поощренным за свой труд, особенно если своей работе он уделяет много времени и сил. В настоящее время руководители и кадровые управленцы российских и зарубежных предприятий стали отдавать предпочтение немонетарным методам стимулирования и мотивации персонала. В отличие от классических способов, которые мотивируют с помощью денежных средств (денежные бонусы, высокие заработные платы), новейшие идеи мотивируют с помощью неэкономических способов стимулирования (организационные, морально-психологические меры).

Ключевые слова: мотивация, персонал, стимулирование, методы стимулирования.

Lanskaya A.V.

### EFFECTIVE METHODS OF PERSONNEL MOTIVATION AND STIMULATION

*Lanskaya Anna Vladimirovna*, Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation: anna.lanskaya.1997@mail.ru

The key aspect of the company's productivity and profit is the personnel's effective work. At present this work depends on the competent, modernized and progressive ways and methods of stimulation and motivation to a considerable degree. Special attention is paid to motivation methods in practically all publications on personnel management. The motive of achievement of some purposes for many people depends, first of all, on their needs. In due course uniqueness of each worker has increased, that caused the change of stimulation systems because the worker's needs also changed. It is necessary to understand, that the success of any company depends on the effective work of its each component, namely, from each employee separately. The main task of the personnel manager is to reveal better qualities of an employee, to get the most of his abilities and potential [3]. To solve this problem will be possible only if the employee will be motivated enough to work for the organisation blessing. Any person, holding this or that post, wishes to be encouraged

---

\* *Научный руководитель: Соболева Юлия Павловна*, к.э.н., доцент; e-mail: soboleva-yp@yandex.ru

*for the work, especially if he spends much time and energy for the work. The executives and personnel managers of the Russian and foreign enterprises prefer non-monetary methods of stimulation and motivation of the personnel now. Unlike classical ways, which motivate by means of money resources (monetary bonuses, high wages), the newest ideas motivate by means of non-economic ways of stimulation (organizational, moral and psychological measures).*

*Keywords: motivation, personnel, stimulation, stimulation methods.*

Производительность труда как показатель эффективности использования персонала в большей степени зависит от уровня мотивации, поэтому система стимулирования персонала – это динамичная структура, создание которой является приоритетным направлением работы для многих предприятий [5]. В основе большинства мотивационных систем, применяемых коммерческими структурами и направленных на стимулирование персонала к повышению эффективности труда, а также к снижению издержек, лежит понятие мотивации как определенной совокупности стимулов, побуждающих человека выполнять определенные действия [7].

Руководство компании самостоятельно выстраивает и определяет ряд приоритетных задач развития системы мотивации исходя из корпоративных норм, стратегии развития организации [6]. Базовыми задачами могут выступать:

- побуждение работников к эффективному труду;
- создание у работников позитивного настроения;
- снижение издержек;
- удовлетворение основных потребностей сотрудников;
- повышение лояльности персонала;
- сведение текучести кадров к минимуму;
- повышение творческого труда у работников;
- повышение творческого труда у сотрудников и т.д.

Перечисленные задачи могут быть выстроены в любой иерархии в зависимости от того, что для организации в данный момент является приоритетным. В настоящее время существует определенный ряд негласных правил осуществления эффективной мотивации работников. Исходя из приоритетных направлений функционирования предприятий, каждое из них предлагает определенные правила работы с персоналом. Наиболее популярными из таких систем стимулирования являются [1]:

1. Неожиданные, непредсказуемые и нерегулируемые поощрения. Данный вид стимулирования имеет наиболее выраженный положительный эффект, чем прогнозируемые поощрения, т.к. зачастую возникает ситуация, что поощрения, о которых известно работнику и которые являются регулярными, могут на подсознательном уровне считаться не чем иным, как обязательством со стороны работодателя, которое персонал привык получать ежемесячно и в определенном размере.

2. Мотивирование приносит свои плоды только тогда, когда персонал организации ощущает признание своего вклада в результаты работы. Каждый человек, который затрачивает свою энергию, силы, время и всячески старается четко выполнять поставленные перед ним задачи, хочет быть ценным сотрудником и иметь признание как со стороны коллег, так и со стороны руководства компании. Однако стоит учитывать, что данное правило может негативно повлиять как на отношения в коллективе, так и на организацию труда на самом предприятии. При его применении следует учитывать индивидуально-личностные качества каждого сотрудника. Так, например, повышение в статусе и прочие способы мотивации могут воздействовать на человека таким образом, что он начнет переоценивать свои возможности и значение на рабочем месте, не повышая при этом производительности своего труда. Кроме того, люди, у которых повысился статус, могут стать высокомерными по отношению к своим коллегам, а как следствие, возможно появление конфликтов на рабочем месте и неприязнь со стороны коллег [2].

3. Положительное подкрепление результативнее отрицательного. Метод «отрицательного подкрепления» – это метод изменения нежелательного поведения. Данный метод заключается в одномоментной и негативной для сотрудника реакции на его нежелательное поведение. Примером данного метода может служить система штрафов: сотрудник не справился с обязанностями, которые были возложены на него, т.к. в настоящий момент он работает за себя и за другого сотрудника, у которого временная нетрудоспособность. Начальник в ответ на отрицательный результат лишает сотрудника премии и выписывает штраф. Руководитель не должен допустить такой ситуации. Необходимы либо более «мягкие» санкции, например, устное замечание, либо положительные методы поощрения, конечно, только не в тех случаях, когда сотрудник сам виноват в ухудшении показателей своей деятельности.

4. Персонал рекомендуется стимулировать по промежуточным достижениям. Не следует ожидать завершения всей работы, потому что значительные успехи тяжело достигаются сотрудниками и без постоянного стимула случаются достаточно редко. Необходимо регулярно мотивировать сотрудника. Для такой мотивации необходимо, чтобы общее задание делилось на части в соответствии с планом и состояло из определенных этапов. Опираясь на такой подробный план, руководитель должным образом обязан провести оценку сотрудников, чтобы поощрение было равным выполненной части работ [4].

5. Поощрения должны применяться сразу после выполненной сотрудником работы. Данное правило прямо пересекается с первым. Если руководитель заявил о том, что за выполненную работу сотрудник будет поощрен, то необходимо выполнить данное условие. Руководителю следует понимать, что его невыполнение может привести как к конфликту интересов, так и к последующему ухудшению результирующих показателей деятельности. В данном правиле присутствует особенность: чем больше промежуток времени между успешно выполненной работой и поощрением, тем меньше эффект от данного поощрения.

В XXI веке потребности людей являются быстро изменяющимися, поэтому классические теории стимулирования и мотивации могут оказаться неэффективными. Именно это и является ключевым двигателем в стремлении совершенствовать систему стимулирования на предприятии, искать новые методы повышения эффективности труда сотрудников. В настоящее время руководители отечественных и зарубежных компаний все большее внимание уделяют новым механизмам, повышающим мотивацию персонала [10].

1. «Мотивирующий туризм», или «Инсентив-туризм». Данный вид мотивации подразумевает под собой стимулирующие путешествия. Возможности мотивации с помощью туризма являются безграничными, т.к. любой сотрудник компании, помимо планового отпуска, хотел бы получать дополнительную возможность для отдыха и смены обстановки. Данный туризм устраивается с целью корпоративного отдыха, релаксации, коммунити-билдинга, обучения и т.д. Идеология инсентив-туризма связана со словом «благодарность», подобным образом компания благодарит сотрудника за проделанную работу. Эффект от такого метода мотивации персонала может быть очень масштабным. Так, например, вернувшись из поездки, сотрудники станут делиться впечатлениями с коллегами, затем разговоры перейдут в семьи сослуживцев, а уже оттуда – в другие компании. Поездкой оказался мотивирован сотрудник, однако информация о компании будет распространена среди огромного количества людей, что повысит имидж компании и её руководителя.

2. Политика предприятия по формированию здорового образа жизни. Такая политика подразумевает разработку мероприятий, основной задачей которых является профилактика заболеваемости и формирование здорового образа жизни среди сотрудников предприятия и членов их семей. В рамках подобных программ могут проводиться следующие мероприятия:

- приобретение велотренажеров, теннисных столов для досуга сотрудников;
- проведение информационных семинаров для сотрудников;
- внедрение различных программ, например «Брось курить и победи» и т.д.

Однако следует понимать, что к участию в подобных программах сотрудников также следует стимулировать различными методами: экономическими (денежные выплаты, специ-

альные подарки) и неэкономическими (грамоты, сокращенный рабочий день) [8]. Как показывает практика, внедрение таких программ способствует как укреплению здоровья сотрудников, так и созданию благоприятной рабочей атмосферы в организации, а как следствие, повышению эффективности ее деятельности.

3. Социальная карта – новая форма использования социального пакета. Социальная карта – своеобразный виртуальный счет сотрудника в социальном бюджете банка. Смысл функционирования данного метода стимулирования заключается в том, что каждому работнику выделяется определенная сумма денежных средств в соответствии с занимаемой им должностью. Такая программа позволяет сотруднику получать персонализированный набор услуг, например:

- материальную помощь;
- дополнительные отпуска;
- премии на день рождения или выход на пенсию;
- единовременные пособия;
- доплаты и надбавки за особые условия труда и т.д.

Кроме того, социальная карта позволяет сотруднику получать, помимо обязательных программ страхования, дополнительные на выбор.

Средства морального стимулирования действуют на персонал в меньшей степени, если не подкреплены материальной составляющей. Так, например, сотруднику с доски почета дополнительно начисляются средства на социальную карту в размере, определяемой руководителями организации. Средства, которые учтены на такой карте, могут быть использованы исключительно на услуги, предусмотренные социальной картой организации, и не могут быть выданы работнику наличными. Такие средства могут также аккумулироваться для оплаты услуг, получаемых коллективно (оплата корпоративных мероприятий, аренда тренажерного/спортивного зала для сотрудников и т.д.). Главной особенностью социальной карты является то, что подход к стимулированию сотрудников является индивидуальным и основывается на потребностях каждого сотрудника.

4. Метод «Работа на полу» (Sale on the floor). Данный термин за рубежом в основном применяется в сфере торговли. Американцы свои торговые площади иногда называют «пол», от этого и произошло такое выражение, как «работа на полу». Суть данного метода заключается в том, чтобы показать единство коллектива. Каждый сотрудник офиса и каждый высший руководитель обязаны отработать в торговом зале определенное количество часов и продемонстрировать высококачественную работу в продажах или другом деле. Работники магазинов могут увидеть, что высшие менеджеры готовы выйти в торговый зал и на собственном примере показать, каким образом нужно подходить к работе и качеству оказываемых услуг. Руководители, регулярно работая в качестве продавцов, провизоров, официантов, в первую очередь демонстрируют своим сотрудникам значимость для бизнеса самих компаний, значимость для определенной компании конкретного специалиста, тем самым поднимают корпоративный дух. Данный метод дает представление о сложности работы, выполняемой другими сотрудниками, и рождает уважение к каждому участку бизнес-процесса. Следует также отметить, что дополнительных средств стимулирования этот механизм не требует.

5. Геймификация. Данный процесс включает в себя разнообразные элементы игр, которые могут быть представлены в качестве достижений, таблиц лидеров и наград. Говоря о данном механизме, можно услышать такое понятие, как «пряники» - виртуальная валюта для признания успехов. Полученные от руководителя или коллег «пряники» можно потратить во внутреннем интернет-магазине, где размещается огромное количество вещей и возможностей (например, проспать в понедельник, фирменный чайник компании, возможность отгула). Так, виртуальное «спасибо» приобретает еще и материальный вес. Выдача «пряника» в строгом порядке аргументируется, и, выбрав определенный набор аргументов, можно привить сотрудникам понимание ценностей компании, определить вектор поведения, стимулировать проявление тех или иных качеств личности [9].

6. Стимулирование поколения «Y». Это скорее не метод, а политика работы по стимулированию поколения Y (новое поколение работников, рожденных в период с 1984-2003 гг.).

Поколение Y ориентировано на необходимость «жить здесь и сейчас», т.к. в настоящее время существует высокая скорость общественных и технологических изменений. Обстановка семейного почитания способствовала уверенности в ценности собственной жизни, важности быстрого и полного удовлетворения своих потребностей. Таким образом, «игреки» как потенциальные сотрудники имеют следующие особенности: ориентация на быстрый результат, осознание важности самореализации, желание совместить личную жизнь с работой, предпочтение гибкой занятости, склонность к содержательной деятельности (работе «со смыслом»), отношение к деньгам как к инструменту, а не цели. Так, способы мотивации, которые применяют руководители к поколению «X», в отношении поколения «Y» будут неуместны, неэффективны или вовсе не будут работать. В связи с этим, кадровые управленцы выработали определенную систему стимулирования для поколения Y:

- правила работы должны быть четко определены и зафиксированы;
- постоянное взаимодействие через коммуникацию таких групп, как «сотрудник-сотрудник», «сотрудник-руководитель», «коллектив-управленческий состав»;
- работа должна иметь определенный социальный (или иной) смысл;
- незамедлительное вознаграждение за достижения;
- работа, ориентированная на постоянное развитие.

Подводя итог, можно сделать вывод, что взаимодействие с любым коллективом и достижение высоких результатов труда возможно только при грамотно выстроенной политике стимулирования и мотивации персонала организации. В настоящее время подходы к стимулированию персонала отходят от привычных теорий стимулирования, им на смену приходят новые современные подходы и методики, которые разрабатывают руководители организации.

#### Список источников:

1. Авдеев В.В. Управление персоналом. Оптимизация командной работы: Реинжиниринговая технология: практикум. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 256 с.
2. Бахрачева Ю.С., Власюк И.В. Совершенствование системы мотивации и стимулирования персонала в организациях, внедряющих метод «Бережливое производство» // Электронный научно-образовательный журнал ВГСПУ «Грани познания». – 2016. – №2 (45). – С. 70-74.
3. Головина Т.А. Методика управления рисками в условиях экономической неопределенности // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №27. – С. 30-36.
4. Лыгина Н.И., Рудакова О.В., Полянин А.В. Качество жизни населения как индикатор социальной эффективности государственного управления // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2016. – №2 (19). – С. 11-22.
5. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Орел: Издательство ОрелГИЭТ, 2010. – 129 с.
6. Соболева Ю.П., Белильщикова А.А. Исследование развития маркетинга в предпринимательстве // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2012. – №1 (2). – С. 329-336.
7. Соболева Ю.П., Паршутина И.Г. Факторный анализ спроса на потребительском рынке продовольственных товаров // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2015. – №9 (131). – С. 78-83.
8. Турман В.В. Как воспитать преданных, лояльных сотрудников в организации, не увеличивая зарплату // Управление развитием персонала. – 2015. – №41. – С. 56-61.
9. Управление персоналом: учебное пособие / Под общ. ред. Г.И. Михайлиной. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 280 с.
10. Soboleva Y.P., Parshutina I.G. Marketing approach to forecasting of regional market consumption potential // Indian Journal of Science and Technology. – 2015. – Vol. 8. – Specialissue10. – DOI: 10.17485/ijst/2015/v8iS10/84871.

УДК 331.101.3:005.95

Сосунова Е.В.

**ПРОБЛЕМА ОПТИМАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МЕТОДОВ  
СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ**

*Сосунова Евгения Викторовна\**, обучающаяся 1 курса факультета магистратуры и подготовки кадров высшей квалификации, Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: jek77or@yandex.ru.

*В статье проанализирована роль методов нематериального стимулирования в системе управления мотивацией персонала, описаны недостатки применения материальных стимулов. Показана роль эффективного управления персоналом, которое предполагает четкое понимание того, что движет человеком и побуждает его к достижениям. Подробно описаны потребности человека и характеристика мотивации, развивающейся на их основе. Даны определения понятиям: методы морального стимулирования, методы организационного (трудового) стимулирования, методы стимулирования свободным временем. Приведены примеры реализации методов морального и организационного стимулирования персонала, а также примеры реализации методов стимулирования свободным временем. Таким образом, выделен ряд проблем, связанных с использованием нематериального стимулирования в системе мотивации персонала. Сделан вывод о том, что материальные и нематериальные стимулы должны активно дополнять друг друга и рассматриваться как источник повышения эффективности деятельности организации, достижения максимальных экономических результатов и развития потенциальных возможностей каждого сотрудника.*

*Ключевые слова: мотивация, мотивация трудовой деятельности, система мотивации, материальное стимулирование, нематериальное стимулирование, методы стимулирования труда.*

Sosunova E.V.

**PROBLEM OF OPTIMAL USE OF THE METHODS OF PERSONNEL STIMULATION  
IN THE SYSTEM OF MOTIVATION MANAGEMENT**

*Sosunova Evgenia Viktorovna*, Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation: jek77or@yandex.ru

*In the article the role of the methods of non-material stimulation in the system of the personnel motivation management is analyzed. The lacks of material stimulus are described. The role of efficient personnel management is demonstrated which assumes clear understanding of what motivates the person and induces him to achievements. The person's needs and motivation developing on their basis are described in detail. Definitions are given the concepts of moral incentive methods, methods of organizational (labour) stimulation and methods of free time stimulation. Examples of realization of the methods of personnel moral and organizational stimulation and examples of realisation of methods of free time stimulation are presented. Thus, a number of problems connected with non-material stimulation in the system of personnel motivation is singled out. The conclusion is made that material and non-material stimulus should supplement each other actively and they should be considered as a source of efficiency increase of the organization activity, maximum economic results and development of potential possibilities of each employee.*

*Keywords: motivation, motivation of labour activity, motivation system, material stimulation, non-material stimulation, methods of labour stimulation.*

\* *Научный руководитель: Соболева Юлия Павловна, к.э.н., доцент; e-mail: soboleva-yp@yandex.ru*

В современных условиях, когда существует высокая конкуренция между организациями, каждый руководитель ищет все возможные способы, чтобы повысить качество продукции, увеличить эффективность труда, внедрить новые идеи. Одним из способов, содействующих решению этих задач, можно считать стимулирование персонала [3]. Понятие «стимул» тесно связано с мотивацией и является внешним фактором, обуславливающим процесс сознательного выбора человеком того или иного типа поведения, в свою очередь, внутренним фактором является непосредственно мотив. Мотивация формируется в результате системного воздействия внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов.

Мотивация трудовой деятельности заключается в удовлетворении работниками своих потребностей и ожиданий в результате выполнения должностных обязанностей, реализации поставленных целей, которые согласованы с целями и задачами организации и являются комплексом мер, применяемых для повышения эффективности труда персонала [4].

Система мотивации персонала выстраивается на применении методов материального и нематериального стимулирования труда. Классификация методов стимулирования труда отражена в таблице 1.

Таблица 1 – Методы стимулирования труда персонала

Методы материального стимулирования	Методы нематериального стимулирования
Материальное денежное стимулирование (заработная плата, надбавки и доплаты)	Методы морального стимулирования персонала
Материальное неденежное стимулирование (социальный пакет)	Методы организационного стимулирования персонала
	Методы стимулирования свободным временем

Несмотря на то, что стимулирование трудовой деятельности используется уже давно, существует ряд проблем, связанных с недостаточным изучением психологии сотрудников. В связи с этим работодатели не могут делать безошибочный выбор при приёме на работу и максимально вовлекать уже принятых сотрудников в трудовую деятельность [8].

Современные теории мотивации деятельности персонала и применение их на практике доказывают, что не всегда материальные стимулы влияют на увеличение интенсивности трудовой деятельности. Достаточно трудно выявить реальные побуждения, которые помогают выполнять работу с полной отдачей. В связи с этим эффективное управление персоналом предполагает чёткое понимание того, что движет человеком и побуждает его к достижениям.

В качестве потенциальных нематериальных стимулов могут рассматриваться все имеющиеся в распоряжении руководителя моральные, нравственно-психологические, социальные и организационные ценности, которые обусловлены потребностями личности [2]. Основные потребности, характеризующие мотивацию поведения человека, отражены в таблице 2.

Таблица 2 – Потребности человека и характеристика мотивации, развивающейся на их основе

Вид потребности	Описание поведения, направленного на удовлетворение потребности
В достижении	Справляться с трудными делами; управлять, организовывать; находить пути преодоления препятствий и достигать высокой эффективности; заниматься самосовершенствованием; конкурировать и быть лучше других
В уважении	Восхищаться руководителем, поддерживать его; хвалить, говорить о достоинствах; иметь образец для подражания
В доминировании	Контролировать окружающих; влиять на поведение других; разубеждать, делать ограничения, запреты
В поддержке	Получать удовольствие от сочувственной помощи близких; быть тем, о ком заботятся, поддерживают, защищают
В аффилиации	Быть во взаимодействии с близкими; доставлять удовольствие и стремиться к доверительным взаимоотношениям; быть хорошим другом

В понимании	Находить проблемы или решать их; быть заинтересованным теорией; размышлять, давать определения, анализировать, интегрировать
В автономии	Избавляться от ограничений; противиться принуждению; быть свободным и поступать в соответствии со своими побуждениями
В агрессии	Физическими способами справляться с трудностями; нападать, проявлять враждебность; противостоять чему-либо или наказывать
В противодействии	В соперничестве быть главным; справляться со слабостью, страхом; находить препятствия и трудности; гордиться собой
В защите	Ограждать себя от нападения, замечаний, обвинений
В избегании ущерба	Стремиться избежать повреждений, недомоганий; ограждать себя от опасных ситуаций
В избегании позора	Стремиться избежать унижения, затруднений
В порядке	Делать всё для наведения порядка, стремиться к организованности, равновесию, аккуратности, точности
В игре	Участвовать в играх, соревнованиях

Нередко кампании выстраивают систему мотивации персонала преимущественно на применении методов материального стимулирования, что значительно уменьшает возможности воздействия на поведение человека и обуславливает возникновение проблемы, связанной с недооценкой роли методов нематериального стимулирования в разработке эффективной системы мотивации труда. Также необходимо отметить, что материальное стимулирование имеет ряд недостатков, а именно [7]:

- эффект привыкания (регулярно получая доплаты и премии, работник перестает их ценить, воспринимает как обязательное дополнение);
- отсутствие четких критериев денежного стимулирования персонала;
- демотивирующее влияние неоправданно высоких зарплат;
- «небольшие премии не запоминаются»;
- «жертвы ради «золотого тельца» (при желании максимизировать свою прибыль люди часто идут на различные уловки, обман в ущерб качеству труда и моральным принципам).

Также одной из проблем материального стимулирования является то, что в государственных учреждениях невозможно постоянно увеличивать заработную плату, поэтому для расширения возможностей управленческого влияния на работников организации и воздействия на их трудовую мотивацию необходимо уделять более пристальное внимание методам нематериального стимулирования труда.

Методы нематериального стимулирования можно разделить на три группы: моральное стимулирование, организационное стимулирование и стимулирование свободным временем. Для разработки эффективной системы нематериального стимулирования необходимо четко сформулировать её цели и провести анализ потребности в тех или иных видах стимулирования [1]. Рассмотрим более подробно методы нематериального стимулирования и примеры их применения в организациях.

