



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
nauchforum.ru

ISSN: 2541-8408



**№11(23)**

# **НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2018



# НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам XXIII международной  
научно-практической конференции*

№ 11 (23)  
Декабрь 2018 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва  
2018

УДК 33  
ББК 65  
НЗ4

Председатель редколлегии:

**Лебедева Надежда Анатольевна** – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

**Илларионова Елена Александровна** – канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента, Филиал АНОО ВО "Воронежский экономико-правовой институт", Россия, г. Старый Оскол;

**Самойленко Ирина Сергеевна** – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

**Комарова Оксана Викторовна** – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

**НЗ4 Научный форум: Экономика и менеджмент:** сб. ст. по материалам XXIII междунар. науч.-практ. конф. – № 11 (23). – М.: Изд. «МЦНО», 2018. – 74 с.

ISSN 2541-8408

Статьи, принятые к публикации, размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2018

## **Оглавление**

<b>Экономика</b>	<b>5</b>
<b>1. Бухгалтерский учет, статистика</b>	<b>5</b>
ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ	5
Гребнев Геннадий Дмитриевич Саушкина Виктория Владимировна	
<b>2. Маркетинг</b>	<b>12</b>
МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ	12
Никитина Анастасия Владимировна	
ВАЖНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	19
Шматков Руслан Николаевич Гузенко Ольга Вячеславовна Нежинская Елизавета Сергеевна	
<b>3. Менеджмент</b>	<b>23</b>
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ: ОПЫТ ПРОЕКТНО- ОРИЕНТИРОВАННОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ	23
Баев Леонид Александрович Дзензелюк Наталья Сергеевна Правдина Наталья Викторовна	
ПРОФАЙЛИНГ– ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА	30
Евсеев Сергей Владимирович Шуракова Ольга Ивановна	
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ В МЕНЕДЖМЕНТЕ	35
Котова Анастасия Валериевна Моргач Владимир Евгеньевич	
МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ	39
Роцин Александр Витальевич	

<b>4. Региональная экономика</b>	<b>45</b>
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ АГЛОМЕРАЦИИ В ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ АКТЮБИНСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ) Мусабаев Турлыбек Туркпенович Баракбаев Арслан	45
<b>5. Экономика и управление народным хозяйством</b>	<b>57</b>
МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ИННОВАЦИЯМИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ Абдельмаджид Фатхи Эльсайд Юссеф	57
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ Татаркулова Радмила Алийевна	62
<b>6. Экономика предпринимательства</b>	<b>67</b>
СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ Зайнетдинова Амира Рустамовна Ширяева Гульнара Филарисовна	67

## ЭКОНОМИКА

### 1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

#### ПРОБЛЕМА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НЕФТЕПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*Гребнев Геннадий Дмитриевич*

*канд. экон. наук, доцент,  
Оренбургский государственный университет,  
РФ, г. Оренбург*

*Саушкина Виктория Владимировна*

*магистрант,  
Оренбургский государственный университет,  
РФ, г. Оренбург*

#### THE PROBLEM OF EVALUATING THE EFFECTIVENESS AND RATIONAL USE OF FIXED ASSETS OF OIL REFINERIES

*Gennady Grebnev*

*candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Orenburg State University,  
Russian Federation, Orenburg*

*Victoria Saushkina*

*master student, Orenburg State University,  
Russian Federation, Orenburg*

**Аннотация.** В статье рассмотрена методика проведения анализа эффективности использования основных средств, обозначены направления совершенствования методики расчета показателей анализа эффективности использования основных средств, приведены примеры расчетов показателей на двух нефтеперерабатывающих предприятиях.

**Abstract.** The article discusses the methodology for analyzing the efficiency of use of fixed assets, outlines directions for improving the methodology for calculating indicators for analyzing the efficiency of using fixed assets, gives examples of calculating indicators for two refineries.

**Ключевые слова:** нефтеперерабатывающее предприятие, основные средства, методика, эффективность, фондоотдача; фондоемкость; фондорентабельность.

**Keywords:** oil refining enterprise, fixed assets, methodology, efficiency, capital productivity; capital intensity; fund profitability.

На современном этапе развития актуальным становится повышение интенсивности использования материально-технической базы предприятия, основным элементом которой являются основные средства. Эффективность их использования оценивается по-разному в зависимости от вида основных средств, их принадлежности, характера участия в производственном процессе, а также назначения.

Поскольку основные средства используются от производственной до внешнеэкономической и социальной сферах деятельности предприятия, то повышение эффективности определяется потребностями управления каждого предприятия [4].

На многих предприятиях наблюдается негативная тенденция роста физической и моральной изношенности основных средств. Степени износа всех основных средств, задействованных в процессе производства продукции превысила на конец 2016 г. во многих ведущих секторах экономики 50 %-ю отметку из-за чего происходит деградация материально-технической базы [5].

Как следствие, не достигается предполагаемая эффективность использования основных производственных фондов, однако именно за счет ее повышения можно компенсировать нехватку денежных средств, необходимых для инвестирования [1]. Это объясняет такую важную задачу как поиск путей повышения эффективности использования основных средств.

Целью анализа эффективности использования основных средств является выявление резервов повышения эффективности их использования, обоснование инвестиционных вложений в техническое перевооружение, обновление и (или) расширение технической базы организации [2].

Информационной базой анализа рационального использования основных средств предприятия являются: «Бухгалтерский баланс» и «Приложение к бухгалтерскому балансу», результаты которого позволят управлять финансовым состоянием предприятия [3].

Особое внимание в экономической литературе уделяется проблеме эффективности использования основных производственных фондов предприятия. Ведущие ученые-экономисты, такие как М.И. Баканов, Д.А. Ендовицкий, Н.В. Климова, М.В. Мельник, А.А. Максютова, Э.А. Маркарьяна, Г.В. Савицкая, Л.В. Прыкина, С.М. Пястолова, А.Д. Шеремет и другие рассматривают эту тему в своих работах.

По мнению А.Д. Шеремета именно качественные показатели, такие как фондоотдача, фондоемкость и фондорентабельность являются показателями экономической эффективности производства. Анализ таких частных показателей следует проводить на основе технико-экономических факторов производства, которые необходимо учитывать на стадии планирования использования ресурсов [6].

Важнейшими показателями использования основных производственных фондов являются фондоотдача и фондоемкость. Фондоотдача определяется отношением стоимости годового объема продукции к среднегодовой стоимости основных производственных фондов.

$$FO = \frac{B}{\overline{OC}}$$

где: FO – фондоотдача;

B – выручка от продажи продукции;

$\overline{OC}$  – среднегодовая стоимость основных средств.

Фондоотдача показывает общую отдачу от использования каждого рубля, вложенного в основные средства. Чем больше величина показателя фондоотдачи, тем больше эффективность использования основных средств. Динамика показателя за несколько лет позволяет выявить, насколько целесообразными были капитальные вложения с точки зрения роста выпуска продукции.

Для выявления интенсивности использования различных видов основных средств показатель фондоотдачи рассчитывается по отдельным видам основных средств, а также их активной части:

$$FO = \frac{B}{\overline{OC}_a}$$

где:  $\overline{OC}_a$  – среднегодовая стоимость активной части основных средств.



Обратным фондоотдаче показателем является фондоемкость, которая рассчитывается как отношение среднегодовой стоимости основных средств к объему произведенной продукции:

$$\Phi\ddot{E} = \frac{\overline{OC}}{B}$$

где:  $\Phi\ddot{E}$  – фондоемкость основных средств.

Если предельный показатель фондоемкости меньше единицы, следовательно, имеет место повышение эффективности использования основных средств.

На размер фондоотдачи или фондоемкости влияют многочисленные факторы: объем, структура и ассортимент продукции, уровень цен, оценка и переоценка основных средств, степень использования мощностей, технический уровень и состояние основных средств, и другие [1].

При расчете показателя фондоотдачи можно исходить не только из стоимости продукции, но и из суммы прибыли, полученной предприятием [6].

Наиболее обобщающим показателем интенсивности использования основных средств является рентабельность основных средств, которая рассчитывается как отношение прибыли от продаж предприятия к средней стоимости основных средств, выраженное в процентах.

$$\Phi P = \frac{\Pi_n}{\overline{OC}} * 100\%$$

где:  $\Phi P$  – фондорентабельность основных средств;

$\Pi$  – прибыль от продажи.

Показатель, который детально раскрывает уровень обеспеченности предприятия основными средствами в расчете на среднегодовую численность работников предприятия, называется фондовооруженность. Он необходим для сравнительного анализа между предприятиями-конкурентами.

$$\Phi B = \frac{\overline{OC}}{\bar{q}}$$

где:  $\Phi B$  – фондовооруженность основных средств;

$\bar{q}$  – среднесписочная численность работников.

Приведем пример расчета показателей эффективности использования основных средств и перспектив рационального их использования на двух нефтеперерабатывающих предприятиях ПАО «Орскнефтеоргсинтез» и ПАО НГК «Славнефть», которые входят в состав объединенной российско-британской компании ТНК-ВР.

В таблице 1 отражены результаты расчета показателей эффективности использования основных промышленно-производственных фондов ПАО «Орскнефтеоргсинтез» и ПАО НГК «Славнефть» за 2015-2017 гг.

Таблица 1.

**Показатели эффективности использования  
основных промышленно-производственных фондов ПАО  
«Орскнефтеоргсинтез» и ПАО НГК «Славнефть» за 2015-2017 гг.**