Моральное стимулирование трудовой деятельности — это влияние на поведение работника через предметы и явления, отражающие общественное признание, повышающие статус работника [2].

Методы морального стимулирования взаимосвязаны с удовлетворением потребности быть признательным и быть признанным. Методы морального стимулирования персонала представлены в таблице 3.

Организационное (трудовое) стимулирование – это влияние на поведение работника через изменение чувства удовлетворенности трудом. Получив удовольствие от процесса и результата выполненной работы, человек ожидает получить такое же удовольствие в будущем, что, в свою очередь, будет являться стимулом к выполнению деятельности. Методы организационного стимулирования персонала представлены в таблице 4.

Таблица 3 – Методы морального стимулирования персонала

Методы морального стимулирования	Примеры реализации методов
Регулярное информирование сотрудников	Совещания; собрания трудового коллектива; презентации удачных проектов; организованный внутренний пиар; целенаправленная идеологическая работа; корпоративная газета, журнал, сайт
Организация и проведение корпоративных мероприятий	Профессиональные конкурсы; мастер-классы; трудовые соревнования; корпоративные праздники; мероприятия тимбилдинга
Официальное признание заслуг	Представление к профессиональным и общественным наградам; награждение работников грамотами, дипломами, ценными подарками, путевками
Регулирование взаимоотношений в коллективе	Применение демократического стиля в руководстве; обучение и аттестация руководящих кадров; учет психологической совместимости сотрудников; обучение навыкам эффективного взаимодействия

Таблица 4 – Методы организационного стимулирования персонала

Методы организационного стимулирования	Примеры реализации методов
Улучшение качества трудовой жизни	Повышение организации труда; укрупнение объема работы; расширение содержательности труда; интеллектуализация трудовых функций; профессиональное развитие и обучение персонала; улучшение условий труда и оснащения рабочих мест
Планирование карьеры	Планирование, мотивация и контроль профессионального развития и должностного роста сотрудников; организация профессиональной подготовки; поиск и поддержка талантов; поощрение творчества и инициативы; оценка и анализ результатов деятельности, личных и профессиональных качеств сотрудников
Привлечение персонала к процессу управления	Поощрение добровольных объединений работников; групповое обсуждение готовящихся решений; оперативная смена (ротация) рабочих мест и операций; совмещение профессий; делегирование полномочий; организация обратной связи; использование схем вознаграждения за инновации
Проведение трудовых соревнований	Профессиональные конкурсы; смотри профессионального мастерства; соревновательные мастер-классы ведущих специалистов; соревнования коллективов

Стимулирование свободным временем – это влияние на поведение работника через изменение времени его занятости. Данный метод основывается на предоставлении возможности исполнения трудовых обязанностей без вреда для личной жизни, семьи и отдыха [6]. Целью стимулирования свободным временем является награда за высокую интенсивность труда, а именно возможность пользоваться особыми условиями занятости. Методы стимулирования свободным временем представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Методы стимулирования свободным временем

Методы стимулирования свободным временем	Примеры реализации методов
Возможность получения дополнительного времени отдыха	Дополнительный оплачиваемый отпуск; творческий отпуск; дополнительный отпуск без сохранения заработной платы
Разработка гибких режимов рабочего времени	Саморегулирование общей продолжительности рабочего дня при соблюдении нормы рабочего времени; применение методов разделения работы; вахтово-экспедиционная форма работы
Использование гибких форм занятости	Временная и сезонная занятость; Работа на дому; агентская работа; работа администратора на домашнем телефоне

Таким образом, существует ряд проблем, связанных с использованием нематериального стимулирования в системе мотивации персонала. В первую очередь это преимущественное использование материального стимулирования, которое не может постоянно возрастать и имеет ряд недостатков. Во-вторых, недостаточное изучение психологии сотрудников уменьшает возможности воздействия на трудовое поведение человека. Также следует отметить, что в условиях конкуренции, в более выгодных условиях будет находиться та организация, где методы нематериального стимулирования будут более привлекательными и разнообразными [5].

Решение проблем в области нематериального стимулирования будет способствовать решению следующих основных задач:

- привлечение в организацию высококвалифицированных кадров, молодых специалистов;
- уменьшение текучести кадров;
- создание благоприятного социально-психологического климата и продуктивной рабочей обстановки в организации;
- формирование имиджа организации как привлекательного работодателя;
- формирование и поддержание организационной культуры.

Для решения проблемы оптимального использования методов нематериального стимулирования в системе управления мотивацией персонала материальные и нематериальные стимулы должны активно дополнять друг друга и рассматриваться как источник повышения эффективности деятельности организации, достижение максимальных экономических результатов и развитие потенциальных возможностей каждого сотрудника.

Список источников:

1. Данилюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебное пособие. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2015. – 304 с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом (для ссузов): учеб. пособие. – М.: КноРус, 2013. – 208 с.
3. Повышение конкурентоспособности инновационной экономики региона: коллективная монография / Г.С. Мигунова, Н.В. Ивлева, Э.В. Панкови др. – Орел Издательство «Картуш», 2012. – 284 с.
4. Рофе А.И. Организация и нормирование труда (для бакалавров): учеб. пособие. – М.: КноРус, 2014. – 224 с.
5. Соболева Ю.П. Методические основы управления кадровым потенциалом организации // Актуальные аспекты фундаментальных и прикладных исследований: сборник научных трудов / под общ. ред. И.Г. Паршугиной. – Вып. 6. – Орёл: ОрелГУЭТ, 2017. – С. 147-152.
6. Соболева Ю.П., Германская В.П. Теоретические и практические аспекты исследо-

вания социокультурного аспекта управления персоналом организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №6 (24). – С. 92-95.

7. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 5-9.

8. Soboleva Y., Rudakova O., Lygina N. Human potential as an element of innovative-investment attraction of the regions [Электронный ресурс] // Procedia Economics and Finance. – 2015. – №24С. – P. 666-674. – Режим доступа: [http://ac.els-cdn.com/S221256711500670X/1-s2.0-S221256711500670X-main.pdf?\\_tid=41a81362-2f07-11e6-900f-00000aab0f02&acdnat=1465562069\\_b63fa6e550e3f76e7babe8451845b7e1](http://ac.els-cdn.com/S221256711500670X/1-s2.0-S221256711500670X-main.pdf?_tid=41a81362-2f07-11e6-900f-00000aab0f02&acdnat=1465562069_b63fa6e550e3f76e7babe8451845b7e1).

**УДК 658.8**

**Залётина А.В., Погонялова К.В., Сехина П.А.**

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

*Залётина Алина Вячеславовна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [alina.zalyotina@yandex.ru](mailto:alina.zalyotina@yandex.ru)

*Погонялова Карина Владимировна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [karina.pogonyalova1998@mail.ru](mailto:karina.pogonyalova1998@mail.ru)

*Сехина Полина Анатольевна\**; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орёл, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [polinaanatolevna32@yandex.ru](mailto:polinaanatolevna32@yandex.ru)

*На сегодняшний день рынок Российской Федерации функционирует в сложных условиях экономической нестабильности. Причиной тому являются действующие экономические санкции со стороны ряда стран «Большой двадцатки». Это создаёт, с одной стороны, проблемы для деятельности отечественных предприятий, но, с другой стороны, действие западных санкций формирует определённые возможности для российского бизнеса. Как показывает мировой опыт, именно периоды экономической нестабильности являются реальной возможностью для предприятий развивать свою деятельность. Экономическая история знает множество примеров высокого темпа роста и развития компаний именно в условиях кризиса. Однако для реализации появляющихся возможностей предприятиям следует использовать весь комплекс современных экономических механизмов. Одним из таких инструментов является маркетинг. Маркетинг является одной из наиболее динамичных экономических методов. Его методы и принципы постоянно меняются в зависимости от макроэкономических условий, покупательских предпочтений, социальных факторов. Реализация российскими предприятиями в своей практической деятельности современных методов и принципов маркетинга позволяет повысить эффективность и конкурентоспособность, что особенно актуально в современных условиях.*

*Ключевые слова:* аналитика, маркетинг, коммуникации, реклама, спрос, регион.

**Zalyotina A.V., Pogonyalova K.V., Sehina P. A.**

### **ACTUAL PROBLEMS OF MARKETING IN MODERN CONDITIONS**

*Zalyotina Alina Vyacheslavovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: [alina.zalyotina@yandex.ru](mailto:alina.zalyotina@yandex.ru)*

---

\* *Научный руководитель: Гончаров Антон Александрович; e-mail: [goncharov-anthon@yandex.ru](mailto:goncharov-anthon@yandex.ru)*

*Pogonyalova Karina Vladimirovna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: karina.pogonyalova1998@mail.ru*

*Sehina Polina Anatolievna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: polinaanatolevna32@yandex.ru*

*Today the market of the Russian Federation functions under difficult conditions of economic instability. The reason is economic sanctions of a number of G-20 countries. On the one hand, they create problems for domestic enterprises, but, on the other hand, the western sanctions form certain possibilities for Russian business. As the world experience shows, it is the periods of economic instability that are real possibility for enterprises to develop their activity. Economic history knows many examples of high growth rate and development of the companies under conditions of crisis. However to realize the emerging possibilities the enterprises should use all complex of modern economic mechanisms. Marketing is one of them. Marketing is one of the most dynamic economic methods. Its methods and principles are constantly changing depending on macroeconomic conditions, consumer preferences and social factors. Realization of modern methods and marketing principles by the Russian enterprises in their practical activities allows raising their efficiency and competitiveness that is especially topical under modern conditions.*

*Keywords: analytics, marketing, communications, advertising, demand, region.*

Современный рынок характеризуется высокой динамичностью, что объясняется влиянием ряда факторов, к которым мы можем отнести следующие: интенсификация научно-технического прогресса (в первую очередь в сфере информационных и телекоммуникационных технологий), постепенное проникновение интернет-технологий в сферы традиционного бизнеса, когда доля оборота большинства крупных торговых сетей в глобальной Сети стремительно увеличивается. Разумеется, экономическая мысль не стоит на месте, и развитие экономических отношений присутствовало всегда. Однако в последние десятилетия темпы развития стали более интенсивными. Это не могло не отразиться на теории и практике маркетинговой деятельности, темп развития которых аналогично ускорился. Следовательно, повышается научная значимость дополнительных исследований в области конкретных маркетинговых инструментов.

Проблемы маркетинга как одного из основополагающих направлений в экономической деятельности глубоко и детально рассматривались в научных публикациях ряда авторов [8; 9; 11; 12; 20; 23]. В то же время, как нами было отмечено выше, динамичные условия современного рынка требуют дополнительной проработки сущности маркетинга.

На сегодняшний день существует немалое количество определений категории «маркетинг», которые представлены только всемирно известными гуру в сфере маркетинга, управления и организации торговой деятельности. По предварительным подсчётам, таких определений к настоящему времени накопилось более трёх тысяч. Естественно, что в подобном изобилии информации практическому работнику в сфере рыночных отношений крайне трудно выбрать рациональное зерно, хотя все определения, по большому счёту, и представляют собой своеобразные вариации одного экономического явления. Стоит принимать во внимание и тот факт, что маркетинговые инструменты активно внедряются и в другие отрасли экономики: финансовый сектор, страховое дело, сельское хозяйство [5; 17].

Мы предлагаем пошагово разобраться с сущностью понятия «маркетинг», рассмотрев его основополагающие элементы. Согласно классическому подходу в основе маркетинговой деятельности лежат такие компоненты, как нужда, потребности, платёжеспособный спрос. Именно данные направления и определяют вектор развития маркетинговой деятельности, поэтому, на наш взгляд, целесообразно дать понятия этих направлений.

Во-первых, это нужда, под которой принято понимать чувство человека в нехватке чего-либо, что носит неопределённую форму. Например, чувство голода. Человек испытывает его, у него возникает потребность в пище, но это чувство носит пока ещё неопределённую форму – человеку нужна еда как абстракция.

Когда в сознании человека образ еды приобретает более конкретную форму, т.е. он уже чётко понимает, чем именно он хочет утолить свой голод: хлебобулочные изделия, мясо, рыба, колбасные изделия и т.п., нужда превращается в потребность. Таким образом, мы можем сказать, что потребность представляет собой нужду, которая приобрела строго выраженную форму. Но, как известно, иметь потребности – совсем не означает, что вы их сможете удовлетворить. Это одна из основных проблем любой торговой деятельности. Потребность может быть удовлетворена только в том случае, если она может быть оплачена. Другими словами, потребность должна быть финансово подкреплена. Если это происходит, то потребность превращается в платёжеспособный спрос. Платёжеспособный спрос представляет собой ключевую категорию маркетинга, которая является одним из основных объектов исследований и анализа. Динамика платёжеспособного спроса зависит от сочетания двух факторов: динамики доходов населения и динамики уровня инфляции. опережение темпов первого фактора над вторым является наиболее благоприятным для рынка, т.к. это свидетельствует о росте реальных денежных доходов населения. Иными словами – платёжеспособного спроса. На современном этапе развития ситуация с платёжеспособным спросом носит противоречивый характер.

Обобщая суть элементов маркетинга, мы можем сформулировать определение маркетинга. Согласно нашей точке зрения, маркетинг представляет собой вид экономической деятельности, направленный на удовлетворение платёжеспособного спроса населения, посредством рыночной информации, полученной в ходе маркетингового анализа.

Наша точка зрения целиком соотносится с научными воззрениями классика экономической мысли, североамериканского учёного австрийского происхождения Питера Фердинанда Друкера (Peter Ferdinand Drucker). Согласно его точке зрения, основная миссия маркетинга заключается в изучении потребителей, что будет приводить к предложению на рынке таких товаров и услуг, которые будут не просто востребованными, а максимально соответствовать потребностям и платёжеспособному спросу населения [26].

Для достижения поставленной цели требуется решение определённых задач. Они заключаются в применении механизмов аналитического маркетинга: маркетинговых исследований с последующим маркетинговым анализом. Практическое применение аналитического маркетинга позволяет предприятию чётко понимать рыночную конъюнктуру. Вследствие этого хозяйствующий субъект получает возможность производить более востребованные на рынке товары, что позволяет повысить конкурентоспособность предприятия на рынке, показателем которой является соотношение цены и качества [4].

Теория жизненного цикла товара, которая была заложена в середине 60-х годов прошлого века североамериканским маркетингологом Теодором Левиттом (Theodore Levitt), позволяет утверждать, что методы и принципы маркетинга начинают применяться предприятием ещё до того, как продукта в физическом выражении ещё нет. В этот момент маркетингологи занимаются исследованием и анализом рынка, следствием чего является определение потребностей потенциальных и реальных потребителей, расчёт потенциальной ёмкости рынка и доли рынка, идентификация рыночного потенциала предприятия. Именно от того, насколько грамотно и экономически верно проведен данный этап разработки продукта, зависит – будет ли данный продукт успешен на рынке или нет, какова будет его доходность и прибыльность. Другими словами, маркетинг позволяет «предложить нужный для потребителя товар с точки зрения широты выбора, высокого качества, по доступным ценам» [14, с. 299]. Не стоит сбрасывать со счетов и тот момент, что на современном рынке появляются новые тенденции, в частности технология кастомизации, вопросы которой рассмотрены в работе Г.Л. Азоева и В.С. Старостина [2].

Накопленный мировой и отечественный опыт маркетинговой деятельности позволяет говорить, что доходности и прибыльности от продаж товара предприятие способно достигнуть с помощью реализации следующих механизмов:

– изучения рыночной конъюнктуры;

- проведения маркетинговых опросов;
- использования методов ФОССТИС (формирование спроса и стимулирование сбыта товаров);
- планирования товаров (качество, функциональные характеристики и т.п.);
- разработки комплекса маркетинга (формирование и управление товарной политикой, ценовой политикой, управление каналами сбыта продукции, методы продвижения);

В основе реализации вышеназванных механизмов лежит выполнение основополагающих функций маркетинга, а именно:

- аналитическая функция;
- управленческая функция;
- сбытовая функция;
- производственная функция;
- инновационная функция.

Мы предлагаем более подробно рассмотреть каждую из указанных функций маркетинга. Основной функцией маркетинга является аналитическая функция, а вовсе не организация продаж и реклама, вопреки распространённому мнению. Аналитическая функция направлена на оценку факторов внутренней и внешней среды предприятия, их перспектив развития. Именно «регулярное проведение маркетинговых исследований, в процессе которых ключевое внимание следует уделять поиску ранее не охваченных сегментов рынка, чтобы найти подходы для организации продаж своей произведённой продукции на этих новых сегментах» [6, с. 60], позволяет повысить эффективность деятельности предприятия. Особенно повышается роль вопроса использования инструментов маркетинга и обеспечения эффективности в условиях экономического кризиса [10; 13]. Другими словами, правильно проведённая маркетинговая оценка факторов внутренней и внешней среды позволяет предложить покупателям товар, максимально соответствующий их запросам и требованиям. По словам А.А. Гончарова, «для этого требуется в полной мере использовать весь маркетинговый инструментарий, в первую очередь приёмы аналитического маркетинга. Наиболее подходящим вариантом может служить использование такого метода стратегического планирования, как SWOT-анализ» [16, с. 15].

Управленческая функция маркетинга заключается в выборе организационной структуры предприятия, подборе и мотивации персонала, организации коммуникационного процесса между предприятием и контрагентами, информационно-аналитическом обеспечении руководства предприятия, планировании и прогнозировании деятельности предприятия.

Сбытовая функция маркетинга заключается в организации каналов распределения (прямой маркетинг, косвенные каналы сбыта), стимулировании посредников. Ключевую роль в этом играют маркетинговые коммуникации, в которые входят такие составные элементы, как организации рекламной деятельности, организации продвижения товаров (продакт-плейсмент (product placement), стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR), спонсоринг), характеристики которых детально рассмотрены в ряде современных научных работ [15; 18; 24].

Производственная функция маркетинга заключается в организации таких производственных процессов, которые гарантируют производство продукции высокого качества и с минимальными затратами, что обеспечит конкурентоспособность производимых товаров на рынке. В рамках производственной функции следует опираться на финансовые ресурсы предприятия, квалификационный уровень трудовых ресурсов, обеспеченность предприятия современным высокотехнологичным оборудованием. В противном случае говорить о производстве продукции с минимальными затратами, о повышении конкурентоспособности продукции будет затруднительно.

Инновационная функция маркетинга, практические аспекты которой наглядно изучены в работе Г.Л. Азоева и В.Я. Афанасьева [1], заключается в постоянном отслеживании рыночной конъюнктуры, проведении НИОКР, изучении отзывов покупателей о товаре, его ка-

честве в целях устранения выявленных недостатков.

Теория маркетинга показывает, что применение его методов и принципов даёт возможность предприятию успешно функционировать на рынке. Однако реализация теории на практике не всегда является простым делом. Как раз это и формирует ключевые проблемы маркетинга в современных условиях. Проведённая нами систематизация проблем маркетинговой деятельности позволила сформировать следующие основные группы проблем.

Первая проблема заключается в том, что многие предприятия, особенно небольшие и на региональном уровне, ориентированы на организацию продаж товаров любой ценой. Причина такого положения вещей заключается в том, что современный бизнес ориентирован, прежде всего, на получение прибыли, а не на максимальное удовлетворение потребностей покупателей. Рост объёмов продаж достигается не за счёт предложения востребованных покупателями товаров, а за счёт агрессивных рекламных кампаний и методов стимулирования сбыта. Таким образом, учитываются только материальные интересы производителей, а не покупателей, т.е. не реализуется принцип социально-этического маркетинга. Концепция маркетинга по своей сути должна учитывать обоюдные интересы триады: производителей товаров, торговли, покупателей. Для маркетинга в современных условиях приоритетным направлением является сфера торговли. Всё более важную роль с каждым годом играет оптовая торговля, которая «превращается в своеобразный катализатор происходящих изменений в производстве и потреблении в условиях постоянно меняющихся потребностей рынка» [3, с. 71]. Сфера торговли ставит перед маркетингом ряд сложных задач: исследование спроса и потребителей, сегментирование рынка, анализ рыночной конъюнктуры, товаров-заменителей и товаров-конкурентов, маркетинговая оценка инфляционных процессов, изучение рекламного потенциала, тенденций моды, государственной экономической политики и т.п.

Вторая проблема заключается в формировании общества потребления. В этих условиях формируются новые проблемы для маркетинговой деятельности [21]. С каждым годом всё больше и больше предприятий ориентировано на сбыт продукции, увеличение его объёма, а не на удовлетворение потребностей покупателей. Отсюда, снижение качества товаров даже у известных торговых марок и премиальных брендов, сокращение эксплуатационного срока у непродовольственных товаров.

Третья проблема состоит в частом совмещении платёжеспособного спроса и потребностей покупателей. Однако мы должны заметить, что спрос и потребность являются не равнозначными понятиями. В настоящее время формируется новая тенденция, которую можно назвать «престижным потреблением». Оно заключается в том, что на определённый товар есть спрос, хотя реальной потребности в нём у покупателей нет. С одной стороны, это парадоксальная ситуация, но она объясняется массовым влиянием рекламы и действием пропаганды посредством моды.

Четвёртая проблема объясняется динамичностью рыночных факторов, которые оказывают влияние на платёжеспособный спрос. Все факторы мы можем подразделить на контролируемые предприятием факторы и не контролируемые ими. К контролируемым факторам, с нашей точки зрения, можно отнести следующие:

- динамику цен на продукцию, предлагаемую предприятием;
- систему стимулирования сбыта в рамках акций, скидок и распродаж;
- предложение бюджетных версий товаров для сложной технической продукции.

Неконтролируемая группа факторов включает в себя значительно большее число элементов. Сгруппировав их, мы можем к ним отнести следующие:

- проблемы экономического роста и развития [7; 25];
- динамику реальной заработной платы населения;
- кредитную политику банков;
- инфляционные процессы.

Пятая проблема заключается в организации рекламной деятельности. Реклама является мощным маркетинговым стимулом по совершению покупки. Как говорит К.Д. Патреник,

ключевая миссия рекламы – «обеспечить привлечение внимания человека и поспособствовать тому, чтобы он совершил после этого покупку данного товара» [22, с. 34]. Однако за последние десятилетия место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций несколько ослабло. Причём данная тенденция наблюдается по всему миру, в первую очередь, в экономически развитых странах. Потребитель в своём большинстве уже не воспринимает рекламные подходы, что объясняется психологическим фактором: усталостью от рекламы. В своей научной публикации Н.Н. Мартынова говорит о том, что «реклама кардинально изменилась. Это связано с переходом общества с технологической стадии развития на новый информационный уклад» [19, с. 274]. Следствием этого стало появление новых подходов, которые в перспективе будут занимать всё более доминирующее положение в сфере маркетингового предложения: адверториал, упоминаемый нами выше продакт-плейсмент. Тем не менее, реклама по-прежнему сохраняет свою актуальность и будет в обозримой перспективе играть ключевую роль в маркетинговой деятельности.