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Абсолютное отклонение		Темп роста, %	
				2016 г. от 2015 г.	2017 г. от 2016 г.	2016 г. от 2015 г.	2017 г. от 2016 г.
ПАО «Орскнефтеоргсинтез»							
1 Фондоотдача, руб.	0,76	0,55	0,61	-0,21	0,06	72,4	110,9
1.1 Фондоотдача активной части основных средств, руб.	1,34	0,93	1,02	-0,41	0,09	69,40	109,68
2 Фондорентабельность, %	17,65	7,78	3,12	-9,87	-4,66	-55,9	-59,9
3 Фондоемкость, руб.	1,32	1,83	1,65	0,51	-0,18	38,6	-9,8
4 Фондовооруженность, тыс. руб./чел.	5577,7	7350,8	7068,9	1773,1	-281,9	31,8	-3,8
ПАО НГК «Славнефть»							
1 Фондоотдача, руб.	1,66	1,73	1,89	0,07	0,16	104,22	109,25
1.1 Фондоотдача активной части основных средств, руб.	28,04	33,11	47,53	5,07	14,42	118,08	143,55
2 Фондорентабельность, %	10,79	8,94	17,23	-1,85	8,29	82,85	192,73
3 Фондоемкость, руб.	0,6	0,58	0,53	-0,02	-0,05	96,67	91,38
4 Фондовооруженность, тыс. руб./чел.	421,16	481,18	582,93	60,02	101,75	114,25	121,15

На основании проведенного анализа эффективности использования основных средств нефтеперерабатывающих предприятий можно сделать вывод, что некоторые из перечисленных показателей не полностью раскрывают эффективность использования основных средств и имеют противоречивый характер. Можно выделить следующие основные недостатки:

1. Для расчета уровня рентабельности использования основных средств в числителе применяется показатель прибыли от продажи готовой продукции, которая является результатом обычного вида деятельности предприятия. Однако некоторые предприятия кроме основной деятельности имеют дополнительный источник дохода, например, от продажи или переоценки основных средств. Следовательно, ими могут быть получены прочие доходы (расходы), которые также необходимо учитывать при расчете показателя рентабельности основных средств. Поэтому экономически обоснованным будет включить в расчет прибыль до налогообложения.

2. Основные средства участвуют в создании всей произведенной продукции предприятия, в том числе невостребованной продукции и резервных остатков на конец года. Следовательно, при использовании в расчете показателя фондоотдачи выручки от продажи продукции, результат будет занижен [2].

3. Основные средства являются неотъемлемым условием осуществления бесперебойного процесса производства продукции, в том числе той, которая не реализуется в силу ряда причин. В перерабатывающих предприятиях основные средства также могут отрицательно влиять на спрос вследствие технической изношенности и морального устаревания, поэтому необходимо уделить особое внимание анализу фондоемкости невостребованных товаров. Для этих целей может быть использована следующая формула:

$$\Phi_{нт} = \frac{\text{Величина затрат на содержание основных средств}}{\text{Фактический объем производства}}$$

4. Если предприятие предполагает внедрение нововведений, то оно должно проконтролировать обеспечение проекта соответствующими финансовыми, материальными и трудовыми ресурсами. Если же предполагаются крупные вложения, то необходимо рассчитать срок окупаемости проекта, индекс рентабельности, а также чистой приведенной стоимости, которые позволят экономически обосновать эффективность инвестиций в основные средства.

Таким образом, на основании вышеперечисленных недостатков, выявлены следующие основные направления совершенствования методики анализа эффективности использования основных средств:

- Для расчета рентабельности можно использовать показатель прибыли до налогообложения;
- Включить в расчет показателей фондоотдачи – стоимость валовой продукции, а не выручку;
- Проводить анализ показателя фондоемкости невостребованной продукции;
- Контролировать внедрение нововведений.

В заключении стоит отметить, что анализ рационального использования основных средств, несмотря на все недостатки, является действенным средством достижения необходимой эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

### Список литературы:

1. Зайцева О.П., Жукова Т.В. Основные средства: обоснование методики комплексного анализа // Экономический анализ: теория и практика. – 2003. – №2. – С. 52-64.
2. Климова Н.В. Направления совершенствования методики анализа состояния и эффективности использования основных средств // Экономический анализ: теория и практика. – 2008 – № 6(111). – С. 22-30.
3. Мялкина А.Ф., Трушина А.П. Методика проведения анализа основных средств // Ученые записки Тамбовского отделения РСОМУ. – 2018 – № 10. – С. 86-92.
4. Новосельский С.О., Иванова В.Д. Теоретические и практические аспекты оценки эффективности использования основных средств // Политика, экономика и инновации. – 2017. – № 4(14). – С. 1-6.
5. Российский статистический ежегодник – 2017 г.: Стат. Об. / Росстат России. – Москва, 2017. – С. 686. – ISBN 978-5-89476-440-5.
6. Шеремет А.Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия // Advanced in Management and Marketing. – 2013. – № 1 (том 1). – С. 1-4.

## 2. МАРКЕТИНГ

### МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

*Никитина Анастасия Владимировна*

*магистрант, Нижегородский Национальный  
Государственный Университет имени Лобачевского,  
РФ, г. Нижний Новгород.*

В наши дни современный мир невозможно представить без интернета. Он помогает нам в работе, учебе, но важнее всего, пожалуй, тот факт, что интернет - это глобальная машина в помощи по продвижению любого товара, т. е. маркетинга.

Маркетинг играет важную составляющую для продвижения банковских продуктов. Одной из современных стратегий по маркетинговому управлению банковскими продуктами является система 5E. Она включает 5 элементов, использование которых в комплексе может обеспечить банку успешное продвижение его продуктов для потребителя. К данным элементам относятся: education (обучение), exploration (исследование), elevation (улучшение), entertainment (удовлетворение), estimation (оценка).