В заключение нашей статьи мы можем сделать следующий вывод. В настоящее время маркетинг становится неотъемлемой частью бизнеса, подтверждением чему служит использование принципов и методов маркетинга. Однако современные условия экономической турбулентности создают новые угрозы для рыночной деятельности отечественных предприятий. Поэтому требуется постоянный пересмотр и уточнение основных положений маркетинга.

Авторы публикации приносят благодарность преподавателю предметно-цикловой комиссии специальных и профессиональных дисциплин ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли» А.А. Гончарову за консультации при подготовке данной работы и при подборе научной литературы, посвящённой проблеме маркетинга.

#### Список источников:

1. Азоев Г.Л., Афанасьев В.Я. Маркетинг нанопродуктов: поиск решений // Инициативы XXI века. – 2014. – №4. – С. 29-33.
2. Азоев Г.Л., Старостин В.С. Технологии кастомизации // Маркетинг. – 2013. – №1 (128). – С. 86-102.
3. Алексанова Т.Н., Щекотихина Л.А., Гончаров А.А. Комплексный подход к организации коммерческой деятельности оптового предприятия // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. – 2014. – №4. – С. 70-76.
4. Алексанова Т.Н., Гончаров А.А., Щекотихина Л.А. Методы повышения конкурентоспособности российских товаров // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №3. – С. 9-11.
5. Алексанова Т.Н., Щекотихина Л.А., Гончаров А.А., Алексанова Е.В. Организация управления в страховом деле // Научные записки ОрёлГИЭТ. – 2014. – №2 (10). – С. 203-209.
6. Алексанова Т.Н., Гончаров А.А., Линькова Е.Г., Щекотихина Л.А. Роль и значение маркетинга в товарной политике предприятия // Экономическая среда. – 2015. – №1 (11). – С. 59-75.
7. Андрианов В.Д. Система сбалансированных показателей устойчивого развития экономики России до 2020 г. // Маркетинг. – 2013. – №2 (129). – С. 3-19.
8. Анохин Е.В., Анохин В.А. Генезис маркетинга в России: проблемы внедрения // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №6. – С. 100-105.
9. Березин Д.А. Концептуальные подходы к понятию маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №3. – С. 95-102.
10. Бобриков О.В. Аудит и повышение эффективности маркетинга во время кризиса // Маркетинговые коммуникации. – 2016. – №4. – С. 222-226.
11. Борздых Т.А. Исторический маркетинг – ответ на вызов глобализма // Маркетинговые коммуникации. – 2017. – №4. – С. 246-253.
12. Голубков Е.П. В нужном месте в нужное время // Маркетинг в России и за рубежом.

жом. – 2016. – №1. – С. 100-105.

13. Голубков Е.П. Особенности маркетинговой деятельности в период депрессионного развития экономики России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №2. – С. 3-16.

14. Гончаров А.А., Щекотихина Л.А. Маркетинг торговых предприятий в современных условиях // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №2. – С. 297-304.

15. Гончаров А.А. Методы маркетинговых коммуникаций на современном предприятии // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2017. – №6. – С. 75-78.

16. Гончаров А.А. Прикладные аспекты стратегического маркетингового анализа // Научные записки ОрёлГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 14-22.

17. Гончаров А.А. Разработка конкурентных стратегий и анализ эффективности функционирования отраслей и предприятий АПК // Практический маркетинг. – 2012. – №10. – С. 27-35.

18. Дорофеев А.А. Аналитика на службе у маркетинговых коммуникаций // Маркетинговые коммуникации. – 2016. – №6. – С. 336-340.

19. Мартынова Н.Н. Современное состояние и перспективы рекламной деятельности // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – №6. – С. 270-276.

20. Мошкало Н.Г., Оленева О.С. Локальный маркетинговый навигатор // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №4. – С. 13-17.

21. Неретина Е.А. Маркетинг как искусство продаж в обществе потребления // Маркетинг в России и за рубежом. – 2016. – №6. – С. 15-21.

22. Патреник К.Д. Методы подсознательного воздействия рекламы на потребителя // Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки. – 2017. – №8. – С. 34-38.

23. Секерин В.Д., Горлевская Л.Э. К вопросу о развитии мобильного маркетинга в России // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №1. – С. 28-37.

24. Соколова Т.В. Маркетинговые коммуникации с прицелом на продажи // Маркетинговые коммуникации. – 2017. – №3. – С. 176-184.

25. Шиликова Н.В., Пряхина О.И. Экономический рост, его факторы и современные проблемы // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2015. – Т. 194. – С. 127-136.

26. The five most important questions you will ever ask about your organization / Peter F. Drucker; [with] Jim Collins... [et al.]. – 2008. – (Leader to Leader Institute Series).

**УДК 005.1:005.63**

**Михальченко М.А.**

### **КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ТРУДА**

*Михальченко Мария Александровна\**, обучающаяся 3 курса факультета «Государственное и муниципальное управление и экономика народного хозяйства», Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail [mikhalchenko\\_1997@mail.ru](mailto:mikhalchenko_1997@mail.ru)

*В статье дана оценка эффективности труда, особое внимание уделено как качественным его характеристикам (квалификации, качеству труда, результатам труда), так и количественным пока-*

---

\* *Научный руководитель: Соболева Юлия Павловна, к.э.н., доцент; e-mail: [soboleva-yp@yandex.ru](mailto:soboleva-yp@yandex.ru)*

зателям, которые характеризуют финансово-экономическую деятельность предприятия. В работе рассмотрен один из факторов экономической эффективности – ресурсосбережение. Выявлено, что ресурсосберегающая деятельность предприятия направлена на снижение ресурсоемкости производства единицы конечной продукции, сопровождаемое уменьшением техногенной нагрузки на окружающую среду. Для достижения этой цели должны решаться определенные задачи. Рассмотрено большое число методов изучения эффективности управленческого труда. В статье обозначена роль и значимость исследований, которые проводятся в области оценки труда непосредственно самих руководителей и позволяют получить оценку управленческого труда как с учетом достигнутых результатов, так и с позиции качества выполнения руководителями должностных обязанностей. Показано, что система оценки эффективности труда руководителей охватывает различные аспекты работы предприятия. Именно это позволяет оценить труд руководителей более полно и объективно. Сделан вывод, что способ оценки эффективности труда руководителей может быть реализован в условиях любого предприятия, ведущего стандартную бухгалтерскую отчетность.

*Ключевые слова:* эффективность управленческого труда, финансово-экономические показатели, система оценки труда, эффективность труда.

**Mikhailchenko M.A.**

### **COMPLEX ESTIMATION OF MANAGERIAL LABOUR EFFICIENCY**

*Mikhailchenko Maria Alexandrovna, Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation: mikhailchenko\_1997@mail.ru*

*Labour efficiency is estimated in the article. Special attention is paid to its qualitative characteristics (qualification, labour quality, labour results) and quantity indicators which characterize financial and economic activity of the enterprise. One of the factors of economic efficiency, resource-saving, is considered. It is revealed, that resource-saving activity of the enterprise is aimed at decrease of resource-intensiveness of the output unit, accompanied by reduction of anthropogenic impact on the environment. To achieve this purpose certain problems should be solved. Large number of methods of efficiency study of managerial labour is considered. In the article the role and importance of the researches in the sphere of managerial labour both taking into account the achieved results, and from the position of quality of the performed official duties by the executives. It is shown, that the system of efficiency estimation of the executives' labour covers various aspects of the enterprise work. It allows estimating the executives' labour more perfectly and objectively. The conclusion is made that the way of efficiency estimation of the executives' labour can be realized under conditions of any enterprise with the standard accounting reporting.*

*Keywords:* efficiency of managerial labour, financial and economic indicators, system of labour estimation, labour efficiency.

В 20-х годах XX века была впервые поднята проблема оценки эффективности управленческого труда. В дальнейшем по мере становления, развития и функционирования науки об управлении возрастал и сам интерес к оценке как качества труда, так и к количественному его измерению. Мировой финансовый кризис вызвал интерес к проблеме эффективного управления, в том числе управления человеческими ресурсами [1]. В связи с тем, что финансовые последствия решений руководителей оказались не оптимистичными, возникла необходимость в разработке новейших подходов к оценке управленческого труда, которые в той или иной мере позволяют учесть современные требования к деятельности руководителей. В условиях рыночной экономики, становление которой в России по сравнению с передовыми промышленными державами отстает на многие десятилетия, отечественное машиностроение оказалось в крайне сложном положении [2].

Ресурсосберегающая деятельность машиностроительного предприятия направлена на снижение ресурсоемкости производства единицы конечной продукции, сопровождаемое уменьшением техногенной нагрузки на окружающую среду. Для достижения этой цели

должны решаться следующие задачи: качественные изменения в динамике производственных ресурсов; изменение пропорций в темпах роста конечного продукта, затрат живого и овеществленного труда; превращение природоохранных затрат в важный фактор экономического роста; активная замена первичных материалов и ресурсов вторичными, организация полной переработки производственных отходов; возрастание ресурсосберегающего эффекта от применения новой техники и технологий; уменьшение ресурсоемкости; совершенствование систем управления качеством производства продукции, ее реализации и потребления, оказания услуг [4].

В состав затрат на воспроизводства человеческого капитала обычно не включают заработную плату сотрудников предприятий. К таким затратам относятся расходы организаций на дополнительное образование сотрудников, отдых и лечение работников и членов их семей, культурные мероприятия, корпоративное пенсионное обеспечение и т.п. [9]. Расходы на воспроизводство человеческого капитала формируют высокую степень лояльности сотрудников к организации, повышают производительность труда и инновационную активность персонала, способствуя долгосрочному максимальному рациональному и эффективному использованию различных видов ограниченных производственных ресурсов. Различные темпы отображают определенные аспекты:

– темп роста инвестиций в ресурсосберегающие технологии должен опережать темп роста общего объема инвестиций. Данное соотношение количественно отражает стратегический приоритет инновационной модернизации промышленного предприятия или сектора экономики. В стимулировании инвестиционных расходов, именно в данном направлении, существенная роль должна принадлежать государству;

– темп роста инвестиций, осуществляемых промышленной системой, должен опережать темп роста генерируемой ею прибыли. Данное соотношение косвенным образом свидетельствует о приоритете долгосрочных вложений промышленной системы над текущим потреблением ресурсов. Максимизация чистой прибыли промышленного предприятия является важнейшей целью функционирования любой коммерческой организации. Однако в рамках данного подхода инвестиции должны (на данном этапе реализации стратегии) расти более высокими темпами, чем чистая прибыль – это косвенным образом свидетельствует о желательности диверсификации источников финансирования инвестиционных предприятий, об использовании на эти цели заемных ресурсов, венчурного капитала, ресурсов фондового рынка и т.п.;

– темп роста чистой прибыли должен превышать темп роста валовой прибыли. Подобное соотношение может свидетельствовать об оптимизации коммерческих, управленческих, операционных и внереализационных расходов, что позитивно характеризует процесс экономии ограниченных ресурсов;

– с позиции обеспечения расширенного воспроизводства необходимо, чтобы показатели прибыли увеличились более быстрыми темпами по сравнению с ростом индекса промышленного производства. Это свидетельствует о снижении производственных затрат, что также характеризует эффективность реализации стратегии в части минимизации издержек;

– темп роста индекса промышленного производства должен превышать темп изменения численности работающих на предприятии (в рамках вида экономической деятельности). Это свидетельствует о повышении уровня производительности труда – важнейшего частного показателя эффективности как ресурсосбережения, так и развития промышленного производства в целом;

– темп роста численности работающих (промышленно-производственного персонала) должен превышать темп роста численности рабочих, непосредственно задействованных в производственном процессе. Это свидетельствует об эффективном использовании таких ресурсов, как информационные технологии производства и достижения НТП, об автоматизации производства и управления, об экономии ресурса «живого труда».

В настоящее время существует значительное количество методов изучения эффективности управленческого труда. Они, как правило, основаны на использовании качественных и

количественных критериев управленческого труда. Стоит заметить, что с одной стороны, оценка труда руководителей может проводиться на основе характеристик выполнения работником своих трудовых обязанностей – степень выполнения подчиненными норм выработки, времени, обслуживания, плановых заданий, характеристики выполнения самим руководителем порученных ему заданий и работ [2]. С другой стороны, результативность управления может быть оценена и по конечным финансовым показателям, например, по уровню валовой выручки, прибыли, по темпу роста прибыли. При этом невнимание к качественным характеристикам труда руководителей повышает риск принятия неэффективных и даже неверных управленческих решений [10].

В связи с изложенным актуальными являются исследования, которые проводятся в области оценки труда непосредственно самих руководителей и позволяют получить оценку управленческого труда на основе качественных и количественных показателей. Они характеризуют труд руководителей как с учетом достигнутых результатов, которые отражают результативность деятельности предприятий, так и с позиции качества выполнения руководителями должностных обязанностей [7].

Система оценки труда управленцев охватывает достаточно большое количество качественных параметров деятельности руководителя, но не учитывает результаты работы всего предприятия. Именно в этом состоит недостаток большинства комплексных систем оценки эффективности труда управленческих работников. Исходя из этого необходима разработка системы оценки эффективности труда руководителей, содержащей учет не только качественных, но и количественных характеристик.

Известно, что с помощью финансовых показателей оценивают результаты деятельности определенного субъекта хозяйствования. Они устанавливают, является ли предприятия успешным или находится в кризисном состоянии. Наиболее известными являются системы показателей Du Pont, ZVEI, RL, Beaver, Weibel [3]. Стоит заметить, что две последние системы созданы на основе исследований эмпирического характера, системы показателей выявлены логическим путем. Показатель, который рассчитывает отношение денежного потока к заемному капиталу, является главным и наиболее эффективным методом оценки результатов предприятия. Этот показатель говорит о способности и возможности предприятия к самофинансированию, об инвестиционной силе предприятия. Также он отвечает определенным требованиям, которые выдвигаются к оценке управленческих работников и характеризуются возможностью новых инвестиций, что является залогом роста прибыли.

Используя статистический подход, можно осуществить выбор других показателей оценки финансового состояния предприятия. Этот подход основан на установлении корреляционной зависимости показателей, которые применяются в анализе финансовой деятельности.

В качестве показателей оценки эффективности управленческого труда предлагается использовать следующие. Наиболее важным среди них является показатель рентабельности капитала, рассчитанный по денежному потоку. Следующим является показатель рентабельности продукции, также рассчитанный на основе денежного потока. Показатели оборачиваемости и рентабельности капитала не имеют четко выраженных ограничений, поэтому оценка эффективности работы предприятия ведется по темпу прироста данных показателей. Коэффициент прироста по каждому показателю должен корректироваться с учетом веса данного показателя в общей системе оценки работы предприятия. Комплексный показатель ликвидности и структуры капитала корректироваться не должен.

Формирование интегрального коэффициента качественной оценки труда руководителей заключается в следующем [5]. На основании сведений об отобранных показателях в единый интегральный коэффициент определяется процент отчислений от фонда оплаты труда, на основании которого формируется фонд премирования. Использование интегрального показателя в условиях деятельности машиностроительного предприятия рассмотрим на примере АО «Атомэнергомаш». При нормальном финансовом положении и равномерной работе в течение года, когда рентабельность капитала, объем продукции и оборачиваемость оборотных средств не меняются (то есть темп прироста нулевой), данный коэффициент не позволяет образовать

вать фонд премирования. Для определенного преобразования такого фонда необходимы определенные условия, например, обязательные из них: обеспечение финансирования предприятия в совокупности с положительными темпами прироста показателей оборачиваемости готовой продукции, рентабельности заемного капитала, рентабельности продукции.

Отрицательный интегральный коэффициент находился в условиях неустойчивого финансового положения предприятия. Это означает, что деятельность управленческих работников не обеспечила нормальное финансовое состояние предприятия, то есть не была достаточно эффективной. В последующие же два года интегральный коэффициент положительный, что связано с улучшением финансового состояния на фоне роста показателей рентабельности и оборачиваемости оборотных средств [6]. Именно в таких условиях имеет смысл стимулировать работников управления, ведь их совместная деятельность обеспечила рост прибыли предприятия.

Оценка эффективности руководителей является одной из наиболее сложных задач управления. Особенность данной проблемы состоит в том, что в силу индивидуальности работы конкретного предприятия и сложившихся на нем управленческих взаимосвязей не существует единой универсальной методики, пригодной для ответов на все вопросы, связанные с оценкой эффективности труда руководителей [8]. Предлагаемая система оценки эффективности труда руководителей охватывает различные аспекты работы предприятия и предполагает комплексное рассмотрение множества количественных и качественных показателей. Это позволяет сделать оценку труда руководителей более полной и объективной. Предложенный способ оценки эффективности труда руководителей может быть реализован на новом коммерческом предприятии.

### Список источников:

1. Бышов Д.В. Государственное регулирование российского предпринимательства // Научный потенциал молодежи – будущему Мордовии: материалы итоговой региональной научно-практической конференции в 2 частях. – Саранск: Национальный исследовательский Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва, 2009. – С. 130-131.
2. Гетьман А.О., Чабан Л.И. Моделирование комплексной оценки эффективности системы управления персоналом предприятия // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 30.
3. Паршина В.С. Современные методы оценки руководителей и специалистов на различных стадиях их трудовой деятельности // Экономика железных дорог. – 2010. – №6. – С. 77-88.
4. Повышение конкурентоспособности инновационной экономики региона: коллективная монография. – Орел: Издательство «Картуш», 2012. – 284 с.
5. Савченко Н.В. Формирование методического подхода к оценке базовых показателей стойкости социально-экономического состояния региона // Бизнес информ. – 2014. – №12. – С. 135.
6. Смагул Б.Т., Раимбеков Ж.С. Практические аспекты исследования эффективности и системности управления на примере уранодобывающего предприятия // Вектор экономики. – 2017. – №8. – С. 11.
7. Соболева Ю.П. Организация предпринимательской деятельности: учебное пособие. – Орел: ОрелГИЭТ, 2010. – 129 с.
8. Соболева Ю.П., Печникова А.В. Управление по компетенциям как средство реализации кадровой стратегии организации // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №5 (23). – С. 5-9.
9. Соболева Ю.П., Германская В.П. Теоретические и практические аспекты исследования социокультурного аспекта управления персоналом организаций // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2017. – №6 (24). – С. 92-95.
10. Становление и развитие инновационного предпринимательства: монография / под общей редакцией Н.И. Лыгиной. – СПб: Инфо-Да, 2006. – 260 с.

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 332.12:001.895

Бардовский В.П., Токарев С.Н.

### ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНОВ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

*Бардовский Виктор Петрович*, кандидат экономических наук, профессор, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Токарев Сергей Николаевич*, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: anna08051974@gmail.com

*В последние годы в экономических исследованиях вопросам формирования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований уделяется большое внимание. Развитая инновационная инфраструктура является основой формирования инвестиционной привлекательности и благоприятной инновационной среды территорий. Актуальность исследования вопросов формирования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований связана также с разработкой стратегических планов и программ. Развитая и сбалансированная инновационная инфраструктура создает прочную основу региона и муниципального образования, устойчивую к кризисным явлениям. В статье рассматриваются направления формирования и совершенствования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований.*

*Ключевые слова:* рыночная инфраструктура, инновационная инфраструктура регионов и муниципальных образований, инновационная привлекательность территорий.

Bardovsky V.P., Tokarev S.N.

### FORMATION OF INNOVATIVE INFRASTRUCTURE OF THE REGIONS AND MUNICIPALITIES

*Bardovsky Victor Petrovich*, Candidate of Economics Sciences, Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: bardovskijv@bk.ru

*Tokarev Sergey Nikolaevich*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: anna08051974@gmail.com

*Economic researches of recent years pay special attention to the questions of innovative infrastructure of the regions and municipalities. Developed innovative infrastructure is the basis of investment appeal and favorable innovative environment of the territories. The urgency of the research of innovative infrastructure of the regions and municipalities is also connected with the working out of strategic plans and programs. Developed and balanced innovative infrastructure creates solid and steady against the crisis phenomena basis of the region and municipality. In the article the directions of formation and perfection of innovative infrastructure of the regions and municipalities are considered.*

*Keywords:* market infrastructure, innovative infrastructure of the regions and municipalities, innovative appeal of the territories.

В настоящее время эффективная экономика возможна только при наличии инновационной инфраструктуры, которая обеспечивает инновационное развитие территорий. иннова-

ционная инфраструктура регионов и муниципальных образований призвана обеспечивать экономическое развитие на основе сочетания экономических интересов субъектов хозяйствования и постоянного потока материально-вещественных и финансово-кредитных средств. Для современных исследований инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований характерен системный подход, в соответствии с которым инновационная инфраструктура трактуется как составная часть рыночной инфраструктуры. Рыночная инфраструктура регионов и муниципальных образований в широком смысле слова включает следующие части: институционально-управленческая инфраструктура, производственная инфраструктура, социальная инфраструктура, инновационная инфраструктура, финансовая инфраструктура, торговая инфраструктура, экологическая инфраструктура [1; 2].

Региональная и муниципальная рыночная инфраструктура формируется двумя контурами. Первый контур – внутренний, где непосредственно осуществляется оборот экономических ресурсов, в который включается производственная, инновационная, торговая и финансовая инфраструктура. Вторым контуром – внешним, который обеспечивает рынок ресурсами, в состав которого входят институционально-управленческая, инфраструктура рынка труда и экологическая инфраструктура.

Управление развитием инновационной инфраструктуры территорий предполагает понимание механизма ее управления. Под механизмом управления инновационной инфраструктурой понимается совокупность методических, организационных, экономических методов и инструментов совершенствования структуры и качества функционирования инновационной инфраструктуры, позволяющей обеспечить устойчивость социально-экономического развития, благоприятный инвестиционный климат и инновационную привлекательность. Управление инновационной инфраструктурой территорий означает воздействие органов управления на объект управления для достижения целей, которые поставлены органами регионального и муниципального управления при использовании программно-целевого метода. Главная цель управления инновационной инфраструктурой – это создание сбалансированности инновационной инфраструктуры, которая обеспечивает инвестиционную привлекательность и инновационное развитие и в конечном счете устойчивое социально-экономическое развитие регионов и муниципальных образований. Объектом управления в данном случае являются элементы инновационной инфраструктуры, для которых необходимо создать систему управления, соответствующую по целям, масштабам требованиям эффективного менеджмента [8; 9].

Основными задачами формирования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований являются следующие задачи.

1. Выявление экономических механизмов и соответствующих инструментов, которые обеспечивают эффективное функционирование и совершенствование инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований.

2. Формирование институтов управления и координации рыночных отношений (консалтинговые компании, инновационные зоны, исследовательские центры, рекрутинговые агентства, выставочные центры, маркетинговые центры и т.д.).

3. Привлечение финансовых ресурсов муниципальных бюджетов, изучение возможности привлечения внебюджетных средств для реализации важных для муниципального образования инвестиционных и инновационных проектов.

4. Мониторинг выполнения стратегии совершенствования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований.

5. Корректирование стратегии совершенствования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований.