Рассмотрим более детально данные элементы.

**Обучение** (education) заключается в возникновении у клиента потребности в одном или нескольких продуктах посредством обучения, повышения финансовой грамотности, передачи информации клиенту. Данный прием является прогрессивным и во многом продиктован современными условиями проживания, где клиенты делают основной для себя выбор, получая и владея всей информацией о продукте, как и ее продавец. При таком обучении возможно 2 способа получения информации: 1) без привязки к банку, чем показывает социальную деятельность банка и может формировать определенный спрос на продукт; 2) с привязкой к конкретному банку, в рекламных целях, что может способствовать потере некоторых клиентов, но привести именно в данный банк новых клиентов, а ни в какой другой.

**Исследование** (exploration)- постоянный, непрерывный и подробный мониторинг базы клиентов - реальной и потенциальной. Это позволяет банку иметь подробную, детальную информацию о том, кем является его клиент, где работает, как он живет, какой у него доход,

чем руководствуется в выборе тех или иных банковских продуктов, и почему отдает предпочтение именно им. Детальное исследование дает банку возможность влиять на потребительские предпочтения клиентов и/или подстраиваться под них. При наличии географической разбросанности филиалов, данная концепция обязывает непрерывно исследовать все регионы нахождения банка, что само по себе очень трудоемкий процесс, который в большинстве случаев требует изменения системы маркетинга в банковской сфере.

**Улучшение** (elevation) предполагает исследование маркетинговой деятельности банка на улучшение качества жизни клиента на постоянной основе. Это определяет направленность продвижения продуктов и услуг банка; они позиционируются как средство повышения интереса и увлечений жизни у клиента, создают ощущение жизненного роста, достижений и развятий. Большинство банков в России руководствуются данным элементом.

**Удовлетворение** (entertainment) предполагает наличие удовлетворенности клиента качеством обслуживания в данном банке и объеме проделанной работы, получая от сотрудников банка интересующую информацию, вручение денежного поощрения или выигрыша приза при участии в акции. Важным аспектом эффективности использования этого приема является его регулярный характер, поскольку единичное выполнение какой-либо операции порождает малый объем удовлетворенности среди клиентов, и не обладает вследствие этого эффектом масштаба.

И последнее, но не менее важное, **оценка** (estimation) - объединяющий четыре вышеназванных элемента - показатель оценки и контроля их эффективности. Любой процесс в маркетинге предполагает в своем завершении осуществление оценки и выявление эффективности, успешности проведенных действий, так как это напрямую влияет на действия банка в будущем, на разработку его стратегии.

Концепция 5E является достаточно перспективной в современных условиях по одной простой причине: своей высокой клиентоориентированности. Она нашла свое применение не только в российских банках, но так же и в зарубежных.

В процессе своей деятельности практически все кредитные организации сталкиваются с проблемой роста издержек при проведении банковских операций. Для того, чтобы выстоять в сложной ситуации, банковские организации должны оптимально соотносить расходы с текущими объемами бизнеса. Следует минимизировать операционные издержки, снизить себестоимость операций. Для достижения этих целей банки делают существенные шаги в таких направлениях, как

оптимизация штата и филиальных сетей, централизация управления в целом и IT-инфраструктурой, в частности, унификация услуг и бизнес-процессов во всех точках присутствия банка. Необходимо развитие электронных каналов доступа к услугам банка (более дешевых по сравнению с традиционными), повышение общего уровня автоматизации процессов и операций. Данные вопросы пользуются большим спросом при слияниях и поглощениях, так как для этого необходимо как минимум сохранить клиентскую базу и уровень предоставления услуг, а для этого необходимо поддерживать продуктовый ряд поглощаемого бизнеса и унифицировать банковские продукты. Словом, повышение операционной эффективности и снижение издержек может стать реальными конкурентными преимуществом и создаст определенный запас прочности для возможных маневров в случае осложнения ситуации на рынке.

Дистанционное банковское обслуживание (ДБО) является относительно новым направлением реализации банковских инноваций и все больше пользуется спросом среди населения – клиентов банков.

Основные виды ДБО на рынке банковских продуктов представлены в таблице.

**Таблица. 1.**

**Основные виды дистанционного банковского обслуживания**

<b>Виды ДБО</b>	<b>Характеристика</b>
Интернет-банкинг	Управление счетами клиента(ов) в банке через Интернета или Web браузер в реальном времени
Mobil – банкинг	Управление банковскими счетами посредством мобильных телефонов (смартфонов) в режиме реального времени
SMS– банкинг	Получение информационных данных клиентами банков состоянии своих счетов посредством уведомлений через SMS сообщений по мобильному телефону
PC-банкинг	Управление банковскими счетами клиентов в режиме on-line, позволяет поддерживать все типы финансовых документов
Phone– банкинг	Получение информационных данных об остатках на банковских счетах, движении денег по счетам или движении банковских документов по счету через интерактивное подключение
Виртуальный банк	Позволяет осуществлять обслуживание клиентов исключительно через Интернет, предполагает отказ от традиционной стационарной филиальной сети предоставления банковских продуктов (услуг) и форм взаимодействия с клиентами

Наиболее востребованным инновационным банковским продуктом в настоящее время является Интернет-банкинг. Это обусловлено ускорением темпа жизни.