Управление развитием инновационной инфраструктурой регионов и муниципальных образований предполагает:

- диагностику инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований, изучение инновационной инфраструктуры, анализ конкурентной среды и эффективности рыночных институтов;

- организацию управления инновационной инфраструктурой муниципальных образований, систематизацию информационного потока, который обеспечивает функционирование инновационной инфраструктуры;
- разработку стратегических планов и программ по развитию инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований и ее элементов;
- разработку нормативно-правовых актов, направленных на развитие инвестиционной и инновационной деятельности в регионах и муниципальных образованиях;
- формирование механизма мотивации развития инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований.

В настоящее время необходимо сформировать такую инновационную инфраструктуру муниципальных образований, которая обеспечивала бы инвестиционную привлекательность и инновационное развитие, снижение рисков предпринимательской деятельности. Для этого необходимо осуществление следующих мероприятий:

- формирование целей развития инновационной инфраструктуры муниципальных образований как фактора инновационного развития территории;
- обоснование путей реализации целей развития инновационной инфраструктуры муниципальных образований как фактора инновационного развития территории;
- выявление принципов управления устойчивостью инновационной инфраструктуры муниципальных образований;
- формирование механизмов снижения нестабильности развития инновационной инфраструктуры муниципальных образований.

В основе механизма управления инновационной инфраструктурой муниципальных образований как фактора инвестиционной привлекательности и инновационного развития лежит система определенных принципов. В таблице 1 приведены частные принципы механизма управления региональной и муниципальной инновационной инфраструктурой.

Таблица 1 – Частные принципы механизма управления инновационной региональной и муниципальной инфраструктурой

Частные принципы формирования и развития инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований	Содержание
Специализация территории	Соответствие инфраструктуры экономическим ресурсам территории
Соответствия	Соответствие инновационной инфраструктуры потребностям регионов и муниципальных образований
Экономичность	Обеспечение рентабельности субъектов инновационной инфраструктуры
Интеграционная интенсивность	Обеспечение интеграции субъектов инновационной инфраструктуры
Инновационная информативность	Обеспечение необходимых изменений в инновационной инфраструктуре и ее доступность для регионов и муниципальных образований

Изучение практики формирования инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований свидетельствует о том, что с развитием рыночных отношений на первое место выходят общие принципы формирования и развития инновационной инфраструктуры. Именно они обеспечивают инвестиционную привлекательность и инновационную активности территорий (таблица 2). Реализация общих и частных принципов развития инновационной инфраструктуры позволяет обеспечить целенаправленное формирование инвестиционной привлекательности и инновационной активности регионов и муниципальных образований. В современных условиях инновационная инфраструктура регионов и муници-

пальных образований все больше принимает характер изменяющейся системы. Вместе с тем, скорость изменений различных элементов инновационной инфраструктуры различна. Управление развитием инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований направлено на обеспечение сбалансированности изменений по всем элементам инфраструктуры [6].

Таблица 2 – Общие принципы формирования и развития инновационной инфраструктуры территорий

Общие принципы формирования и развития инновационной инфраструктуры регионов и муниципальных образований	Содержание
Адаптивность	Способность инновационной инфраструктуры приспосабливаться к изменяющимся потребностям экономики
Гибкость	Способность инновационной инфраструктуры изменяться в зависимости от приоритетов социально-экономического развития
Синхронность	Способность обеспечения временных параметров изменений инновационной инфраструктуры
Стратегическая устойчивость	Обеспечение жизнеспособности инновационной инфраструктуры при стратегических изменениях в региональной и муниципальной экономике

Устойчивое развитие регионов и муниципальных образований может быть обеспечено с помощью инновационной деятельности субъектов хозяйствования, действующих на их территории. Важнейшим условием этого является формирование благоприятной инновационной среды. Основные цели создания благоприятной инновационной среды заключаются в следующем [3].

1. Инновационное развитие территории:

- повышение экономического потенциала регионов и муниципальных образований;
- рост эффективности производства и конкурентоспособности регионов и муниципальных образований;
- рост валового внутреннего продукта регионов и муниципальных образований;
- рост доходов бюджетов регионов и муниципальных образований;
- диверсификация экономики регионов и муниципальных образований с помощью малого и среднего предпринимательства;
- уменьшение зависимости регионов и муниципальных образований от градообразующих предприятий.

2. Повышение уровня жизни и благосостояния населения регионов и муниципальных образований:

- снижение безработицы;
- рост среднемесячной заработной платы;
- рост обеспечения населения объектами социальной инфраструктуры;
- повышение качества жизни населения.

Значительное количество регионов и муниципальных образований самостоятельно не могут решить проблемы инновационного развития из-за отсутствия ресурсов, необходимых объектов инфраструктуры, потому необходимо государственное вмешательство в решение этих проблем. Инновационное развитие территорий является основой их устойчивого развития и повышения уровня жизни людей. Органы государственной власти субъектов Российской Федерации и муниципальных образований должны проводить экономическую политику, направленную на поощрение инновационных процессов [7].

В рыночной инфраструктуре муниципальных образований первостепенное значение для инновационного развития территории имеет финансовая инфраструктура. Для муници-

пальных образований, у которых инфраструктура не развита, необходима финансовая помощь со стороны региональных бюджетов. Бюджетная поддержка в этих случаях должна проводиться на конкурсной основе, с учетом мнения экспертной комиссии, которая подтверждает эффективность бюджетных расходов. Инструментами финансовой помощи муниципальным образованиям для развития инновационной инфраструктуры могут быть: предоставление субсидий, субвенций, налоговые льготы и др. Поддержку инновационного развития муниципальных образований можно осуществлять с помощью государственных заказов, которые являются инструментом создания гарантированного рынка сбыта [4; 5].

Список источников:

1. Государственная программа Российской Федерации «Развитие науки и технологий» на период до 2020 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56599818/>.
2. Указ Президента РФ от 7.05.2012 №596 «О долгосрочной государственной экономической политике» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70170954/#friends>.
3. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 №2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902317973>.
4. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2012 №1662-р «Об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902130343>.
5. Концепция социально-экономического развития города Орла на 2011-2025 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.orel-adm.ru/index.php?option=com\\_k2&view=item&id=1554:kontsepsiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-goroda-orla-na-2011-2025-godyi&Itemid=66](http://www.orel-adm.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=1554:kontsepsiya-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-goroda-orla-na-2011-2025-godyi&Itemid=66).
6. Деменко О.Г. Формирование эффективной инновационной инфраструктуры в России и в мире // Социально-экономические и психологические проблемы управления: сборник научных статей по материалам I (IV) Международной научно-практической конференции, проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете. / Под общей редакцией М.Г. Ковтунович. – М.: МГППУ, 2013. – С. 28-40.
7. Инфраструктура и ее роль в региональном развитии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://studopedia.net/10\\_72251\\_infrastruktura-i-ee-rol-v-regionalnom-razviti.html](http://studopedia.net/10_72251_infrastruktura-i-ee-rol-v-regionalnom-razviti.html).
8. Инфраструктура региона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/128/138.html>.
9. Инфраструктура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/stat/Infrastruktura.php>.

**УДК 332.122.6(470.319)**

**Алексанова Т.Н., Алексанова Е.В.**

**ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРОВ И ЕГО АДАПТАЦИЯ  
К УСЛОВИЯМ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Алексанова Татьяна Николаевна, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [aleksanova.tanya@list.ru](mailto:aleksanova.tanya@list.ru)*

*Алексанова Елена Витальевна, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: [miss.alexanova2016@yandex.ru](mailto:miss.alexanova2016@yandex.ru)*

*Экономические отношения и их развитие в современном мире и в отдельных странах вынуждают экономистов и управленцев постоянно сравнивать характер производственных потенциалов и качество выпускаемой продукции, товаров, услуг.*

*Международное конкурентное преимущество страны в какой-либо сфере, скорее всего, может быть сконцентрировано в определенных отраслях – кластерах. Кластеры в настоящее время демонстрируют социально-экономическое значение высокого уровня.*

*Ключевые слова: кластер, центр кластерного развития, конкуренция, государство.*

**Aleksanova T.N., Aleksanova E.V.**

**FOREIGN EXPERIENCE OF CLUSTERS DEVELOPMENT  
AND ITS ADAPTATION TO THE CONDITIONS OF ORYOL REGION**

*Aleksanova Tatiana Nikolaevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: aleksanova.tanya@list.ru*

*Aleksanova Elena Vitalevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: miss.alexanova2016@yandex.ru*

*Economic relations and their development in the modern world and in separate countries make economists and managers constantly compare industrial potentials and the quality of production, goods, services.*

*International competitive advantage of the country in any sphere can most likely be concentrated in certain branches – clusters. At present clusters are demonstrating social and economic value of high level.*

*Keywords: cluster, the centre of cluster development, competition, state.*

Известным разработчиком кластерного подхода в развитии экономики регионов является Майкл Портет – известный американский ученый. В 1991 г. в США он опубликовал исследование «Конкурентные преимущества стран», а на русском языке этот труд появился в 1993 г. под названием «Международная конкуренция». В исследовании достаточно подробно проработан совершенно новый подход к проблемам международной торговли. Успех на внешнем рынке зависит от правильно выбранной конкурентной стратегии.

В докладе Совета по конкурентоспособности США 2001 г. были сформулированы задачи по созданию и развитию инновационных кластеров в регионах. Формирование кластеров стало важным национальным приоритетом страны.

В обсуждении мероприятий по созданию кластеров принимали участие различные штаты и города. «Силиконовая долина» - яркий пример кластера, который занят разработкой высокотехнологичного оборудования, программного обеспечения.

В США образованы комиссии, которые поддерживают создание кластеров. Комиссии занимаются оказанием помощи участникам кластера в преодолении бюрократических и финансовых затруднений, определяют их доли.

Центр кластерного развития (ЦКР) Орловской области создан в 2015 году как структурное подразделение НО «Фонд поддержки предпринимательства Орловской области», учредителем которого является Департамент экономики Орловской области.

Миссия ЦКР Орловской области направлена на реализацию экономического потенциала региона и создание благоприятной среды для развития Орловского бизнеса.

Целью работы Центра кластерного развития является создание условий для эффективного взаимодействия участников территориальных кластеров, учреждений образования и науки, некоммерческих и общественных организаций, органов государственной власти, местного самоуправления, инвесторов в интересах развития территориальных кластеров.

Задачи ЦКР направлены на:

- разработку и реализацию инвестиционных программ и проектов развития террито-

риальных кластеров, разработку технических и экономических обоснований мероприятий;

- изучение состояния инновационного, научного, производственного, финансового и экономического потенциала территориальных кластеров и актуализацию программ их развития;

- организационное проектирование цепочек взаимодействия в интересах участников территориальных кластеров;

- разработку и продвижение зонтичных брендов;

- разработку и реализацию совместных кластерных проектов, учреждений образования и науки, иных заинтересованных лиц;

- предоставление консультационных услуг в интересах участников кластеров;

- оказание содействия участникам кластеров при получении государственной поддержки;

- содействие выводу на рынок новых продуктов кластеров;

- обеспечение участия субъектов малого и среднего предпринимательства-участников кластеров в ключевых отраслевых мероприятиях на российских и международных выставочных площадках;

- проведение публичных обсуждений проектов стратегий развития кластеров с участием должностных лиц органов государственной власти Российской Федерации, органов государственной власти субъекта Российской Федерации и органов местного самоуправления, а также представителей научных и образовательных учреждений, некоммерческих и общественных организаций;

- организацию краткосрочных программ обучения сотрудников ЦКР и участников кластеров с привлечением сторонних организаций;

- организацию вебинаров, круглых столов, конференций, семинаров в сфере интересов участников кластера.

В Америке средства на создание кластера выделяются за счет того штата, где осуществляется его работа. Характерной особенностью существования американских кластеров является глобальная конкуренция.

С целью определения создания кластера в регионе проводится анализ: доходов и расходов начиная с поставок сырья до продажи продукции, определение удельного веса локальных секторов кластера, определение темпа роста кластера, определение количества работников и учреждений, занятых в определенном секторе анализируемого кластера.

Применяя данный анализ, специально созданная комиссия с участием М. Портера подготовила программу экономического развития для штата Аризона. Для 9 кластеров, которые явились результатом программы, были определены следующие позиции: карты для нахождения мощностей, планы развития кластеров, приемы и методы достижения результатов.

Работу кластера нельзя представить без использования квалифицированных кадров, поэтому подготовка персонала для работы в кластере стоит на одном из первых мест.

Продукция кластеров США ориентирована на экспорт. Производители, составляющие кластер, внесли свои предложения, применение которых позволило субъектам экономики США занять первые позиции на мировых рынках в высокотехнологических отраслях промышленности. Расположение большей части предприятий в пределах одного региона способствует максимальному использованию его природного, кадрового потенциала. Во время работы в кластере предприятия сочетают старые и новые направления, однако существуют традиционные способы изучения и анализа места расположения, привлечения инвестиций, специалистов и работников.

В Соединенных Штатах Америки самым известным примером является Детройтский автомобильный кластер. Он образован тремя крупнейшими американскими гигантами автомобилестроения и сопутствующими предприятиями.

На лидирующие позиции в мире по кластеризации экономики вышла Дания, так как в

этой стране за последние годы были проведены мероприятия по изучению и использованию перспективных организационных форм с экономической точки зрения. Широкое развитие сельскохозяйственной отрасли в Дании дает естественное обоснование для формирования кластеров на ее основе.

Если вести речь о других кластерах Дании, то необходимо назвать кластер NorCOM, который разрабатывает и производит оборудование, осуществляет исследовательскую деятельность в области беспроводных устройств, мобильной связи, навигации. В состав кластера входят фирмы и центры по исследованию, работающие в области беспроводных телекоммуникаций.

Кластеры в Италии представлены индустриальными округами, которые представляют собой объединение предприятий, разных по масштабу своей деятельности. По данным проведенных исследований было установлено, что создание кластеров способствует ускорению инновационного развития экономики страны или региона. Примерами могут служить те предприятия индустриального округа, которые занимались производством товаров, а впоследствии, нарастив свою технологическую базу, стали производить оборудование для выпуска продукции.

Большее значение имеет расположение индустриального округа. Местом его нахождения выбирают село, горд, подножья гор, автомагистраль, морское побережье.

Предприятия индустриального кластера получают взаимную выгоду: малые предприятия способствуют созданию рабочих мест и ведут деятельность в тех областях, которые не заняли крупные компании, имеют доступ своей продукции на внешний рынок, обеспечивают местный рынок и способствуют развитию крупных предприятий.

В каждой стране присутствуют свои особенности и свое направление в развитии кластеров. Не стала исключением и Франция. После завершения Второй мировой войны усилилась роль и значение государства в индустриальной политике. Были определены приоритетные направления, в которые были включены: ядерная энергетика, отрасли авиации, отрасли космических технологий, железнодорожный транспорт и другие. Государство посредством финансовой помощи и государственных заказов начало поддерживать растущий бизнес. Позднее правительство разработало законодательные документы, которые способствовали продвижению и облегчению деловой активности, при этом финансы выступали средством поддержки.

Представители кластеров позиционируют свою продукцию посредством проведения конференций, использования социальных сетей, организацию тематических встреч, «рабочих магазинов» и других аналогичных мероприятий.

Франция является местонахождением первого в мире ресурсного центра в области косметики и парфюмерии – Cosmetic Valley. Cosmetic Valley объединяет порядка шестисот предприятий, деятельность которых начинается с мероприятий по исследованию сырья, а заканчивается производством косметики. В состав кластера входят университеты, частные и государственные лаборатории, несколько крупных национальных исследовательских институтов.

Индия отличается существованием многовековых традиций, где развиваются местные производства, художественные промыслы и ремёсла. Учитывая местные природные и экономические условия, происходило объединение небольших предприятий, изготавливающих однотипные продукты и изделия. Преодоление трудностей подтолкнуло малые предприятия к взаимным действиям, тем более что расположены они были в одном городе, поселке или сельской местности. Такие действия в конечном итоге привели к объединению предприятий в крупные группировки, которые стали фундаментом для создания эффективных производственных кластеров. Кластеры способствуют экономической устойчивости предприятий, входящих в их состав.

В кластерах Японии центральное место занимает крупная компания, вокруг которой сосредоточены средние и мелкие компании. Кластеры могут иметь разные виды. Одним из

видов кластеров являются технополисы или технопарки. Их существование было закреплено законодательно. В организации технопарков принимали участие предприятия, правительство, научные и образовательные учреждения. Анализ деятельности технопарков показывает, что увеличение товарооборота в них выше, чем у отдельных предприятий по стране. Пример деятельности технополисов демонстрируется на острове Хоккайдо.

Японские фирмы добились больших успехов в сфере производства бытовой техники, электроники, автомобилей.

В университете города Саппоро был организован центр, задачами которого являлись: проведение деловых встреч, исследований, услуг, повышение уровня знаний предпринимателей, подготовка и реализация проектов в различных областях деятельности: строительство, экология, производство, связь и другие.

В Финляндии накоплен определенный опыт в создании и работе промышленных кластеров. Национальную поддержку получила программа, которая была направлена на развитие лесного кластера. В программе были определены задачи, в ходе решения которых наблюдалось тесное взаимодействие научно-исследовательских учреждений, повышалась конкуренция малых и средних предприятий в сфере оборудования для переработки леса, производства, сбыта, маркетинга.

Китайский опыт создания кластеров представляет интерес тем, что государство участвует в создании и развитии кластера путем предоставления ему налоговых и других льгот. Мировой финансовый кризис затронул кластеры, в основу функционирования которых была положена экспортная деятельность, а кластеры, работающие на внутреннем рынке, смогли удержаться на плаву.

Анализ европейских программ развития кластеров позволяет выделить ряд их важных особенностей, которые должны быть учтены при формировании кластеров в Орловской области.

Во-первых, кластерная политика в большинстве случаев направлена на поддержку высокотехнологичных секторов (биотехнологий, информационных технологий и др.). Традиционные отрасли промышленности и сельское хозяйство также попадают в ее охват.

При формировании кластеров в Орловской области необходимо предусматривать их поддержку на региональном уровне, хотя бы на первых этапах работы. Учитывая географические особенности Орловской области, необходимо направить финансовую поддержку на развитие сельскохозяйственных кластеров.

Во-вторых, рассмотренные программы предусматривают заявительный порядок получения информации о кластерах для их последующего отбора. Это означает, что власти самостоятельно не определяют наиболее перспективные кластеры (хотя и могут устанавливать приоритетные направления поддержки), а организуют конкурс коллективных заявок.

В-третьих, характерной чертой формирования кластерной политики является принцип конкуренции: поддержку получают далеко не все, а лишь лучшие (в Германии доля отклоненных заявок достигает 95%).

В-четвертых, как показывает практика, основными бенефициарами государственных программ выступают малые и средние предприятия. Например, в случае французской программы *Les rôles de compétitivité* удельный вес малых и средних предприятий составил 80%.

Эта особенность учтена в кластерах Орловской области. В уже созданных кластерах доля малых предприятий значительна.

Еще одна особенность европейских кластерных программ заключается в том, что они предусматривают достаточно длительные сроки подготовки заявок, а конкурсный отбор проходит в несколько этапов. В Германии, например, практикуется двухступенчатая система: после предварительного отсева оставшимся участникам предлагается детализировать конкурсные предложения. Государство, как правило, компенсирует связанные с этим затраты и оказывает конкурсантам консультационные услуги. По условиям программы InnoRegio отобранные на первом этапе кластеры получили гранты в размере 153,4 тыс. евро на углублен-

ную проработку проектов. На второй стадии отбираются проекты-победители для полноформатной государственной поддержки.

Эту особенность необходимо учитывать и адаптировать к условиям Орловской области с учетом финансовых возможностей регионального бюджета.

В-шестых, за реализацию кластерной политики, отвечают сразу несколько национальных ведомств. В большинстве европейских стран их число не превышает трех; в Ирландии оно достигает семи, а в Финляндии – даже восьми.

### Список источников:

1. Стратегия социально-экономического развития Центрального федерального округа на период до 2020 года, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 6 сентября 2011 года №1540-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902302272>

2. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации / под ред. Л.М. Гохберга, А.Е. Шадрина. – М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2013. – С. 12.

3. Плахова Л.В., Гайдаржи А.И. Социально-экономическое развитие территории: методы и инструменты муниципального управления // Экономическая среда. – 2015. – №4 (14). – С. 46-51.

4. Подшивалова М.М. Актуальные аспекты формирования региональной промышленной политики // Проблемы современной экономики. – 2014. – №1. – С. 300-301.

## ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 336.11

Рудакова О.В., Лукьянов В.В.

### ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ: РОССИЯ НА ФОНЕ МИРОВЫХ ТЕНДЕНЦИЙ

*Рудакова Ольга Викторовна, доктор экономических наук, профессор, научный руководитель региональной инновационной площадки «Основы финансовой грамотности» (г. Орел); Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»; РФ, 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; ФГБОУ ВО «Орловский государственный институт культуры»; РФ, 302020, г. Орёл, ул. Лескова, д. 15; e-mail: rudakova71@efndex.ru*

*Лукьянов Владимир Васильевич, куратор региональной инновационной площадки «Основы финансовой грамотности» (г. Орел); БУ ОО ДПО «Институт развития образования»; РФ, 302030, г. Орел, ул. Герцена, д. 19; e-mail: lu53kyanovvv@gmail.com*

*Финансовая грамотность представляет собой определенный уровень знаний и навыков в сфере финансовой деятельности, позволяющий индивидам рационально оценивать ситуацию на рынке и принимать правильные решения. Национальные стратегии финансового образования, целью которых является удовлетворение потребности населения в финансовой грамотности, все чаще внедряются по всему миру. При оценке уровня финансовой грамотности имеют место и сравнительные международные исследования.*

*Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовое образование, национальная стратегия финансового образования, уровень финансовой грамотности, PISA.*

Rudakova O.V, Lukyanov V.V.

### FINANCIAL LITERACY OF THE POPULATION: RUSSIA AGAINST THE BACKGROUND OF WORLD TENDENCIES

*Rudakova Olga Viktorovna, Doctor of Economics Sciences, Professor; scientific director of the regional innovation site “Fundamentals of financial literacy” (Orel); Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; Orel State Institute of Culture; 15 Leskova Street, Orel 302020, Russian Federation; e-mail: rudakova71@efndex.ru*

*Lukyanov Vladimir Vasiljevich, curator of the regional innovation site “Fundamentals of financial literacy” (Orel); Educational Institution of Higher Education “Institute for the Development of Education”; 19 Herzen Street, Orel 302030, Russian Federation; e-mail: lu53kyanovvv@gmail.com*

*Financial literacy is a certain level of knowledge and skills in the sphere of financial activity allowing to individuals to estimate the situation in the market rationally and to make proper decisions. National strategies of financial education the purpose of which is to satisfy the requirement of the population in financial literacy are introduced worldwide even more often. Comparative international researches also take place at estimation of the level of financial literacy.*

*Keywords: financial literacy, financial education, national strategy of financial education, level of financial literacy, PISA.*

Финансы представляют собой одну из важнейших экономических категорий, отражающую экономические отношения в процессе создания и использования денежных средств. Становление финансовых отношений происходит одновременно с развитием товарно-денежных отношений. Чем выше уровень социально-экономического развития государства, тем сложнее и многообразнее экономические связи, тем сложнее финансовая система и тем больше ее финансовые ресурсы. Тем или иным образом финансы определяют все сферы жизнедеятельности общества.