По данным департамента информационных технологий ПАО «Сбербанк России», доля розничных клиентов, подключенных к Интернет-банку, постоянно растет. Пять лет назад она составляла 4 %, ныне – 12-13 %. Что свидетельствует не только о развитии современных банковских технологий, но и о повышении степени доверия клиентов к банкам.

Сегодня 40–45 % клиентов любого банка являются пользователями различных форм Интернет-банкинга, будь то доступ с полноценным функционалом либо исключительно информационная поддержка. В странах Евросоюза эта доля составляет 75–85% от клиентской базы банков, поскольку развитие Интернет-услуг там началось раньше и степень их доступности выше.

Основными направлениями в развитии банковских инноваций на современном этапе развития общества являются:

1. Использование мобильных устройств клиентов. Они становятся основным каналом взаимодействия банков и их клиентов. В последнее время, помимо мобильного банкинга и ДБО, многие кредитные организации активно занимаются банковским маркетингом по продвижению банковских продуктов через социальное приложение (личный кабинет, управление личными финансами, перевод между счетами и прочее).

2. Использование в продвижении новых банковских продуктов социальных сетей (предложения по инвестиционным программам, их рейтинговая оценка).

3. Система управления взаимоотношений с клиентами. Это позволяет не только проводить мониторинг на самые востребованные банковские продукты в разрезе клиентской базы, но и определять потребности клиента в том или иной банковском продукте.

4. Вывод на рынок специального банковского приложения по управлению клиентами собственными финансами. С помощью этого приложения клиент сможет совершать простые банковские операции – расчеты картой, оплату счетов, снятие наличных и даже переводы между картами с помощью голосовых команд.





**Рисунок 1. Изменение количества поисковых запросов в Google по брендам банков 2015-2017 г.**

На рынке платежей за сотовую связь ПАО «Сбербанк России» является лидером с долей более 44 %. Такой результат был достигнут благодаря активному развитию платежей через сервис СМС-сервис «Мобильный банк», «Автоплатеж» и интернет-банк в личном кабинете «Сбербанк Онлайн».

Количество подписок на сервис «Автоплатеж» составило 31,4 млн. Автоплатеж ЖКХ доступен более чем в 100 городах России. В 2015 г. началось активное продвижение безналичных платежей в кассе: доля платежей, принятых в кассе с использованием карты, достигла 7 %. Доля платежей, принимаемых с использованием штрих-кодирования, среди квитанций составила 81 %.

Общий объем переводов за 2015 г. превысил 9 трлн. рублей – в 1,5 раза больше 2014 г.

Расширилась сеть устройств самообслуживания с новым программным обеспечением, которое предоставляет клиентам единое пространство для выполнения операций. В этих устройствах (более 53 тыс. штук) клиент видит свои операции, проведенные в интернет-банке «Сбербанк Онлайн», может распечатать по ним чек-подтверждение и повторить платеж по созданному ранее в интернет-банке шаблону. Показатель технической доступности устройств для клиентов повысился с 93,2 до 95,1 %.

Таблица 2.

**Топ-10 банков по количеству подписчиков в социальных сетях  
на 31.12.17, чел.**

Банк	Количество подписчиков	Социальная сеть			
		ВКонтакте	Фейсбук	Твиттер	Одноклассники
Сбербанк России	1402498	1402498	306348	306804	1315825
ВТБ	164430	-	164430	18582	-
ЮниКредит Банк	164032	164032	27185	2006	-
УБРР	157221	157221	2539	1912	2259
Хоум кредит банк	39445	39445	5117	4805	84692
Национальный банк «ТРАСТ»	80323	38334	80323	24752	35902
Тинькофф банк	40304	40304	21876	23365	10087
Промсвязь банк	37108	16499	37108	13500	-
Альфа-банк	31546	31546	12160	24977	16756
ВТБ24	29431	4677	29431	10275	-

Следует отметить, что в 2015 и 2016 годах наблюдался повышенный интерес к следующим видам банковских продуктов: банковские карты, денежные переводы, онлайн-банк и мобильный банк. Более того, значительно возросли также объемы поисковых запросов в первом квартале 2018 г., прирост по которым за первый квартал составил 23 % относительно первого квартала 2017 года. Лидером по объему поисковых запросов является Сбербанк – практически 3 из 4 запросов с указанием бренда относятся к данному банку.

Кроме того, следует отметить рост интереса пользователей к изучению и приобретению банковских продуктов в режиме «онлайн».

Таблица 3.