Финансовая грамотность представляет собой определенный уровень знаний и навыков в сфере финансовой деятельности, позволяющий индивидам рационально оценивать ситуацию на рынке и принимать правильные решения. Обладание такими знаниями и навыками имеет своим следствием на микроуровне эффективное управление своими личными сбережениями, грамотное планирование семейного бюджета, правильный выбор кредитных организаций и финансовых продуктов. Финансовую грамотность населения сегодня можно рассматривать как фактор экономического роста национальной экономики. На макроуровне высокая степень финансовой грамотности способствует развитию финансовых рынков, росту качества финансовых услуг, снижению уязвимости финансовой системы страны перед вызовами мировой экономики. На сегодняшний день основные признаки финансово грамотного населения, сформулированные на основе Financial Conduct Authority (FCA), выглядят следующим образом [10]:

1. Ежемесячный учет личных доходов и расходов.
2. Организация жизнедеятельности по имеющимся средствам (без лишних долгов).
3. Планирование финансовых расходов и доходов в перспективе (учет расходов по непредвиденным обстоятельствам и готовность к пенсии).
4. Рациональный выбор в приобретении финансовых продуктов и пользовании финансовыми услугами.
5. Знания и навыки в сфере финансовой деятельности.

Повышение уровня финансовой грамотности населения на сегодняшний день стало одним из актуальных направлений деятельности правительств, финансовых институтов и общественных организаций самых разных государств планеты. Во всех странах стала насущной проблема обучения населения основам грамотности в области финансов. Различные инициативы по повышению финансовой грамотности действуют во многих странах как развитых, так и развивающихся. На сегодняшний день правительства целого ряда государств осознали, что долгосрочный характер стратегий финансового образования и их комплексный, межотраслевой характер предопределяют необходимость разработки неких рамок для их эффективной подачи и реализации. В этой связи некоторые страны приступили к созданию скоординированных и адаптированных под конкретные нужды национальных стратегий по повышению финансовой грамотности населения.

Национальные стратегии финансового образования, целью которых является удовлетворение потребности населения в финансовой грамотности, все чаще внедряются по всему миру. На сегодняшний день такие стратегии внедрены или находятся в стадии разработки в 45 государствах как развитых, так и развивающихся. Инициировали данный процесс развитые страны, среди которых были Япония, Нидерланды, Новая Зеландия, Сингапур, Соединенное Королевство и Соединенные Штаты. В таблице 1 отражен статус национальных стратегий в некоторых странах мира. Следует отметить усиленное внимание политиков к потребности в финансовом образовании, а также к растущей важности международного политического диалога по этому вопросу. По критериям ОЭСР Россия находится на конечной стадии концептуальной разработки национальной стратегии финансового образования.

Во все большем количестве государств регулярно проводятся исследования, имеющие своей целью проверку уровня финансовой грамотности населения и определение на этой основе главных задач развития финансового образования, его специфики и особенностей. В России такое исследование проводится Национальным агентством финансовых исследова-

ний (НАФИ). Как следует из очередного опроса, проведенного НАФИ, свои знания в области финансов как хорошие оценивает только 24% россиян, как удовлетворительные – 51%, как плохие – 25%. При этом имеет место такое явление, как «незнание о собственном незнании» – фактор, который проявляется в том, что люди, высоко оценивающие собственную финансовую грамотность, не могут объяснить простейшие финансовые категории (таблица 2). Как следует из представленных в таблице данных, в течение анализируемого периода устойчиво росла уверенность россиян в том, что они обладают достаточными знаниями и умениями в области финансов.

Таблица 1 – Статус национальных стратегий в некоторых странах мира на конец 2013 г. [6]

Национальная стратегия	Количество	Страны
Страны, реализовавшие национальную стратегию	20 (7 из «Группы двадцати»)	Австралия, Бразилия, Чехия, Сальвадор, Эстония, Гана, Ирландия, Япония, Малайзия, Нидерланды, Новая Зеландия, Нигерия, Португалия, Сингапур, Словения, ЮАР, Испания, Соединенное Королевство, Соединенные Штаты, Замбия
Страны, находящиеся на конечных этапах концептуальной разработки национальной стратегии	25 (7 из «Группы двадцати»)	Армения, Канада, Чили, Колумбия, Индия, Индонезия, Израиль, Кения, Южная Корея, Латвия, Ливан, Мексика, Малави, Марокко, Перу, Польша, Румыния, Российская Федерация, Сербия, Швеция, Танзания, Таиланд, Турция, Уганда, Уругвай
Страны, планирующие концептуальную разработку национальной стратегии	5 (все из «Группы двадцати»)	Аргентина, Китай, Франция, Италия, Саудовская Аравия

Таблица 2 – Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы себя финансово грамотным человеком?», % от всех опрошенных [8]

	Годы							
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016
Отличные/хорошие знания и навыки	17	15	25	20	17	13	20	24
Удовлетворительные знания и навыки	38	50	44	44	41	38	46	51
Неудовлетворительные/знаний и навыков нет	38	35	31	36	43	49	34	25

Из опроса НАФИ также следует, что учет семейных доходов и расходов ведет только 25% россиян; доля тех, кто не фиксирует и не знает суммы поступлений и трат, составляет 16% (таблица 3). Напомним, что организация жизнедеятельности по имеющимся средствам, основанная, в первую очередь, на регулярном учете семейных доходов, выступает в числе основных признаков финансово грамотного населения. От умения управлять финансовыми ресурсами собственной страны зависит ее благополучие.

В ходе исследования финансовой грамотности россиян, проведенного НАФИ, опрашиваемым был задан еще один вопрос, касающийся того, насколько они рациональны при приобретении финансовых продуктов и пользовании финансовыми услугами. Несмотря на возросшую самооценку финансовой грамотности и финансовую дисциплину, доля россиян, которые всегда перед приобретением финансовой услуги сравнивают ее в разных компаниях, составляет только 33% (таблица 4).

На основании проведенного исследования эксперты НАФИ пришли к выводу, что более тщательное планирование россиянами своих доходов и расходов, более ответственное отношение к ведению семейного бюджета во многом обусловлено кризисными явлениями в экономике и падением реальных доходов населения. Последующее развитие событий покажет, насколько устойчива обозначившаяся тенденция.

Таблица 3 – Распределение ответов на вопрос «Скажите, пожалуйста, Вы сами или кто-то в Вашей семье ведет учет доходов и расходов семьи?», % от всех опрошенных [8]

	2008	2009	2010	2011	2013	2015	2016
Да, учет ведется, фиксируются все поступления и все расходы	22	11	11	11	12	7	9
Да, учет ведется, но не все поступления и расходы фиксируются	20	13	15	14	19	13	16
Нет, учет не ведется, но в целом известно, сколько денег поступило и сколько было потрачено за месяц	45	59	57	59	53	58	56
Нет, учет не ведется, и неизвестно, сколько денег поступило и сколько было потрачено за месяц	9	14	12	14	15	22	16
Затрудняюсь ответить	4	3	4	2	2	0	3

Таблица 4 – Распределение ответов на вопрос «Как часто перед приобретением той или иной финансовой услуги Вы сравниваете условия ее предоставления в различных компаниях?», % от всех опрошенных [8]

	Годы						
	2008	2009	2010	2011	2013	2015	2016
Всегда	27	32	30	29	31	39	33
Иногда	14	21	20	29	32	29	29
Редко	8	10	13	16	19	12	15
Никогда	40	14	16	18	16	13	11
Затрудняюсь ответить	12	23	21	8	2	7	12

При оценке уровня финансовой грамотности имеют место и сравнительные международные исследования. Участие России в международных сравнительных исследованиях оценки уровня финансовой грамотности населения играет большую роль в создании общероссийской системы подобной оценки, а также в измерении эффекта от реализации мероприятий по совершенствованию навыков и знаний граждан в области финансов. Кроме того, полученная в результате данных исследований информация позволяет судить об уровне финансовых возможностей граждан нашей страны и ее относительном положении в мировой системе. На наш взгляд, необходимо создание национального мониторинга оценки уровня финансовой грамотности в стране, в рамках которого регулярно и масштабно проводилась бы оценка уровня финансовой грамотности россиян. В рамках такого мониторинга была бы учтена российская специфика и исследователи получили бы больше информации к размышлению.

Как следует из Подпрограммы 3 «Развитие системы оценки качества образования и информационной прозрачности системы образования» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» на 2013-2020 гг., Россия продолжит свое участие в таких международных сопоставительных исследованиях качества образования, как PIRLS, TIMSS, PISA и планирует включиться в новые [5]. В Федеральной целевой программе развития образования на 2016-2020 годы предусматривается участие РФ «во всех значимых (не менее 7) международных сравнительных исследованиях качества образования» [7].

В рамках PIRLS (Progress in International Reading Literacy Study) международное сообщество изучает навыки чтения в младших классах. TIMSS (Trends in Mathematics and Science Study) и PISA (Programme for International Student Assessment) изучают математические, читательские и естественнонаучные компетенции подростков. При этом в фокусе TIMSS – знания, полученные в рамках школьной программы, а PISA оценивает умение применять эти знания во внеучебных ситуациях. Следует отметить, что три основных международных сравнительных исследования качества общего образования (PISA, TIMSS и PIRLS)

взаимно дополняют друг друга. В рамках рассматриваемой темы среди названных индикаторов качества образования, используемых в международных исследованиях, нас интересует именно PISA, т.к. в два последних исследования (2012 г. и 2015 г.) была включена оценка финансовой грамотности школьников. В 2018 г. направления PISA планируется дополнить еще одним, а именно оценкой «глобальных компетенций».

В 2015 г. под эгидой ОЭСР был проведен второй этап исследования финансовой грамотности учащихся (первый состоялся в 2012 г.). PISA 2015 г. должен был выяснить степень готовности подростков к принятию рациональных решений в разнообразных финансовых ситуациях: какова степень их адаптации к постоянно усложняющимся финансовым системам; какими знаниями и навыками должны обладать обучающиеся, чтобы их решения в области финансов были эффективными. Как следует из результатов PISA 2015 г., российские школьники продемонстрировали существенный рывок вперед. Если в 2012 г. Россия набрала 486 баллов и заняла 10 место из 18, то в 2015 г. было набрано 512 баллов и занято 4 место из 15. При этом если в 2012 г. наш результат, составивший 500 баллов, был ниже среднего по ОЭСР, то в 2015 г. он превысил это значение, равное 489 баллам (рисунок 1).

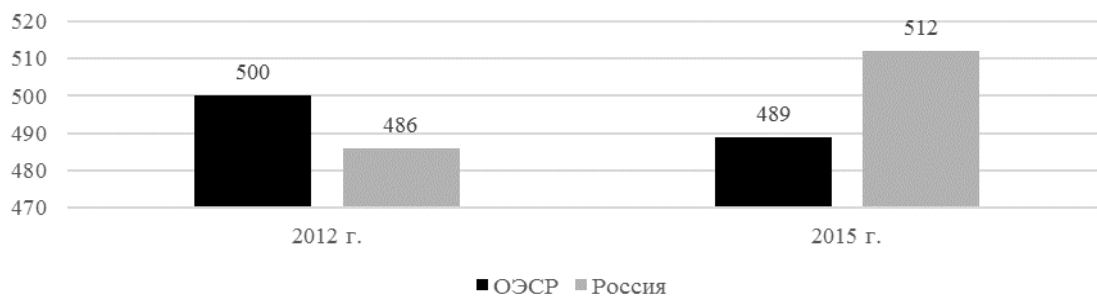


Рисунок 1 – Финансовая грамотность по версии PISA 2012, 2015: ОЭСР и Россия [13]

Тройку лидеров рейтинга представляют Китай (566 баллов), Бельгия (541 балл) и Канада (533 балла). Замыкала рейтинг 2015 г. Бразилия, набравшая 393 балла. Значительное продвижение вперед России (на 26 баллов) было самым значительным среди стран-участниц исследования. Следует отметить, что из стран, не являющимися членами ОЭСР, Россия вторая, впереди лишь Китай (рисунок 2).

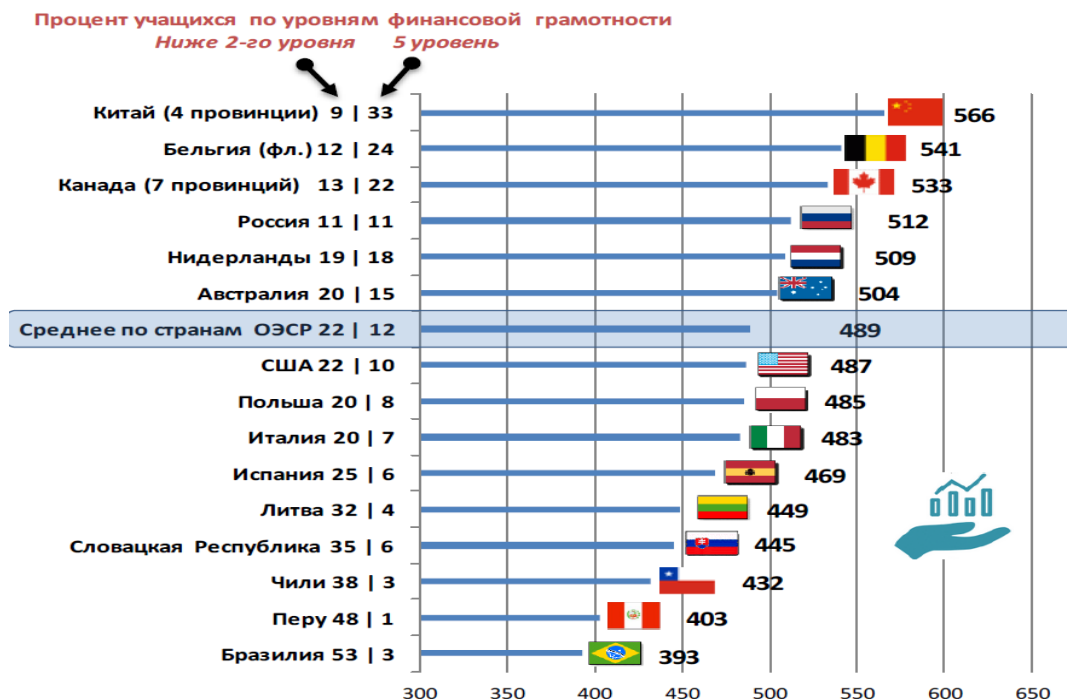


Рисунок 2 – Рейтинг финансовой грамотности PISA 2015 [13]

В PISA-2015 было продолжено исследование связи финансовой грамотности и источников доходов учащихся. Как следует из исследования ОЭСР, российские подростки, живущие в достатке, набрали на 46 баллов больше, чем ученики, живущие в худших социально-экономических условиях. Как следует из итогов исследования, было выявлено, что участники, имеющие банковский счет, продемонстрировали более высокий уровень финансовой грамотности. Следует отметить, что эта разница невелика в сравнении со средним для ОЭСР значением – 89 баллов. Такой результат свидетельствует о равном доступе к финансовому образованию, в отличие от других стран-участниц проекта.

И если результаты оценки уровня финансовой грамотности российских подростков внушают уважение, то финансовая неграмотность старшего поколения очень значительна. Как следует из Глобального обзора финансовой грамотности, проведенного Standard & Poors, наименьшая доля финансово грамотного населения колеблется от 13% в Йемене до 71% в Дании, Норвегии и Швеции. Всего в проекте участвовало 148 стран [11, 12]. Как показало исследование, доля финансового грамотного населения выше в странах с высоким уровнем социально-экономического развития (Скандинавские страны, Германия, Великобритания, США, Канада, Австралия) и близка к нулю в развивающихся экономиках (Йемен, Афганистан, Албания).

В России доля финансово грамотного населения составила всего 38%. И это более чем в 1,5 раза ниже, чем в развитых странах, где доля финансово грамотного населения составила от 45% до 70%. Наша страна по уровню грамотности взрослого населения заняла 55 место, что меньше, чем в Монголии и Зимбабве.

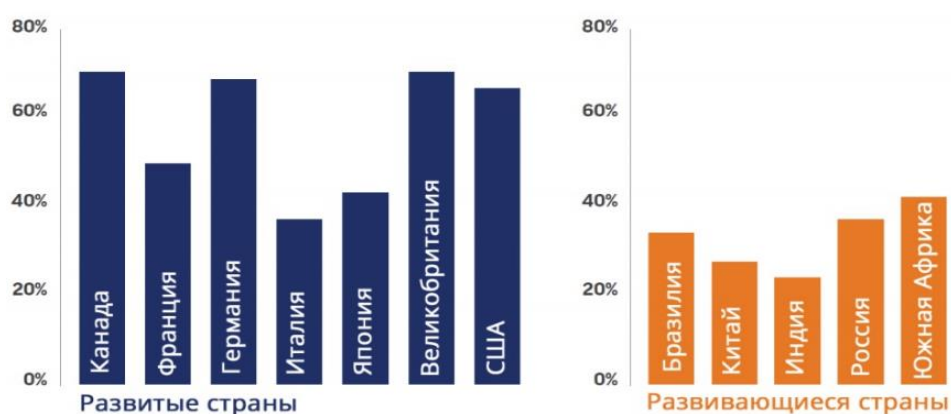


Рисунок 3 – Уровень финансовой грамотности по странам мира в 2014 г.  
(по версии Standard & Poors) [11, 12]

До начала рыночных реформ большинство россиян имело очень ограниченное представление о финансах вообще и финансовых услугах в частности. Однако, несмотря на то, что с тех пор минуло уже свыше 20 лет, большая часть населения до сих пор имеет слабое представление о финансах и финансовых рынках. Потребители финансовых услуг в России мало доверяют финансовому сектору. Финансовая неграмотность населения отрицательно сказывается не только на личном благосостоянии населения, но и на финансовых рынках. В этой связи на российское государство ложится задача финансового просвещения населения.

#### Список источников:

1. Головина Т.А. Методика реализации процедур управленческого контроля в условиях экономической неопределенности // Финансы и кредит. – 2010. – №30 (414). – С. 50-56.
2. Головина Т.А. Методика управления рисками в условиях экономической неопределенности // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – №27. – С. 30-36.
3. Кузина О.Е. Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы) // Деньги и кредит. – 2012. – №1. – С. 68-72.

4. Лемуткина М. Страну спасут дети: финансовая неграмотность взрослых россиян потрясает воображение [Электронный ресурс] // МК.RU. – Режим доступа: <http://www.mk.ru/economics/2017/07/30/stranu-spasut-deti-finansovaya-negramotnost-vzroslykh-rossiyan-potryasaet-voobrazhenie.html>.
5. Развитие образования на 2013-2020 гг. [Электронный ресурс] // Государственные программы РФ. – Режим доступа: <http://www.gosprog.ru/gosprog-002/>.
6. Совершенствование национальных стратегий финансового образования. Совместная публикация председательства Российской Федерации в «Группе двадцати» и ОЭСР [Электронный ресурс] // Институт открытого образования. – Режим доступа: [http://ippk.arkh-edu.ru/web\\_community/financial/1.%20G20\\_OECD\\_final%20RU.pdf](http://ippk.arkh-edu.ru/web_community/financial/1.%20G20_OECD_final%20RU.pdf).
7. Федеральная целевая программа развития образования на 2016-2020 годы [Электронный ресурс] // Министерство образования и науки РФ. – Режим доступа: [https://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/5930/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/4787/FCPRO\\_na\\_2016-2020\\_gody.pdf](https://xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/5930/%D1%84%D0%B0%D0%B9%D0%BB/4787/FCPRO_na_2016-2020_gody.pdf).
8. Финансовая грамотность населения: точки роста [Электронный ресурс] // НАФИ. – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/finansovaya-gramotnost-naseleniya-tochki-rosta/>.
9. Шибанов О., Щербакова О. Грамотные деньги: как образование превращает сбережения в инвестиции [Электронный ресурс] // РБК. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/26/05/2017/59282ee69a7947f58fea5453>.
10. Financial Conduct Authority (FCA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fca.org.uk/>.
11. Financial Literacy Around the World: Insights From The Standard & Poor's Ratings Services Global Financial Literacy Survey [Электронный ресурс] // Global Financial Literacy Survey: EXCELLENCE CENTER. – Режим доступа: [http://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit\\_paper\\_16\\_F2\\_singles.pdf](http://gflec.org/wp-content/uploads/2015/11/Finlit_paper_16_F2_singles.pdf).
12. PISA 2015 Results [Электронный ресурс] // OECD. – Режим доступа: <http://www.oecd.org/pisa/data/2015database/>.

УДК 338.22(470)

Кузнецова Л.М., Бабенкова В.А.

## СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

*Кузнецова Людмила Михайловна, кандидат экономических наук, доцент; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gambееva-1969@mail.ru*

*Бабенкова Виктория Андреевна; ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: viktoria1997062rambler.ru*

*В статье рассматривается нынешнее положение малого и среднего предпринимательства в РФ. Выявлены ключевые особенности нашей страны в развитии частнопредпринимательской инициативы, проанализированы причины закрытия предприятий малого предпринимательства. Сделан акцент на большие потенциальные возможности сектора малого и среднего предпринимательства для ускорения роста ВВП. Рассмотрены действующие программы, формы и методы государственной поддержки малого бизнеса в стране. Сформулированы перспективные направления создания благоприятных условий для национального сектора малого и среднего бизнеса.*

*Ключевые слова: малый и средний бизнес, предпринимательская деятельность, налоги, государственная поддержка, инфраструктура бизнеса.*

**Kuznetsova L.M., Babenkova V.A.**

**CURRENT SITUATION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS IN RUSSIA**

*Kuznetsova Lyudmila Mihailovna, Candidate of Economics Sciences, Associate Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: gambeeva-1969@mail.ru*

*Babenkova Victoria Andreevna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: viktoria1997062rambler.ru*

*Current situation of small and medium-sized business in the Russian Federation is considered in the article. The key features of the development of private entrepreneur initiatives in our country are revealed, the reasons of closing up of small business enterprises are analyzed. Big potential possibilities of small and medium-sized sector for acceleration of gross domestic product growth are emphasized. Operating programs, forms and methods of state support of small-scale business in Russia are considered. Perspective directions of formation of favorable conditions for national sector of small and medium-sized business are formulated.*

*Keywords: small and medium-sized business, enterprise activity, taxes, state support, business infrastructure.*

В современной мировой экономике малый бизнес является важнейшим механизмом эффективного развития. Предпринимательство представляет собой гибкую форму ведения бизнеса, основанную на возможности получения прибыли в условиях риска. Особенностью предпринимательства в процессе глобализации являются систематические изменения условий внешней и внутренней среды, а это дает возможность оперативно реагировать на запросы рынка и создавать эффективные формы управления [4].