**Преимущества и недостатки режима «онлайн»**

<b>Преимущества</b>	<b>Недостатки</b>
Вследствие снижения издержек снижается стоимость банковской услуги	Недостаточный уровень безопасности проведения платежей
Приобретение в качестве интернета нового канала сбыта	Недостаточный уровень информационной безопасности
Обратная связь с клиентом в режиме онлайн	Потери при коммуникациях из-за несогласованности стандартов данных
Возможность разработки новых видов продуктов и услуг	Дополнительные расходы на техническую и информационную поддержку
Круглосуточный доступ к банковским сервисам	Невысокий процент клиентов, готовых к такому виду услуг, по сравнению с традиционным видом обслуживания
Интеграция платежных процессов с системами взаимодействия с клиентами	Юридические разногласия между участниками сделок из-за правового несовершенства бизнес-процессов в интернете

К достоинствам интернет-маркетинга относится то, что он позволяет клиенту осуществлять удаленное банковское обслуживание круглосуточно: в том числе, совершать платежи и переводы, управлять своими счетами, проверять остаток и получать выписку, создавать шаблоны для быстрых платежей.

**Список литературы:**

1. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебник // под ред. О.И. Лаврушина, О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева – 12 изд. М. Кнорус 2016 г.
2. Маркова О.М. Организация деятельности коммерческого банка: учебник – м. Форум; инфра-М 2016.
3. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/>

## **ВАЖНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Шматков Руслан Николаевич**

*доцент  
Сибирского государственного университета путей сообщения,  
РФ, г. Новосибирск*

**Гузенко Ольга Вячеславовна**

*студент  
Сибирского государственного университета путей сообщения,  
РФ, г. Новосибирск*

**Нежинская Елизавета Сергеевна**

*студент  
Сибирского государственного университета путей сообщения,  
РФ, г. Новосибирск*

## **THE IMPORTANCE OF MARKETING STRATEGY FOR AN ENTERPRISE**

**Ruslan Shmatkov**

*Associate Professor  
of the Siberian State University of Communications,  
Russia, Novosibirsk*

**Olga Guzenko**

*student of the Siberian State University of Transport,  
Russia, Novosibirsk*

**Elizaveta Nezhinskaya**

*student of the Siberian State University of Transport,  
Russia, Novosibirsk*

**Аннотация.** В современном мире очень важен маркетинг. Он позволяет наладить производимость товаров и услуг путем аналитики потребностей населения. У каждой компании, которая хочет иметь свою долю рынка обязательно должна быть маркетинговая стратегия.

С каждым годом эти стратегии становятся все более креативными и нацеленными на потребителя. Целью данной работы является изучение понятия маркетинговая стратегия, анализ элементов входящих в это понятие и рассмотрение вопроса важности маркетинговой стратегии для компании.

**Abstract.** In the modern world marketing is very important. It allows you to adjust the production of goods and services by analyzing the needs of the population. The market must be a marketing strategy. These strategies are increasingly creative and targeted to the consumer. This concept reviews and addresses issues related to the importance of a marketing strategy for companies.

**Ключевые слова:** маркетинг; маркетинговая стратегия; предприятие; продукт; продвижение;

**Keywords:** marketing; marketing strategy; company; product; promotion.

### Понятие маркетинговой стратегии

В наши дни такое словосочетание, как «маркетинговая стратегия», имеет довольно размытое определение. Современный мир ставит свои условия, но стратегия и в наши дни остается искусством, которым должен владеть каждый предприниматель, чтобы получить прибыль и долю на рынке. Исследуется маркетинговая стратегия как одна из наиболее актуальных проблем современной экономики, представляющая большую практическую значимость для предприятия. Сегодня стратегия представляет собой долгосрочный план действий, направленный на достижение глобальных целей предприятия. Любая организация имеет общую стратегию, которая соответствует его глобальным целям и стратегии по видам деятельности. Одной из таких является маркетинговая стратегия предприятия. Что же такое маркетинговая стратегия? Маркетинговая стратегия – общий план развития каждого элемента маркетинга (продукт, распределение, цена, продвижение, физическое окружение, процесс, персонал), разработанный на долгосрочную перспективу. Маркетинговая стратегия, как официальный документ, закрепляется в маркетинговой политике компании.

### Практическое значение маркетинговой стратегии для предприятия

Разработка маркетинговой стратегии должна состоять из точно сформулированных целей и задач. Только после разработки собственной маркетинговой стратегии компания имеет возможность спланировать

тактику достижения поставленных целей [1, С. 50]. Каждая компания составляет индивидуальную маркетинговую стратегию, но в современной экономике можно выделить основные стратегические цели маркетинговых стратегий. Таковыми являются:

- Увеличение доли рынка предприятия;
- Увеличение объема продаж предприятия;
- Увеличение прибыли предприятия;
- Завоевание лидирующих позиций на рынке.

Цели маркетинговой стратегии обязательно должны быть согласованы с миссией предприятия и общими глобальными целями.

Чтобы достичь любой из вышеназванных целей, необходимо прописать в маркетинговой стратегии компании, следующие элементы:

- **Целевая аудитория вашего предприятия/продукта.** Важно, иметь понимание своей целевой аудитории и потенциального клиента. Чем лучше компания проанализирует свою целевую аудиторию, тем проще будет реализовать товар или услугу. Если в компании имеется несколько сегментов, то стоит проанализировать каждый из них.