Малый и средний бизнес являются главными двигателями экономики любой развитой страны и основами ее стабильности. Каждый гражданин Российской Федерации может заниматься предпринимательской деятельностью, не имея юридического образования, с момента регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Самое большое число юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации зарегистрировано в Центральном федеральном округе – 1797099 человек (таблица 1).

Таблица 1 – Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации (февраль 2017 г.) [1]

Федеральные округа	Из них							
	Юридические лица				ИП			
	всего	из них			всего	из них		
микро		малые	средние	микро		малые	средние	
Центральный	1001235	905104	87472	8659	795864	789348	6417	99
Северо-Западный	390209	356320	31503	2386	291040	288528	2480	32
Южный	215661	196402	17777	1482	481777	478191	3549	37
Северо-Кавказский	47984	43501	4115	368	152038	151199	829	10
Приволжский	498957	451104	4405	3548	577856	571123	6637	96
Уральский	252214	231155	19473	1586	262090	259272	2778	40
Сибирский	329174	301882	25420	1872	366223	362188	3973	62
Дальневосточный	115180	105476	9071	633	147780	145996	1759	25

В соответствии с законодательством Российской Федерации основными критериями существования малых предприятий являются численность работников и доходы организации (таблица 2).

Таблица 2 – Критерии существования малого бизнеса [1]

Критерии	Микропредприятия	Малые предприятия	Средние предприятия
численность сотрудников	до 15 человек	до 100 человек включительно	от 101 до 250 человек включительно
доходы организации	120 млн руб.	800 мл. руб.	2 млрд руб.

Доля участия юридических лиц, которые сами являются субъектами малого и среднего бизнеса, не ограничена. Доля обыкновенных юридических лиц (в том числе иностранных) составляет не более 49%. Доля участия государственных органов (Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований), общественных и религиозных организаций и фондов составляет не более 25% в сумме [2, с. 72].

Первый нормативный документ по малому предпринимательству был принят еще в далеком 1995 году. С годами стало совершенно понятно, что данное законодательство обладает массой недостатков, которые не только не способствуют, но еще и тормозят становление бизнеса в нашей стране. Следующий документ был подписан в 2007 году, и сегодня в него ежегодно вносятся все новые и новые изменения. Государство четко регламентирует размеры предприятий, формы собственности, уровень дохода.

Нельзя не упомянуть о том, что многое зависит от системы государственной поддержки предпринимательства с учетом особенностей государственного и политического устройства, традиций и направлений экономического развития. Кроме того, малый бизнес формирует среду и дух предпринимательства, без которых рыночная экономика невозможна.

Предпринимательская деятельность и развитие малого бизнеса во многом определяют уровень демократизации государства и открытость экономики. Благодаря поддержке малого бизнеса государство решает общие проблемы, которые повышают уровень благосостояния страны и увеличивают число граждан среднего класса.

В условиях кризисной ситуации в экономике государство должно оказывать всестороннюю поддержку малому предпринимательству на уровне принятия соответствующих программ по обеспечению его функционирования в условиях дефицита финансовых ресурсов в рамках трех основных направлений: создание новых форм кредитования в целях выполнения ранее не завершенных проектов; реструктуризация текущей задолженности и дополнительная поддержка со стороны государственных финансовых институтов ввиду предоставления гарантий и субсидирования процентной ставки; снижение налогового бремени и предоставление отсрочки по налоговым платежам.

Наряду с уже реализуемыми программами поддержки малого предпринимательства в большинстве своем они не носят системный характер, что отражается и на показателях его развития по сравнению со странами мира, обладающими сильной экономикой. Например, в США доля малых предприятий в ВВП достигает 52%, тогда как в России нет и 21%. Общая доля малых предприятий в экономике США составляет около 97%, а в России находится на уровне 40%. Доминирующими отраслями малого предпринимательства в США являются инновационный бизнес и бизнес, ориентированный на экспортные технологии, – 50-60%. В России основная отраслевая принадлежность предприятий малого и среднего бизнеса – торговля и услуги, которая составляет около 46%, операции с недвижимостью – 19% и менее 1% составляет доля инновационных предприятий и предприятий, ориентированных на выпуск продукции на экспорт [5].

В Российской Федерации предприятия малого бизнеса покидают рынок значительно больше, чем появляется новые. По статистике, лишь 3,4% малых предприятий в России живут более 3-х лет, остальные закрываются раньше. Темпы роста числа зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в нашей стране остаются низкими – ежегодно их число увеличивается на 4%, в то время как количество индивидуальных предпринимателей, прекративших свою деятельность, увеличивается на 11%. Основные причины такой негативной тенденции – административные и экономические барьеры.

В каждой стране существует государственная поддержка малого бизнеса, она имеет огромное значение для экономики в целом, особенно для малого бизнеса России. Очень важным для органов власти является определение приоритетных направлений развития малого предпринимательства. Одним из приоритетных элементов государственного содействия развитию малого предпринимательства служит прямая финансовая помощь, осуществляемая посредством льгот и субсидий, предоставляемых малым организациям.

Правительство Российской Федерации каждый год перед утверждением Федерального бюджета рассматривает на Федеральном собрании Российской Федерации проекты по федерально значимым программам, по отношению к которым будет проводиться государственная поддержка малого предпринимательства. Финансовое обеспечение государственной политики в области поддержки малого бизнеса ведет Федеральный фонд поддержки малого предпринимательства, созданный по инициативе Правительства РФ.

В последние годы Россия наращивает объемы инвестиций в основной капитал малых предприятий. Несмотря на положительную динамику в большинстве регионов, замедлились темпы роста инвестиционных отчислений.

Политика государственной поддержки малого бизнеса проводится с помощью налоговых льгот, разработки подробного, разумного, цивилизованного законодательства, открытия доступа к информационным ресурсам, содействия обучению кадров, создания сети бизнес-парков.

Малый бизнес адаптируется в тех регионах, где политика местных администраций направлена на его поощрение. Главным фактором, препятствующим эффективному развитию малого предпринимательства в Российской Федерации, выступает состояние макроэкономической среды, характеризующееся высоким налоговым бременем, высоким уровнем инфляции, нестабильностью и высокой вероятностью возникновения кризисных явлений.

Предлагаемый ряд решения проблем в малом бизнесе Российской Федерации выглядит следующим образом:

1. Постепенное снижение процентной ставки по кредитованию;
2. Создание единого центра малого и среднего предпринимательства, где желающий гражданин страны может приобрести статус предпринимателя, а не ходить по разным инстанциям;
3. Создание сайта для инвесторов, на котором будут представлены инновационные проекты;
4. Государственная помощь предпринимателю.

Большим преимуществом дальнейшего развития малых форм бизнеса в нашей стране является факт, что государство полностью отдает себе отчет в том, что утрата данной экономической прослойки приведет к непоправимым изменениям. Прежде всего, исчезнет средний класс населения, начнется социальная дискриминация, уровень цен на товары и услуги выйдет из-под контроля. В связи с этим реализуется правительственная программа, согласно которой в период 2015-2016 гг. количество ИП должно увеличиться на 2 миллиона по всей стране. Хорошие перспективы малого бизнеса в России в 2018 году ожидают те предприятия, которые предлагают товары первой необходимости: продукты питания, одежду, обувь. Шансы есть и у тех, кто оказывает различного рода услуги: ремонт техники, автосервис. Государством предпринимаются определенные шаги для содействия малым предпринимателям, а именно:

- выделяются средства на компенсацию регистрационных затрат и открытие бизнеса;
- предоставляется бесплатное бизнес-обучение;
- льготные условия аренды офисных помещений;
- предусмотрена возможность льготного кредитования и получения безвозвратных субсидий.

2018 год в России объявлен годом предпринимательства. Может быть, именно в этом году произойдет некий перелом тенденции, когда на одно решение в пользу бизнеса реали-

зуются два решения «против». Прежде всего, это снижение рисков для бизнеса: судебная реформа, контрольно-надзорная деятельность, уголовное преследование. Еще один важный момент – снижение издержек для бизнеса, повышение доходности, увеличение возвратности на вложенный капитал. Именно тарифы, высокие ставки по кредитам, возрастающая налоговая нагрузка практически «убили» в большинстве секторов сам смысл бизнеса: если он не приносит прибыль, то зачем он нужен?

В 2017 году налоговые органы добивались повышения налоговых сборов. За 10 месяцев этого года, по данным ФНС, в консолидированный бюджет поступило 14,3 трлн. руб. – почти на 20% больше, чем за аналогичный период 2016 года. В 2018 году тенденция сохранится, налоговые органы не ослабят контроль за бизнесом. По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования, за III квартал 2017 г. число банкротов в России увеличилось на 12% по сравнению с III кварталом 2016 года. А по данным ФНС, за 11 месяцев 2017 г. прекратило деятельность более 150 000 юридических лиц. Госзакупки в 2018 году станут доступнее для малого бизнеса. По недавнему постановлению правительства с 1 января 2018 года не менее 18% всего объема закупок и не менее 10% на прямых торгах для малых и средних компаний должны будут обеспечивать компании с годовой выручкой от 500 млн руб. (сейчас квота распространяется на компании с годовой выручкой в 2 млрд руб.). В 2018 году на 3,9% увеличится единый налог на вмененный доход. Такой налоговый режим использует малый бизнес: небольшие рестораны и кафе, магазины, службы бытовых услуг. Он заменяет уплату других налогов, НДС и налога на прибыль и не зависит от доходов бизнеса, а рассчитывается обычно на основе количества работников, либо площади заведения. Рост произойдет в связи с повышением соответствующего коэффициента-дефлятора. До этого он не менялся с 2015 года. С 1 июня 2018 года на сайте Федеральной налоговой службы заработает сервис «Прозрачный бизнес» для проверки компаний. Там появится, в том числе, информация, которая была выведена из режима налоговой тайны в 2016 году. В частности, о средней численности сотрудников в компании, уплаченных налогах и страховых взносах, годовых доходах и расходах, участии компаний в консолидированной группе налогоплательщиков. Это позволит получить более точное представление о компании и уменьшить риск заключения договора с недобросовестными партнерами [3].

Предпринимателям необходима помощь там, где сами они зачастую оказываются бессильными: речь идет об их взаимоотношениях с правоохранительными и налоговыми органами. Так, если в глазах первых подавляющее большинство бизнесменов являются мошенниками, то в глазах вторых – недобросовестными плательщиками налогов и сборов. И суд, как показывает практика, как правило, предпринимателям не помощник. Сложно бороться с органами, наделенными властными полномочиями. А результат один из двух: ты либо уплачиваешь огромный штраф, либо отправляешься в места лишения свободы. И в том, и другом случае бизнес терпит колоссальные убытки, а иногда и вовсе разоряется. Так что амнистия по экономическим преступлениям и списание задолженности по налогам и сборам были бы одними из самых эффективных мер со сторон государства по отношению к российским бизнесменам.

Главная задача бизнеса получить условия не хуже, чем те, которые их коллеги имеют в странах-конкурентах. Тогда здесь бизнес будет активно развиваться, по крайней мере, не медленнее, чем в других странах. Сейчас таких условий нет. Бизнес всегда исходит из триады «Удобно-выгодно-безопасно». «Удобно» – проверки и другие элементы взаимодействия с властью должны быть комфортными, редкими, например. Вместо штрафов должны быть предупреждения. Вместо преследования по уголовным статьям «с ходу» должны быть спокойные разбирательства. «Выгодно» – уровень налогов и уровень тарифов естественных монополий должен быть ниже, чем в странах-конкурентах. «Безопасно» – бизнес должен развиваться без угрозы, что его отберут. Это означает, что должна быть нормальная конкуренция между частным и госсектором без преимуществ для государственного. И если частный бизнес развивается эффективно, то это не должно быть предметом атаки со стороны того или

иного госоргана.

Несмотря на возросший интерес государства к бизнесу, популярность его в народе остается крайне низкой. Но у бизнес-сообщества уже есть готовый рецепт. Для этого нужно решить три проблемы.

Во-первых, образовательную, надо учиться предпринимательству. Думать, что любой человек, который захотел стать предпринимателем, способен им стать, это все-таки наивно. Кроме знаний нужна моральная готовность. Человек круглые сутки думает о своем деле, у него нет заместителей, юристов и экономистов. Человека надо морально готовить к тому, что это непросто.

Во-вторых, нужно максимально упростить ведение бизнеса. Это касается контрольно-надзорных функций, отчетности и многих других вещей. Только одна налоговая служба сегодня дала возможность вообще все делать из Личного кабинета. На общение и документооборот с остальными ведомствами уходит очень много времени. Нормативная база огромная, ее не могут освоить даже крупные предприятия. Все законы и подзаконные акты надо знать, чтобы на них адекватно отвечать и выполнять то, что там написано. Надо соблюсти принцип: один входящий документ, два устаревших нормативных акта отменить.

Третья проблема – популяризация. Средства массовой информации должны быть нацелены на то, что бизнес – это нелегкий труд, и относиться к предпринимателям надо с уважением. Ведь они двигают экономику, создают рабочие места и много социальных продуктов. Нужно, чтобы был госзаказ на популяризацию предпринимательской деятельности. Если общественное мнение в отношении бизнеса кардинально улучшится, на него отреагирует власть. На реакцию власти автоматически отреагируют силовые контрольно-надзорные структуры. В результате общий инвестиционный и деловой климат в стране будет выведен в совершенно другую плоскость.

Малый бизнес является одним из важных условий для устойчивого развития страны и региона, что влияет не только на удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, сокращение безработицы, но и на обеспечение социальной стабильности. Только внутренний бизнес находится на пути к тому, чтобы стать движущей силой национальной региональной экономики. Большим преимуществом дальнейшего развития малых форм бизнеса в нашей стране является тот факт, что государство полностью отдает себе отчет в том, что утрата данной экономической прослойки приведет к непоправимым изменениям.

Но самое главное – в любой ситуации, что бы ни происходило, нужно сохранять выдержку и оптимизм. Если мы не можем изменить обстоятельств, нужно постараться их использовать с выгодой для себя. Выражение «все лучшее у меня все еще впереди» более конструктивное, нежели «мои лучшие времена уже позади».

### Список источников:

1. Крайкина Е.А. Малый бизнес России: перспективы развития, проблемы и социальная ответственность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=462569>.
2. Организация коммерческой деятельности малых и средних предприятий: учебное пособие / под ред. Иванова Г.Г., Баженова Ю.К. – М: ИНФРА-М, 2015. – 304 с.
3. Проблемы малого бизнеса в России в 2018 году: перспективы и влияние санкций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vseproip.com/biznes-ip/maluy/problemy-malogo-biznesa.html>
4. Пророков А.Н Малое предпринимательство: справочное пособие. – М.: Проспект, 2016. – 136 с.
5. Раджабова З.К., Раджабова З.О. Опыт государственной поддержки развития малого бизнеса и его использование в России // Фундаментальные исследования. – 2017. – №8-1. – С. 217-220.

УДК 338.27:338.47

Слипченко М.В.

## МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ

*Слипченко Мария Вячеславовна\**, группа МВКО4-2; ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»; РФ, 125993 (ГСП-3), г. Москва, Ленинградский просп., д. 49; e-mail: mas-slipchenko2008@yandex.ru

*Статья посвящена макроэкономическому анализу развития промышленности за последние три года. В целях точности прогнозируемой информации были взяты данные Росстата и Центрального банка. Исследована динамика развития промышленности в России, а также выявлена вероятность роста в ближайшие 3 года.*

*Ключевые слова: промышленность, прогноз, экономическое развитие, экономический потенциал.*

Slipchenko M.V.

## MACROECONOMIC DYNAMICS FORECAST OF INDUSTRY DEVELOPMENT FOR THE NEAREST FUTURE

*Slipchenko Maria Vyacheslavovna; Financial University under the Government of the Russian Federation; 49 Leningradsky Prospekt, Moscow 125993, GSP-3, Russian Federation; e-mail: mas-slipchenko2008@yandex.ru*

*The article is devoted to macroeconomic analysis of industry development for the last three years. To make the predicted information precise the data of Rosstat and the Central bank were taken. The dynamics of industry development in Russia is investigated, and growth probability in the next 3 years is revealed.*

*Keywords: industry, forecast, economic development, economic potential.*

Во многом успех деятельности предприятия определяется тем, что происходит в экономике страны. Состояние экономики влияет на стоимость ресурсов, а также покупательские способности потребителей, создает условия для развития предприятия или тормозит его.

Особенно ошутимое воздействие на динамику экономического роста предприятий, организаций и фирм оказывает экономическая нестабильность в стране. Так, инфляция, изменчивость цен на нефть и, как следствие, курсов валют влияют на расходы компаний, что требует пересмотра бюджета; снижение доходов населения корректирует спрос на продукцию и требует пересмотра планов продаж компании.

Уровень ВВП, промышленного производства и развитости внешней торговли характеризуют развитие экономики страны и свидетельствуют о качестве бизнес-климата (открытии или сворачивании предприятий, состоянии производства, уровне занятости населения и его доходов).

Учёт таких факторов позволяет оценить экономическую ситуацию в стране, а также предвидеть, как будут развиваться процессы в будущем.

Анализ текущей ситуации экономики и составление прогнозов дают предприятию возможность разработать адекватную политику, которая обеспечит достижение его целей. Что касается промышленного производства в России, то можно указать следующее.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в мае 2017 года про-

---

\* *Научный руководитель: Шманев Сергей Владимирович, д.э.н., профессор; e-mail: shmanev\_s\_v@mail.ru*

мышленное производство в РФ увеличилось на 5,6% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года. В апреле рост составлял 2,3%, в марте – 0,8%. В феврале был зафиксирован спад промышленного производства на 2,7% на фоне календарного фактора – рабочих дней в феврале было на два меньше, чем в феврале прошлого года. В январе рост промышленного производства равнялся 2,3%. За январь-май 2017 года промышленность выросла на 1,7%.

С исключением сезонного и календарного факторов в апреле 2017 года промышленного производства, по расчетам Росстата, выросло на 1,6% (к апрелю) после роста на 0,8% в марте, снижения на 1,5% в феврале и увеличения на 0,7% в январе.

С увеличением спроса производство легковых автомобилей в РФ в январе-мае увеличилось на 20,7% – до 526 тыс. В мае выпуск вырос на 15,6% по сравнению с маем 2016 года и снизился на 10,5% по сравнению с апрелем текущего года. Выпуск автобусов за 5 месяцев увеличился на 31,2%, или в 1,3 раза, до 9,6 тыс. шт. Производство грузовиков выросло на 18,3% и составило 54,8 тыс. машин. Добыча полезных ископаемых в мае увеличилась на 5,6% к соответствующему периоду прошлого года после повышения на 4,2% год к году в апреле в связи с погодой и закупкой нового оборудования. Обрабатывающие производства показали рост на 5,7% в годовом выражении после роста на 0,6% в прошлом месяце. Обеспечение электрической энергией, газом, паром и кондиционирование воздуха увеличилось на 4,7% в сравнении с ростом на 5,5% в апреле. Водоснабжение, водоотведение, утилизация отходов в годовом выражении выросли на 1,1% после роста на 2,1% в апреле.

Российская промышленность вышла из продолжавшейся два месяца стагнации.

В ноябре суммарный выпуск продукции предприятий в связи с системной деиндустриализацией российской экономики за прошедшие 26 лет упал на 3,6%, по данным Росстата [2]. Зафиксированный результат стал неожиданным для экспертов, которые предполагали, что производство после нулевого показателя в октябре вернется к росту – на 0,4%, согласно консенсус-прогнозу Bloomberg [3].

Ноябрьский спад стал рекордным за все время кризиса: ни разу с момента падения цен на нефть фабрики и заводы не сокращали производство настолько резко. Более того, темпы падения выпуска оказались максимальными даже по сравнению с октябрём 2009 года, когда российская экономика пережила негативные последствия мирового финансового кризиса.

Добыча полезных ископаемых сократилась на 1% на фоне сделки со странами ОПЕК и падения спроса на газ в Европе, из-за которого был вынужден сократить добычу «Газпром».

Несырьевая часть экономики – фабрики и заводы в сегменте обработки – падает еще быстрее: за месяц выпуск продукции обвалился на 4,7%. За три года дешевой нефти и санкций, отделивших Россию от западного финансирования, лишь однажды Росстат фиксировал спад больше – в феврале 2017 г. (на 5,1%).

Доходы населения продолжают сокращаться в реальном выражении (на 1,3% с начала года), уменьшается и платежеспособный спрос. Его отсутствие называет главным препятствием 51% промышленных предприятий.

Препятствий для развития слишком много: из-за дефицита бюджета государство сокращает капиталовложения и расходы на зарплаты; доходы населения уменьшаются в реальном выражении; не получая финансовых ресурсов, предприятия не могут вкладываться в модернизацию, в то время как износ основных фондов превысил 50%.

Проведенный анализ полученных данных позволяют составить макроэкономический прогноз на ближайшие 3 года.

Первые месяцы 2017 года дали противоречивую информацию относительно перспектив экономического развития России. По данным Росстата, в экономике наступил перелом и наметились перспективы роста экономики. Так, ВВП увеличился за первый квартал 2017 года на 0,5%, ИПП вырос до 102,0% по сравнению с предыдущим. Однако появились и тревожные сигналы: так, цены на нефть несколько снизились и по прогнозам в ближайшие полгода

эта динамика, скорее всего, сохранится. Кроме того, неблагоприятные погодные условия на европейской территории страны отрицательно скажутся на объемах производства в сельском хозяйстве. А ведь одним из источников роста ВВП за последние несколько лет являлись именно высокие урожаи и объемы производства в АПК. В таких условиях при разработке прогнозных оценок и составлении плана развития экономики страны на ближайшие три года мы должны пересмотреть свои предыдущие предположения и расширить набор внешних факторов, влияющих на динамику экономического роста.

Говорить о уровне цен на нефть, даже в среднесрочной перспективе, довольно сложно. Так, по мнению ряда экспертов, к 2020 году цены на нефть будут подниматься до 55-57 долл. за барр., а к 2030 году могут достигнуть 80-83 долл. за барр., т.е. приблизятся к цене на нефть в 2014 году. Однако следует отметить, что даже при невысоких, но стабильных ценах на нефть наша экономика может расти довольно устойчиво, поэтому следует рассмотреть два сценария экономического развития: 1) инерционный, при котором цена на нефть составит в 2018 году 50 долл. за барр. и вырастет к 2020 году до 55 долл. за барр., 2) консервативный сценарий развития, при котором цена на нефть постепенно будет снижаться до 40 долл. за барр. к 2019 году [1]. Как показали расчеты, в обоих случаях можно прогнозировать рост экономики от 0,9% до 1,25% к 2020 году.

Таким образом, низкие темпы роста ниже среднемировых будут сопровождать промышленность в ближайшие 2,5-3 года, пока не начнется отдача от комплексных экономических реформ.

Такая же ситуация и с внутренним спросом. Потенциал для его роста имеется, что вместе с ростом промышленного производства могло бы подтянуть экономический рост в России до уровня выше среднемирового. Но для обеспечения таких темпов роста ВВП необходим еще и рост доходов населения. На данный момент они продолжают сокращаться в реальном выражении (на 1,3% с начала года), к тому же уменьшается и платежеспособный спрос. Согласно опросу (51% респондентов), именно низкий уровень платежеспособного спроса населения является главным препятствием развития промышленности в стране.