- **Маркетинговый комплекс.** Если компания предлагает физический продукт, то стоит описать четыре вещи (продукт, распределение, цена, продвижение). Если же компания продает услугу, то фирме предстоит описать 7 основных понятий (продукт, распределение, цена, продвижение, физическое окружение, процесс, персонал). Сделать это лучше максимально подробно и для каждого элемента. Стоит определить выгоду вашего продукта и обозначить ключевую ценность для клиента.

- **Маркетинговый бюджет.** Теперь, когда имеется детализированная по элементам маркетинговая стратегия, компания может рассчитать общий бюджет. Он не должен быть точным, поэтому здесь важно подключить резерв.

После того как компания определила каждый из перечисленных элементов, она может приступить к реализации целей через ряд задач. Рассмотрим основные этапы маркетингового процесса [2, С. 15]:

- Формулирование стратегической маркетинговой проблемы
- Анализ потребностей;
- Сегментация потребительского рынка;
- Анализ угроз и возможностей бизнеса;
- Анализ конкуренции на рынке;
- Анализ сильных и слабых сторон предприятия;
- Выбор стратегии.

### Уровни маркетинговой стратегии предприятия

- **Корпоративный уровень:** формирование ассортиментной маркетинговой стратегии и стратегии ориентации на рынок;
- **Уровень бизнес-единиц:** разработка конкурентной маркетинговой стратегии;
- **Продуктовый уровень:** стратегия позиционирования продукта на рынке, стратегии по элементам комплекса маркетинга, стратегии по каждому продукту в рамках стратегии продуктовой линии.

### Стратегия продвижения продукции

Различают две основные стратегии продвижения:

- **Протягивающее продвижение** предполагает стимулирование спроса на рынке производителем самостоятельно, без помощи дистрибьюторов. Сделать это можно при помощи инструментов продвижения (реклама, PR, стимулирование сбыта, личные продажи, прямой маркетинг). В этом случае в стратегии продвижения необходимо прописать все используемые инструменты и сроки их использования;
- **Проталкивающее продвижение.** В этом случае компания должна сделать так, чтобы дистрибьюторам было выгодно продавать именно ваш товар. Предприятие должно его «заставить» продвигать ваш товар. Это можно сделать при помощи скидок торговым представителям.

Таким образом, мы видим, что разработка маркетинговой стратегии является частью функционирования маркетингового отдела в компании и одним из этапов маркетингового процесса, который реализовывается в компании на протяжении всего её жизненного цикла. Если считать маркетинговую стратегию долгосрочным планом компании, то можно прийти к выводу, что каждая компания должна иметь подробный план стратегии для достижения поставленных задач [3].

### Список литературы:

1. Величко Н.Ю. необходимость управления маркетингом на предприятиях гостинично-туристского комплекса // Управление и экономика в XXI веке. 2015. № 2. С. 49-62.
2. Белова Н.Н., Пономарев Ю.В., Назарова Д.С. Продвижение товара в современных условиях // Институциональный и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем: сборник статей Международной научно-практической конференции (10 октября 2016 г., г. Нижний Новгород) Уфа: АЭТЕРНА, 2016. - С. 14-16.
3. Marketing Management Millenium Edition, Tenth Edition, by Philip Kotler Copyright © 2000 by Prentice-Hall, Inc. - p.p. 46-47.

### 3. МЕНЕДЖМЕНТ

#### **ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ: ОПЫТ ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ**

***Баев Леонид Александрович***

*д-р экон. наук, профессор,  
Южно-уральский государственный университет,  
РФ, г. Челябинск*

***Дзензельюк Наталья Сергеевна***

*канд. экон. наук, доцент,  
Южно-уральский государственный университет,  
РФ, г. Челябинск*

***Правдина Наталья Викторовна***

*канд. экон. наук,  
Южно-уральский государственный университет,  
РФ, г. Челябинск*

#### **PROJECT MANAGEMENT OF ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS DEVELOPMENT: EXPERIENCE IN PROJECT-ORIENTED TECHNOLOGY OF TRAINING SPECIALISTS**

***Leonid Baev***

*Ph.D, South Ural State University,  
Russia, Chelyabinsk*

***Natalya Dzenzelyuk***

*candidate of economic science, associate professor,  
South Ural State University,  
Russia, Chelyabinsk*



*Natalya Pravdina*

*candidate of economic science, South Ural State University,  
Russia, Chelyabinsk*

**Аннотация.** Одной из эффективных форм подготовки специалистов с проектным мышлением является модель проектно-ориентированных образовательных программ, в основе которой лежит междисциплинарная командная разработка проектов. Многолетний опыт реализации данной модели показывает ее высокую эффективность. Переход на двухуровневую систему образования позволил сохранить проектную ориентацию образовательного процесса, но существенно снизил его качество. В связи с этим необходимо создание и легитимизация специальных программ проектно-ориентированного образования с целью практической реализации научных разработок и динамизации развития экономики.

**Abstract.** One of the effective forms of training specialists with project thinking is a model of project-oriented educational programs, which is based on interdisciplinary team development projects. Many years of experience in the implementation of this model shows its high efficiency. The transition to a two-level education system allowed to maintain the project orientation of the educational process, but significantly reduced its quality. So it is necessary to create and legitimize special programs of project-oriented education for the purpose of practical implementation of scientific developments and dynamization of economic development.