#### Список источников:

1. Макроэкономический прогноз на 2017–2018 гг.: ставка на слабый рубль себя не оправдывает / Аверкиев В., Дробышевский С., Турунцева М. и др. // Экономическое развитие России. – 2017. – №5. – С. 39.
2. О промышленном производстве в январе-сентябре 2017 года [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/free/B04\\_03/IssWWW.exe/Stg/d03/207.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d03/207.htm).
3. Bloomberg назвал новые локомотивы мировой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/18/08/2017/5995abcc9a79476630e0ebf5>

УДК 339.188:641.562

Сотникова Е.А., Титова А.И.

### ПРИМЕНЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА ПРИ ОБЕСПЕЧЕНИИ ПОСТАВОК ДЕТСКОГО ПИТАНИЯ

*Сотникова Елена Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru*

*Титова Анна Ильинична, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: titanna1396@mail.ru*

*В статье рассматривается необходимость применения инновационных технологий в системе поставок детского питания. Обоснована необходимость совершенствования логистических цепочек при поставках сырья для производства детского питания.*

*Ключевые слова: логистика, кросс-докинг, поставка, логистическая модель, логистическая цепочка, логистические связи, детское питание, качество.*

**Sotnikova E.A., Titova A.I.**

## **LOGISTICAL APPROACH IN THE SUPPLY OF BABY FOOD**

*Sotnikova Elena Anatolievna, Candidate of Economics Sciences, Associate Professor; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: sotnikovaE76@mail.ru*

*Titova Anna Ilinichna; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: titanna1396@mail.ru*

*In the article the necessity of use of innovative technologies in the supply of baby food is considered. The necessity of logistical chains perfection is substantiated in the supply of raw materials for manufacture of baby food.*

*Keywords: logistics, cross-docking, supply, logistical model, logistical chain, logistical links, baby food, quality.*

Рынок детского питания в силу своей специфичности должен бесперебойно снабжаться как на уровне производства, так и на уровне продаж.

Бесперебойное снабжение высококачественным сырьем способствует исключению простоев на производстве, улучшению качества производимого детского питания и, как следствие, лучшему снабжению торговых сетей продуктом необходимого качества.

Совершенствование транспортно-логистического обеспечения торговых сетей дает возможность более эффективно выполнять заказы по поставкам как на региональном, так и на муниципальном уровнях. Применение новых методов логистического обеспечения в поставках детского питания в данном случае является необходимостью. Кроме этого необходимо адаптировать под новые условия хозяйствования уже существующие модели логистики, в том числе и зарубежные аналоги, и совершенствовать их.

Производство и обеспечение поставок детского питания отличается некоторой спецификой, которая и обуславливает необходимость рассмотрения особенностей логистической инфраструктуры.

Так, производителям детского питания необходимо выбирать поставщиков, способных не только обеспечить производство качественным сырьем, но и вовремя его доставить (таблица 1).

Таблица 1 – Объемы продаж и производства детского питания в 2013-2016 годах, тыс. тонн

Показатели	2013	2014	2015	2016	2016/2014
Объемы производства, тыс. тонн	1366	1385	1344	1410	103,22
Объемы продаж, тыс. тонн	1410	1442	1395	1434	101,70

Специфичность детского питания требует организации поставок с таким расчетом, чтобы минимизировать потери скоропортящегося сырья. Все это позволяет говорить о применении к поставщикам более жестких условий при организации поставок, что в свою очередь вызывает необходимость более пристально относиться к выбору способов и методов

логистического обеспечения поставок. Одним из способов является применение логистических концепций поставок.

Кроме обеспечения производства сырьем, организация работы с поставщиками косвенно сказывается и на производительности предприятий и на уровне их конкурентоспособности. Сбои в поставках или поставки некачественного сырья чреваты для производителя и продавца, прежде всего, экономическими потерями, немаловажны и репутационные потери.

Исследования, проводимые в рамках изучения возможностей сокращения издержек торговых сетей, говорит о том, что около пятидесяти процентов возможностей по их снижению находится на уровне закупок. Остальные пятьдесят процентов приходятся на управление поставками и логистику, что предполагает большие резервы в этом направлении.

Если говорить о кросс-докинге, то значение данного термина указывает на обозначение операций товара исключительно на доке. Таким образом, данная логистическая операция технологически определяет действие по приёмке и отгрузке продукции без определения его на хранение.

Кросс-докинг предопределяет совокупность логистических действий непосредственно в цепи поставок, и благодаря им исключается сохранение продукции на складе, при этом прием продукции от поставщика, его поставка со склада грузополучателям, как правило, максимально точно согласуются по времени.

Время от времени под данным термином понимается прямая разгрузка товара с транспортного средства. В данном случае цепочка, возникающая в процессе данной логистической операции, отличается своей простотой, и время от момента заказа до момента получения товара сильно сокращается.

Для снижения логистических затрат, связанных с данной технологией, нужна координация товарного и транспортного потока.

Однако, проводя сравнение обычной складской технологии и кросс-докинга, необходимо отметить, что при одном и том же товаропотоке при осуществлении кросс-докинга нужно значительно большее количество транспортных средств, так как происходит дробление отгрузок на партии. Поставка продукции на склад проходит координирование с того момента, как ее отправил грузополучатель, дабы они передавались непосредственно из зоны (разгрузки) приемки в зону погрузки (экспедиции) и тут же отправлялись для перевозки клиентам [5, с. 6].

Кроме сокращения запасов, кросс-докинг убирает такие виды операций, которые не добавляют продукту стоимости и которые проявляются при размещении товаров и грузов на хранение и последующей грузопереработке. Здесь речь идет именно о четкой организации выборки грузовых единиц по направлениям.

При рассмотрении особенностей технологии прямых поставок становится очевидным, что на входящем и исходящем потоке в большем количестве случаев используется автотранспорт. Однако если смотреть дальше в определение термина и применить способ ядра, то можно указать такой способ, при котором весь товар не подвергается выгрузке из автотранспортных средств, а только его меньшая доля, которая направляется в другое место. К оставшейся же части груза, оставшегося в транспортном средстве, докладывается другой товар, который необходимо доставить в указанное место. Но сейчас, кроме как на железнодорожном транспорте, при сортировке мелких отправок в пути следования такой способ по ряду причин не используется.

Следующей отличительной чертой прямых поставок является непосредственная работа не только с продукцией, но и с формой заказа, так как он изначально формируется на складе не оператором кросс-докинга, а поставщиком товара при отгрузке.

Данный способ позволяет значительно снизить затраты на его обработку, и обязанность за сохранение комплектации товара переложить на поставщика. Далее поручение на поставку/отгрузку приходит на склад непосредственно перед отгрузкой. Этим обеспечен минимальный срок нахождения продукции на складе, и здесь есть необходимость согласования

по времени обеспеченности продукцией, пришедшей от поставщиков, конкретными заказами грузополучателей. И именно количество заказов грузополучателей, их наполнение, график отгрузки, существенно влияют на применяемые логистические операции и оборудование в рамках единой технологии кросс-докинга [6, с. 9].

Способы осуществления прямых поставок так же, как и применяемое технологическое оборудование имеют схожие черты с технологией распределения, исключая тот факт, что распределение товара между грузополучателями осуществляется непосредственно со склада.

Технология прямых поставок приемлема не только для распределительных складов, но и для складов, работающих по традиционной и смешанной технологии. Учитывая это, необходимо опираться на показатели эффективности в целом и не учитывать логистические процессы, присущие каждой технологии по отдельности.

Область применимости технологии прямых поставок:

- очень маленькие партии при огромном ассортименте и применение смешанных паллет;
- возможность к отправке продукции от нескольких поставщиков и объединение сложных к выполнению заказов;
- заказы на продукцию, для которой характерна оборачиваемость на высоком уровне и прогнозируемый спрос;
- необходимость проведения рекламных мероприятий;
- продукция, для которой характерна проверка качества;
- обработка возвратных потоков;

Выделяют два основных вида кросс-докинга (рисунок 1)

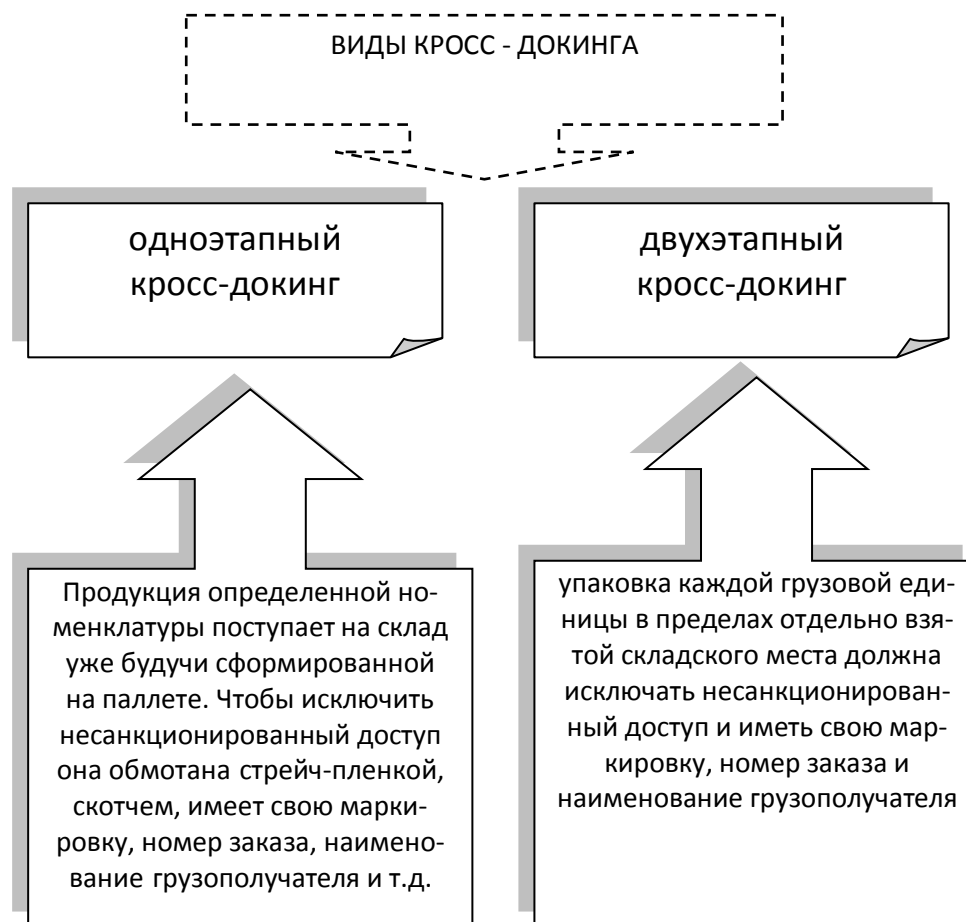


Рисунок 1 – Виды кросс-докинга

Одноэтапный кросс-докинг определяется тем, что заказчик поставляет продукцию одному грузополучателю и заказ идет через склад как отдельный вид заказа [8, с. 68].

В отличие от одноэтапного, двухэтапный кросс-докинг означает, что одна партия, которая подверглась отгрузке на склад в качестве единицы, будет переоформлена как разные части. В этом случае продукция может быть поделена на составляющие и далее собрана в единый заказ вместе с другими частями этого же заказа.

Однако и при одноэтапном, и при двухэтапном кросс-докинге исключают хранение товара на складе. Отталкиваясь от технологии прямых поставок в общем, кросс-докинг рассматривается в привязке к месту формирования партии товара.

Осуществляя одноэтапную прямую поставку, организация-оператор не знает, что она отгружает. Товар одной номенклатуры может поступать на склад уже упакованным в складскую единицу. Для исключения доступа к товару она упакована определенным образом и имеет опознавательные знаки. Таким образом, для правильного соотнесения автотранспортной части прямой поставки приходящая продукция должна быть размещена в зоне экспедиции или зоне погрузки, и после того, как общее количество складских мест будет соотноситься с заданием, происходит отгрузка [9, с. 103].

Двухэтапная прямая поставка отличается тем, что необходима специальная зона для разгрузки и комплектации. Еще одной отличительной особенностью данного вида прямой поставки является то, что упаковывать необходимо так, чтобы исключить нежелательный доступ.

Учитывая многочисленные факторы, влияющие на прямые поставки, необходимы различные проектировочные решения для разного вида кросс-докинга.

Выше было описано только несколько из возможных схем использования прямых поставок. На самом же деле случаев, для которых лучшим решением при товаропотоке следует признать кросс-докинг, очень много. И вопрос заключается в расчете эффективности внедрения данной технологии.

Внедрение технологии кросс-докинга позволяет:

- снизить затраты на постройку склада;
- снизить затраты на хранение, распределение товаров;
- снизить потребность в человеческих ресурсах, оптимизировать и повысить производительность труда;
- сократить запасы неликвидных товаров;
- сократить возвраты при отсутствии ошибок в сортировании товаров;
- сократить затраты от списания просроченных и неликвидных товаров;
- сократить запасы товаров в магазинах.

При внедрении технологии кросс-докинга существуют ограничения. Необходимо, чтобы поставки продукции были хорошо спрогнозированы, нужно следить за тем, чтобы продукция сразу же отгружалась, требуется четкая организация трудовой деятельности, автоматизация работы склада.

#### Список источников:

1. Лебедева О.А., Сотникова Е.А. Коммуникации и логистика в сфере услуг // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – №2. – С. 320-325.
2. Макарова Т.Н., Лебедева О.А., Сотникова Е.А. Актуализация создания аналитической платформы для поддержки малых и средних предприятий // Вестник ОрелГИЭТ. – 2017. – №2 (40). – С. 43-48.
3. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А. Логистика инструментарий, способствующий повышению эффективности деятельности коммерческих предприятий // Поволжский торгово-экономический журнал. – 2012. – №2. – С. 6-12.
4. Соболева Ю.П., Сотникова Е.А. Построение эффективного бизнеса с учетом логи-

стического подхода // Современный менеджмент: теория и практика: материалы международной научно-практической конференции (Орел, 16 октября 2011 г.) / Под общ. ред. проф. Н.И. Лыгиной. – Орел: Изд-во ОрелГИЭТ, 2011. – С. 128-134.

5. Сергеев В.И. Еще раз к вопросу о терминологии в логистике и управлении цепями поставок // Логистика и управление цепями поставок. – 2015. – №5. – С. 6-18.

6. Сергеев В.И. Новое видение системы контроллинга логистических бизнес-процессов в цепи поставок // Логистика и управление цепями поставок. – 2014. – №5. – С. 9-21.

7. Тяпухин С.В. Регулирование надбавок на продукты детского питания отменено // Торговля: бухгалтерский учет и налогообложение. – 2017. – №4. – С. 70-71.

8. Холопов К.В., Соколова О.В. Проблемы функционирования и основные направления построения и регулирования российского рынка международных транспортно-логистических и транспортно-экспедиторских услуг // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. – №1. – С. 68-81.

9. Холопов К.В., Соколова О.В. Состояние и анализ функционирования российской системы транспортно-логистического обеспечения внешнеэкономической деятельности // Российский внешнеэкономический вестник. – 2015. – №12. – С. 101-117.

10. Sustainable development of large entrepreneurial structures in competitive environment / I.R. Lyapina, S.A. Izmailkova, E.A. Sotnikova et al. // Journal of Applied Economic Sciences. – 2016. – №7. – Vol.11.

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

УДК 371.315

Шарова Н.С., Комиссарова Е.А., Сорока В.В.

### ПРЕИМУЩЕСТВА ПРЕПОДАВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭЛЕКТРОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Шарова Надежда Сергеевна*, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: Nadin-1989@mail.ru

*Комиссарова Елена Александровна*, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: komisselena@mail.ru

*Сорока Василий Васильевич*, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: vaseksoroka@mail.ru

Статья посвящена преимуществу преподавания с использованием дистанционного обучения. Технологии дистанционного обучения – это совокупность методов и средств обучения и администрирования учебного процесса, обеспечивающих проведение учебных занятий на расстоянии, базирующихся на современных коммуникационных технологиях. Применение дистанционных технологий в образовании повышает возможность вариативности способов получения образования, облегчает доступ к информации преподавателей и обучающихся, позволяет по-новому организовать их взаимодействие, способствует развитию самостоятельности студента. Электронное обучение – это технология обучения, основанная на применении средств вычислительной техники и систем передачи данных для представления и доставки знаний, поддержки взаимодействия преподавателя и студента, а также контроля знаний. Использование электронного обучения и дистанционных образовательных технологий позволяет организовать учебный процесс более эффективным способом. Электронное обучение дает возможность сформировать диалоговую связь преподавателя и студентов. Дистанционные образовательные технологии предоставляют участникам образовательного процесса выход за границы классических конфигураций обучения, а также возможность для освоения образовательных программ в удобное для них время, в любом месте их нахождения, где есть компьютер и Интернет.

Ключевые слова: дистанционное обучение, информационные технологии, электронный курс.

Sharova N.S., Komissarova E.A., Soroka V.V.

### ADVANTAGES OF TEACHING WITH ELECTRONIC TRAINING AND REMOTE EDUCATIONAL TECHNOLOGIES

*Sharova Nadezhda Sergeevna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: Nadin-1989@mail.ru

*Komissarova Elena Alexandrovna*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: komisselena@mail.ru

*Soroka Vasily Vasilyevich*; Orel State University of Economics and Trade; 12 Oktyabrskaya Street, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: vaseksoroka@mail.ru

The article is devoted to the advantage of teaching with distance learning. Distance learning technologies are a set of methods, training aids and management of educational procedures which provide to carry out

*educational process distantly on the basis of modern communication technologies. Application of distance technologies in education increases the variability of the ways of education, facilitates the access of teachers and students to information, allows organizing their interaction in a new way and promotes development of student's cognitive self-sufficiency. Electronic training is the training technology based on the use of computer aids and systems of data transmission for presentation and delivery of knowledge, interaction of the trained and training, and for knowledge monitoring as well. Use of electronic training and distance educational technologies allows organizing educational process more effectively. Electronic training gives the chance to generate dialogue communication of the teacher and students. Distance educational technologies widen the borders of education and make it possible for the students to use educational programs at time convenient for them and irrespective of their location, in any place where there is a computer and the Internet.*

*Keywords: distance learning, information technologies, electronic course.*

Сегодня для активизации учебной деятельности обучающихся используются всевозможные методы и формы обучения, а также инновационные образовательные технологии, основанные на использовании информационно-коммуникативных систем. Использование современных информационных технологий в преподавательской деятельности предполагает переход к их использованию в информационно-коммуникативных сетях, включая совокупность мультимедийных средств, формирование и применение электронного обучения и дистанционного образования.

Комбинирование классических методов очного образования с электронным обучением и дистанционными технологиями, базирующееся на принципах взаимодополнения, предоставит возможность максимально использовать преимущества этих видов обучения и избавиться от их недостатков.

Дистанционное обучение по своей структуре отличается от классического, очного обучения. Поэтому успешная разработка и применение в образовательной деятельности дистанционных занятий начинается с тщательного анализа целей и задач обучения. Использование дистанционных технологий в образованном процессе повышает вариативность способов получения образования, открывает и облегчает доступность информации для преподавателей и студентов, позволяет наладить организацию их взаимодействия, развивает познавательную активность обучающихся [2].

Среди средств организации дистанционного обучения выделяют следующие:

- 1) системы управления обучением (Learning Management Systems – LMS);
- 2) системы управления содержимым (контентом) (Content Management Systems – CMS);
- 3) системы управления учебным контентом (Learning Content Management Systems – LCMS);
- 4) авторские программы (Authoring Packages).

Интеграция дистанционного и традиционного обучения невозможна без создания информационно-образовательной среды. Наиболее известной и популярной в нашей стране системой управления дистанционным обучением является система LMS Moodle (англ. Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment). Модульная объектно-ориентированная динамическая учебная среда предоставляет педагогу большой набор инструментов для демонстрации учебно-методических материалов курса, реализации практических и теоретических форм обучения, организации индивидуальной и группой учебной деятельности обучающихся.

Внедрение в процесс обучения учебных курсов, разработанных в Moodle, обеспечивает ряд положительных моментов. Организация учебного процесса становится более продуктивной. С помощью инновационных форм и технологий повышается мотивация и интерес студентов к обучению. Развиваются профессиональные компетенции и навыки студентов, улучшается взаимодействие между преподавателем и обучающимися, повышается качество образования, социальная и профессиональная мобильность студентов, расширяется кругозор

и уровень самосознания.

В зависимости от статуса в Moodle выделяют различные уровни доступа:

1. Администратор – разрабатывает интерфейс, создает и имеет доступ ко всем электронным курсам, добавляет пользователей.
2. Создатель курса – преподаватель, который создает курсы, разрабатывает программы обучения, а также методические материалы к курсам.
3. Учитель – педагог, обладающий правами управления над всем курсом, в частности может добавлять и убирать элементы курса, комментировать работу студентов, выставляет оценки. Но учитель не имеет возможности создавать аккаунты для входа в систему.
4. Студент – использует Moodle для обучения.
5. Гость – обладает правами просматривать разделы курса (если это разрешено), но не имеет возможности выполнять учебные задания [4].

Информационная обучающая система Moodle – совокупность различных курсов. Под курсом в системе следует понимать процесс обучения по определенной программе.

Элементы курса являются реализацией практических занятий при сетевом обучении и обладают интерактивностью. Структурными элементами курса являются: задания, лекция, семинар, опрос, тест, рабочая тетрадь, форум, чат, глоссарий.

Определены две категории, характеризующие роль интерактивных элементов в учебном процессе:

1) Элементы сетевого взаимодействия – это набор элементов (Форум, Глоссарий и т.д.), в работе с которыми первоочередной является задача организации сотрудничества обучающихся и педагога в получении новых знаний.

2) Инструменты контроля и проверки знаний предназначены для определения уровня знаний учащихся (Задание, Тест, Лекция и т.д.).

За выполнение Заданий, прохождение Опросов, Тестов и Лекций обучающимся выставляются отметки, которые можно отслеживать в журнале успеваемости. Оценка может выставляться или педагогом, или генерироваться автоматически (в зависимости от типа задания) [1].

Обучение студентов по разработанному курсу можно организовать следующим образом. С теоретическими основами изучаемой дисциплины учащийся знакомится, прочитывая и анализируя содержание лекций. Глоссарий знакомит студента с новыми терминами и понятиями, которые встречаются в данном разделе. Самоконтроль, прохождение тестов, оценивание своих знаний. Результаты тестирования поступают в личный кабинет студента. По завершении изучения курса учащийся проходит итоговую контрольную работу, и в зависимости от набранных баллов студент либо допускается, либо не допускается к итоговой аттестации, которая проходит в очной форме.

Таким образом, к возможностям созданного курса относятся:

- просмотр примеров, разобранных задач и их изучение;
- выполнение тестов и их обработка;
- просмотр индивидуальных и групповых ведомостей оценок студентов по результатам выполнения заданий и прохождения тестирования;
- поиск слов или словосочетаний.

Преимуществами электронного взаимодействия можно назвать: повышение качества преподавания на основе быстрого оценивания знаний, умений и навыков студентов; многоуровневый мониторинг процесса обучения; оперативное управление ходом учебного процесса; эффективную и удобную работу преподавателя.

Содержание электронного курса должно быть спланировано таким образом, чтобы обучающиеся понимали взаимосвязь очных занятий и материалов дистанционного курса. В этом случае студенты могут самостоятельно построить индивидуальную образовательную траекторию, позволяющую добиться наилучших результатов в изучении предмета.

Лекция по праву считается ведущей формой организации образовательного процесса

в вузах и колледжах. Но в настоящее время все чаще лекцию подвергают критике как неэффективную форму организации учебной деятельности обучающихся. Аргументы критиков таковы: большую часть лекции обучающиеся пассивно воспринимают информацию, механически, не анализируя смысла, записывают слова лектора-преподавателя.

В этом случае использование дистанционных технологий обучения позволяет иначе организовать процесс обучения. Преподаватель на лекции, применяя такие активные формы работы, как проблемный подход, диалогичное изложение материала, показывает важность изучаемой темы и ее место в курсе.

При этом основной задачей преподавателя является подготовка обучающихся к самостоятельной работе по изучению данной темы в электронном курсе; постановка проблем, которые студенты должны разрешить, осваивая теоретические аспекты курса; показать, с какими трудностями они могут при этом столкнуться.

Основной объем теоретического материала студенты рассматривают самостоятельно в электронном курсе в часы внеаудиторной самостоятельной работы. Поэтому нужно разъяснить студентам, как рационально организовать самостоятельную учебную деятельность. Теория в электронном курсе должна быть организована в виде лекций, каждую из которых можно было бы изучить не более чем за 2 академических часа. Обучающиеся должны понимать, какое количество электронных лекций они должны проработать и изучить самостоятельно до следующей очной лекции и равномерно распределить эту нагрузку [2].

В ходе самостоятельного изучения теоретического материала у студентов обязательно будут возникать вопросы по тем или иным аспектам. Основные, наиболее часто встречающиеся вопросы должны быть разобраны на следующей очной лекции.

Преподаватель может проводить и дистанционные консультации, например, при помощи форума. В этом случае меняется роль и задачи лекций, от трансляции знаний – к развитию мышления, подготовки студентов к дальнейшему самообразованию и научной работе в конкретной области знаний.

Самостоятельную работу студентов с практическим материалом можно организовать аналогичным образом. Для внеаудиторной самостоятельной работы можно подготовить разбор методов решения типовых задач, решение по образцу и по заданным алгоритмам. Необходимые для решения задач справочные и дидактические материалы должны быть размещены в электронном курсе. При этом во время очных семинаров освободится время для решения заданий повышенного уровня сложности, знакомство с которыми стимулирует поисковую и творческую активность студентов [5].

Применение электронных технологий позволяет преподавателю расширить систему оценивания, облегчает контроль и позволяет сделать его систематическим. Практически все LMS, в том числе и LMS Moodle, имеют функциональный тестовый модуль и позволяют в электронных курсах создавать тесты, содержащие различные виды тестовых заданий (множественный выбор, на соответствие, короткий ответ и др.), поддерживается ввод формул в формате TeX.

Тестирование предоставляет широкие возможности по контролю как теоретических знаний, так и практических умений и, основываясь на анализ результатов прохождения теста, скорректировать дальнейший процесс обучения, рассмотреть на практических семинарах вопросы и задания повышенного уровня сложности. Систематический электронный автоматизированный контроль наряду с традиционными средствами контроля результатов обучения дает возможность более объективной оценки достижений студентов и мотивирует их к систематической учебной работе [1].

Анализ собственного опыта, а также публикаций и статей по данной теме позволяет нам сделать вывод о том, что возможности использования электронного и дистанционного обучения для подготовки и повышения квалификации студентов имеют большие перспективы. Для реализации основных преимуществ в этой области необходимо разрабатывать гибкие программы обучения и курсы, учитывающие цели, потребности и предпочтения, а также

индивидуальные особенности обучающихся. Также следует отметить, что в целом дистанционная поддержка позволяет организовать интерактивное взаимодействие преподавателя и обучающихся, предоставляя им возможность выйти за рамки традиционных форм преподавания, позволяя выстраивать индивидуальные образовательные маршруты в открытом информационно-образовательном пространстве.

Список источников:

1. Андреев А.В., Андреева С.В., Доценко И.Б. Практика электронного обучения с использованием Moodle. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2008 – 146 с.
2. Гильмутдинов А.Х., Ибрагимов Р.А., Цивильский И.В. Электронное образование на платформе Moodle. – Казань: Изд-во КГУ, 2008. – 169 с.
3. Документация ALT Linux Team [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.altlinux.org/current/modules/moodle>.
4. Единый образовательный портал Алтайского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://portal.edu.asu.ru/pluginfile.php/13894/mod\\_res](http://portal.edu.asu.ru/pluginfile.php/13894/mod_res).
5. Иванова Е.О., Осмоловская И.М. Теория обучения в информационном обществе. – М.: Просвещение, 2011. – 190 с.
6. Moodle – Open-source learning platform [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.org>.

УДК 001.4

**Тормозов И.В., Комиссарова Е.А., Шарова Н.С.**

### ОПЫТ И РАССУЖДЕНИЕ В НАУКЕ

*Тормозов Игорь Васильевич, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: prot-tor@liveinternet.ru*

*Комиссарова Елена Александровна, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: komisselena@mail.ru*

*Шарова Надежда Сергеевна, «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: Nadin-1989@mail.ru*

*Любая наука стремится выйти за пределы существующей системы знаний, приобрести новое знание. В статье рассматриваются два основных способа получения нового знания – опыт и рассуждение, результаты опытного знания на примере эмпирического факта. Опыт представляет собой опытное, эмпирическое знание. Описаны четыре главных признака эмпирического факта, эмпирический и теоретический уровень научного познания. Представлены методы научного познания на наблюдение и эксперимент.*

*Ключевые слова: наблюдение, эксперимент, опыт, рассуждение, эмпирический факт.*

**Tormozov I.V., Komissarova E.A., Sharova N.S.**

### PRACTICE AND REASONING IN SCIENCE

*Any science aspires to go out of the existing knowledge and to get new knowledge. In the article two basic ways of reception of new knowledge – practice and reasoning, the results of experimental knowledge on the example of empirical fact – are considered. Practice is trial, empirical knowledge. Four main features of empirical fact, empirical and theoretical level of scientific knowledge are described. Methods of scientific*

*cognition for observation and experiment are presented.*

*Keywords: observation, experiment, practice, reasoning, empirical fact.*

Любая наука стремится выйти за пределы существующей системы знаний, приобрести новое знание. Существуют два основных способа получения нового знания – опыт и рассуждение. Опыт представляет собой опытное, эмпирическое знание. Оно характеризуется как знание непосредственное, т.е. такое, когда исследователь и субъект познания входят в непосредственный познавательный контакт с объектом изучения. Эту познавательную ситуацию можно изобразить схемой:  $S \leftrightarrow O$ .

Результатом опытного знания является эмпирический факт, событие или явление. Эмпирический факт – это элемент научного знания, высказываемый в словесной или знаковой форме. Эмпирический факт обладает рядом признаков. Во-первых, это событие, которое вписано в теорию или контекст частной науки. Каждый новый факт находит своё место в конкретной научной проблеме. Поскольку реальные объекты обладают целым комплексом качеств, то один и тот же объективный факт описывают с помощью множества эмпирических фактов. Например, обтекание газом движущегося тела учитывает такие связи природы, как законы трения, свободного падения, колебания, аэродинамики. Во-вторых, эмпирический факт призван обобщать нечто общее путём обработки статистических данных, протоколов наблюдений. В-третьих, эмпирический факт устанавливают с помощью определённой методики, исключающей ошибки, с учётом мнения компетентных специалистов. В-четвёртых, он должен быть воспроизводим другим исследователем. Если результаты не воспроизводятся, то они не надёжны и не могут считаться достоверными.

Само эмпирическое познание выражается в наблюдении. Наблюдение – способ получения информации путём прямой и непосредственной регистрации событий и условий протекания. Оно присутствует не только при реальном контакте с объектом, но и во внешнем воображении (математика, чтение – знаковое наблюдение). В процессе наблюдения исследователь получает данные как о внешних сторонах объекта познания, так и о его существенных свойствах и отношениях. Но самое главное, для чего проводят наблюдение, – это поиск закономерностей в полученной информации и причин, которые их объясняют. Оно может происходить как в природных условиях, когда наблюдатель не вмешивается в естественный ход событий, так и в специально созданных условиях, например в лаборатории. Наблюдение бывает непосредственным и опосредованным. Непосредственное наблюдение осуществляется органами чувств человека. Опосредованное наблюдение проводят с помощью различных технических устройств (наблюдение за звёздным небом с помощью телескопа, наблюдение за микроорганизмами с помощью микроскопа, с помощью специальных сканирующих микроскопов наблюдают атомы или группы атомов). Такое наблюдение является одним из основных средств познания в современной науке. Научному наблюдению предъявляются требования однозначности замысла, возможности контроля путём повторного метрологического сравнения и интерпретации результатов. Результатом наблюдений будут научные факты, составляющие базис любой науки, которые фиксируются в специальных дневниках, протоколах и файлах. В научной практике данные виды наблюдения используются в сочетании друг с другом. Но одним наблюдением опытное знание не исчерпывается. Оно реализуется в описании фактов, их объяснении, систематизации и каталогизации. Наука не ограничивается протоколированием существующих фактов. Частным случаем наблюдения является эксперимент – опыт, который обладает познавательным, целенаправленным и методическим характером. В научном познании эксперимент занимает ведущие позиции, особенно в естественных науках, однако всё большее значение приобретают социальные эксперименты в связи с потребностями совершенствования управления и организации обществом. Чтобы добытые факты точнее отражали существо рассматриваемого объекта, его необходимо поставить в соответствующие условия, т.е. провести эксперимент. Виды проводимых экспериментов разнообразны как по своим функциям (исследовательские, контрольные, воспроизводя-

щие), так и по характеру объектов (физические, химические, биологические). Эксперимент обладает двусторонними свойствами. Он может как подтвердить или опровергнуть гипотезу, так и содержит возможность выявления новых факторов. Основными существенными отличиями эксперимента от наблюдения являются: изменение и преобразование объекта исследования, контроль объекта и проверка результатов, многократная воспроизводимость изучаемого объекта. Для этого между субъектом и объектом помещаются приборы, приборные установки и другие средства реального наблюдения и эксперимента, с помощью которых проводятся экспериментальные исследования. Примером могут служить установки в современной ядерной физике, приготовляющие пучки частиц, стабилизированные по таким параметрам, как энергия, импульс, поляризация. Данная познавательная ситуация схематически представляется следующим образом:  $S \leftrightarrow П \leftrightarrow O$ . Любой эксперимент может осуществляться как непосредственно с объектом, так и с «заместителем» этого объекта – моделью. Модель используют в случае, когда непосредственное оперирование с объектами невозможно или затруднительно. Использование моделирования в научном познании связано с необходимостью раскрытия сторон объекта, которые невозможно непосредственно изучить или нецелесообразно изучать в силу каких-либо ограничений. Таким образом, эксперимент как одна из форм практики является источником знаний и критерием их истинности.

Вторым способом получения нового знания является рассуждение. Многие познавательные ситуации обусловлены тем, что опытное познание ограничено в своих возможностях. Это связано с тем, что отсутствует возможность непосредственного контакта субъекта познания с исследуемым объектом. Объект познания по своим качествам несоизмерим с возможностями восприятия человека. Также объект познания может не существовать как некоторое нематериальное тело, которое можно пронаблюдать, взвесить либо измерить. Примером служат математические абстракции, физические и химические понятия, реалии социума: государство, законы, справедливость, равенство. Единственным способом получения нового знания о таком объекте оказывается рассуждение. Как познавательная операция познание представляет собой мыслительное моделирование, логический вывод заключения из имеющихся данных, рассуждение по аналогии, индуктивное обобщение.

Заключение такого рассуждения содержит в себе новое по отношению к своим предпосылкам знание. Переход в рассуждении от предпосылок к выводам осуществляется по определённым правилам, нарушение которых приводит к ложному результату.

Многие науки пользуются методом рассуждения. В теоретической математике, физике, химии, биологии, экономике, социологии разрабатываются гипотезы, строятся модели интерпретации, формулируются выводы, статистические обобщения, устанавливаются принципы полноты и непротиворечивости доказательства, достаточности исходных данных, правил их преобразования.

Каждая развитая наука имеет свои специальные методы получения нового знания опосредованным путём. Такие методы называют практическими.

Своя практичность есть у каждого человека. Такие элементы, как последовательность, упорядоченность, определённая заложены в языке, в правилах грамматики и пунктуации. В житейском опыте люди используют обыденную логику, которая стихийна, интуитивна, различна по глубине. Нам кажется, что достаточно в рассуждении употребить такие слова и выражения, как «следовательно», «таким образом», «поэтому», как это сразу станет синонимом логичности. Вместе с тем существуют чёткие правила «логичности», которые мы применяем в повседневном общении. Так, мольеровский Журден, персонаж комедии «Мещанин во дворянстве», был изрядно поражён тем обстоятельством, что всю жизнь говорил прозой и не подозревал об этом.

Практическая логика как использование различных рассуждений имеет большое значение для приобретения новых знаний. Однако ни одна наука, использующая практическую логику в качестве познавательного средства, не изучает научными методами сами эти познавательные средства.

Вместе с тем требуется отдавать отчёт в том, каковы условия применения разных рассуждений, какие структуры и общие схемы рассуждений бывают и как они применяются, а также каковы гарантии, которые позволяют, имея верные предпосылки, получать с помощью рассуждений всегда верный результат в научном познании.

### Список источников:

1. Диалектика чувственного и логического, эмпирического и теоретического в познании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.traktat.ru> (дата обращения: 30.09.2017).
2. Курбатов В.И. Логика. Учебное пособие для студентов вузов. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – 320 с.
3. Методы научного исследования и их классификация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ifilosofia.ru> (дата обращения: 1.10.2017).
4. Методы эмпирического исследования: наблюдение, измерение и эксперимент. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://frikes.narod.ru> (дата обращения: 30.09.2017).
5. Общенаучные методы и приёмы исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.booksite.ru> (дата обращения 30.09.2017).
6. Стёпин В.С., Голдберг Ф.И. Методы научного познания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru> (дата обращения: 30.09.2017)
7. Степин В.С., Горохов В.Г., Розов М.А. Философия науки и техники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gumer.info> (дата обращения: 1.10.2017).
8. Философия науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://filn.auk.ru/> (дата обращения: 30.09.2017).

ФГБОУ ВПО «Орловский государственный университет экономики и торговли» и редакция журнала «Экономическая среда» приглашает к сотрудничеству преподавателей, научных работников, аспирантов и соискателей, студентов.

### УСЛОВИЯ ПУБЛИКАЦИИ МАТЕРИАЛОВ:

**Требования к статьям:**

- Статьи должны носить аналитический, а не описательный характер, автором должен быть четко определен круг рассматриваемых вопросов, их актуальность и цели исследования. В статье не следует приводить лишь перечень цитат и точек зрения, необходимо провести их анализ и на его основе дать систематизацию взглядов по исследуемой проблеме, сформулировать авторский подход к теме. Позиции автора должны быть аргументированы и логически выдержаны. Статью необходимо начать с описания проблемы (задачи) и завершить выводами и предложениями.
- К рассмотрению принимаются статьи объемом не менее 0,25 и не более 1,0 печатных листа (10 000 – 40 000 знаков с пробелами).
- Обязательными элементами статьи являются Ф.И.О. всех авторов, заглавие (название) статьи, аннотация, ключевые слова, список литературы, сведения об авторах.
- Фамилии и инициалы авторов статьи приводятся перед заглавием, в отдельной строке, выделяются жирным шрифтом. Число авторов статьи, как правило, не должно превышать трех человек.
- Заглавие (название) не должно быть слишком длинным, должно полностью отвечать содержанию статьи. Заглавие размещается по центру строки, набирается заглавными (прописными) буквами, без переносов, выделяется жирным шрифтом.
- Аннотация (150 – 500 знаков с пробелами) и ключевые слова размещаются перед текстом статьи (после заглавия) и выделяются курсивом. Текст аннотации должен быть лаконичным, связным, логичным и информативным.
- Список литературы приводится в конце рукописи в алфавитном порядке (по фамилиям авторов) в соответствии с принятыми стандартами библиографического описания (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»). В статье рекомендуется привести ссылки все использованные автором литературные источники и статистические данные.
- Сведения об авторах, научном руководителе (для статей аспирантов, соискателей) и рецензентах приводятся в конце статьи, после списка литературы.
- Рекомендуется продублировать сведения об авторе (ах) в отдельном файле:

Ф.И.О. полностью	
Ученая степень, звание:	
Должность:	
Место работы, город, страна:	
Почтовый адрес (для связи с редакцией, не публикуется):	
Телефон, e-mail (для связи с редакцией, не публикуется):	
E-mail (для опубликования):	
Название рукописи:	
Объем в усл. (авт.) п.л.:	
Научный руководитель (только для статей аспирантов, соискателей): Ф.И.О., уч.степень, звание, должность, место работы, e-mail	

– Статьи, предназначенные для публикации в журнале, подлежат обязательному рецензированию. Статьи аспирантов (соискателей) должны сопровождаться положительной рецензией (отзывом) за подписью научного руководителя или заведующего кафедрой. Скан-копия рецензии направляется в редакцию вместе со статьей (отдельным файлом).

– Рукопись должна сопровождаться документом, подтверждающим проверку работы на наличие плагиата. Рекомендуемый Интернет-сервис для проверки AntiPlagiat.ru (режим доступа: <http://www.antiplagiat.ru>).

### Требования к оформлению:

– Редакция принимает материалы только в электронном виде (рекомендуется направлять материалы на e-mail журнала: [economicsreda@mail.ru](mailto:economicsreda@mail.ru) – «Экономическая среда»).

– Материал должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word в форматах doc, docx или rtf: шрифт Times New Roman – 12 пт., обычный; межстрочный интервал – одинарный; абзацный отступ – 1,25 см.; все поля – по 20 мм. Текст должен быть выровнен по ширине. Не допускается вставка разрыва страниц, разрыва разделов, деление текста на колонки и иное дополнительное форматирование. Обязательны ссылки на рисунки, таблицы и использованные источники в тексте.

– При вставке формул необходимо использовать MicrosoftEquation. Формулы выполняются курсивом (основной размер символа 10-12 pt), размещаются по центру строки, нумерация справа в круглых скобках. В формулах в качестве символов следует применять обозначения, установленные соответствующими государственными стандартами. Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле. Значение каждого символа и числового коэффициента следует давать с новой строки. Первую строку пояснения начинают со слова «где» без двоеточия. Если уравнение не умещается в одну строку, оно должно быть перенесено после знака равенства «=», или после знака «+», или после других математических знаков с их обязательным повторением в новой строке.

– Рисунки должны быть черно-белыми, толщина линий не менее 0.5 pt. Ширина рисунка не должен превышать 160 мм, высота – 200 мм. Разрешение не менее 300 pp. Отдельные блоки и элементы в рисунках и схемах следует сгруппировать. Номер и наименование размещаются под рисунком, по центру строки. Пример оформления подписи к рисунку:

...

Рисунок 1 – Классификация различных подходов к целям государственной политики формирования доходов населения

– Цифровой материал в статье рекомендуется оформлять в виде таблиц. Таблицу, в зависимости от ее размера, помещают под текстом, в котором впервые дана ссылка на нее, или на следующей странице. Заголовки столбцов и строк таблицы следует писать с прописной буквы, а подзаголовки – со строчной буквы, если последние подчиняются заголовку. Разделять заголовки и подзаголовки диагональными линиями не допускается. Графу «№ п/п» в таблицу не включают. В таблице допускается уменьшение шрифта до 10 пт. При переносе таблицы на другой лист головку таблицы (первую строку с заголовками столбцов) следует повторить в начале каждой страницы. Если головка таблицы велика, то допускается ее не повторять, в этом случае ниже головки необходимо разместить дополнительную строку с номерами столбцов, тогда каждый следующий лист начинается со строки с номерами столбцов. Каждая таблица должна иметь номер и название, которые располагаются перед таблицей.

Пример оформления таблицы:

Таблица 1 – Состав стейкхолдеров, которых менеджмент компаний считает наиболее значимыми (% от числа опрошенных)

Стейкхолдеры	2012 год	2013 год
1. Акционеры (участники)	83	52
2. Сотрудники	70	54

– Кавычки в тексте статьи должны выглядеть так: «...». Ссылки на литературные источники и приведенные в статье статистические данные следует оформлять в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5–2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила оформления». Ссылку на список литературы в тексте статьи необходимо заключать в квадратные скобки «.....» [1].

### **МАТЕРИАЛЫ, НЕ СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ТРЕБОВАНИЯМ, НЕ РАССМАТРИВАЮТСЯ!**

Представляя текст работы для публикации в журнале, авторы гарантируют правильность всех сведений о себе, отсутствие плагиата и других форм неправоверного заимствования в рукописи произведения, надлежащее оформление всех заимствований текста, таблиц, схем, иллюстраций. Авторы опубликованных материалов несут ответственность за подбор и точность приведенных фактов, цитат, статистических данных и прочих сведений. Редакция не несет ответственность за достоверность информации, приводимой авторами.

В случае нарушения данной гарантии и предъявления в связи с этим претензий к редакции авторы самостоятельно и за свой счет обязуются урегулировать все претензии. Редакция не несет ответственности перед третьими лицами за нарушение данных авторами гарантий.

Авторы, направляя рукопись в редакцию, поручают редакции обнародовать произведение посредством его опубликования в печати и размещения электронной копии статьи на сайте журнала, в научных электронных библиотеках и базах данных.

Редакция в обязательном порядке осуществляет рецензирование, необходимое научное и стилистическое редактирование всех материалов, публикуемых в журнале. Рецензирование и редактирование рукописей (научное, стилистическое, техническое) осуществляют редакционный совет и редколлегия журнала в соответствии с требованиями ВАК РФ к изданию научной литературы. Редколлегия осуществляет за собой право отклонять работы по тем или иным причинам. Редакция не берет на себя обязанность объяснять авторам нетехнические причины отклонения статей. С журналом сотрудничают высококвалифицированные специалисты, и их заключение является определяющим для судьбы статьи.

Редакция не гарантирует каких-либо сроков опубликования статей, получивших положительную рецензию. В среднем между прохождением статьи через технический контроль и публикацией при положительном решении редколлегии проходит 1-3 месяцев.

При публикации материалов приоритет отдается подписчикам журнала.

**Направление материалов в редакцию для публикации означает согласие автора с приведенными выше требованиями.**