**Ключевые слова:** проектный подход; проектно-ориентированные образовательные программы.

**Keywords:** project approach; project-oriented educational programs.

Проблемы и задачи развития системы российского образования в целом и высшего образования, в частности, обсуждаются давно и перманентно. Наличие таких проблем в высшем образовании показывает простая статистика. По доле специалистов в трудоспособном возрасте от 25 до 64 лет, имеющих дипломы о высшем образовании, мы уверенно занимаем лидирующие позиции в мире. Так, например, в 2014 г. эта доля составляла 54 % и мы делили по этому показателю первое место в мире с Канадой [8]. С другой стороны, по ВВП на душу населения в 2017 году мы занимали 72 место в мире [6]. Приведенные цифры прямо указывают на низкое качество нашего образования, следствием чего является нехватка квалифицированных кадров и низкая производительность общественного труда. Следует отметить, что это признается

и на политическом уровне. Так, выступая, на форуме «Территория смыслов на Клязьме» в августе 2018 года, первый заместитель главы администрации президента РФ С.В. Кириенко отметил: «Если на всех уровнях сталкиваемся с дефицитом квалифицированных кадров, это означает, что это глобальная, системная проблема, которая сама собой не решится [7]. Подытоживая вышесказанное, можно констатировать, что важнейшей задачей высших учебных заведений РФ, в том числе и ведущих университетов, является не только развитие научных исследований и повышение публикационной активности в рамках международных баз цитирования, но и организация эффективной подготовки специалистов, в части практического использования того, что уже наработала мировая наука и практика.

В последнее время, акцентируется актуальность активизации подготовки специалистов технических специальностей, нехватка которых ощущается наиболее остро. Однако, если оценивать ситуацию с позиции качества образования, можно констатировать, что при переизбытке дипломированных экономистов и управленцев, квалифицированных специалистов в этой области тоже не хватает. На это указывает как невыполнение задач, поставленных президентом РФ по темпам экономического развития, так и прямое указание В.В. Путина, о необходимости подготовки кадров и привлечении к управлению развитием специалистов с проектным мышлением [1, 5].

По нашему мнению, одной из наиболее эффективных форм подготовки и практико-ориентированных специалистов является модель реализации проектно-ориентированных образовательных программ. Формально, старт внедрению проектного образования в РФ дан письмом директора департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки Соболева А.Б. 29.09.2017 [4].

Основными принципами модели являются:

- модульное построение образовательных программ;
- использование технологии проектного обучения как разновидности контекстного обучения;
- практикоориентированность обучения;
- междисциплинарность/интегрированность учебного процесса;
- соотносимость результатов обучения по модулю с результатами освоения образовательной программы в целом.

Предлагаемые этапы реализации модульной программы в привязке к «фазам жизненного цикла проекта» следующие: «проблема – концепция – организация и координация – обеспечение команды ресурсами – планирование – мониторинг – коррекция». Не будем

останавливаться на их несоответствии известным стандартам – это сейчас явление общее. Выскажем лишь мнение, что предлагаемый подход уже давно используется в рамках так называемой концепции CDIO–образования (Conceive–Design–Implement–Operate), которая была предложена Массачусетским Технологическим Институтом в 2000 году и стандарты которой изданы в 2004 г. [2]. Тогда же была создана всемирная ассоциация CDIO куда входит ряд российских вузов.

Концепция проектного образования от классической концепции CDIO отличается акцентом на междисциплинарную командную работу и не только на техническое образование.

Подобная концепция была реализована кафедрой «Экономика промышленности и управление проектами» в 2003 году и используется по настоящее время, как ключевой элемент непрерывной подготовки специалистов в области проектного управления развитием предприятий и организаций [1]. Построение системы образования базируется на стандартах PMI, IPMA и НТК 3.1. [9-11]. Согласно указанным стандартам, жизненный цикл проекта включает в себя следующие фазы: «концепция – разработка – реализация – завершение – (эксплуатация)». До введения Болонской системы проектное образование реализовывалось нами в рамках совмещения программы профессиональной переподготовки и экстерната второго высшего образования. В течение первого года обучения, сформированные проектные команды, состоящие из студентов старших курсов и специалистов предприятий (4-5 человек в команде) помодульно изучали основные составляющие бизнес-планирование и проектного управления (рис. 1). Занятия проводились ежемесячно в течение одной недели в нерабочее время. В первый день занятий каждого последующего модуля команды защищали результаты разработки соответствующего модуля проекта. Такой режим занятий обеспечивал непрерывность процесса обучения и разработки проектов развития предприятий, делегировавших на обучение своих специалистов. При этом, проектное образование осуществлялось без отрыва от производства, что позволяло предприятиям-партнерам направлять на обучение мини-команды ведущих специалистов и обеспечивало реальную практически-значимую проектную ориентацию учебного процесса.

Кроме того, ежемесячное обучение и защита модулей позволяла в режиме реального времени производить необходимые коррекции в разрабатываемые проекты и осуществлять их параллельную реализацию, по сути реализуя методологию agile.

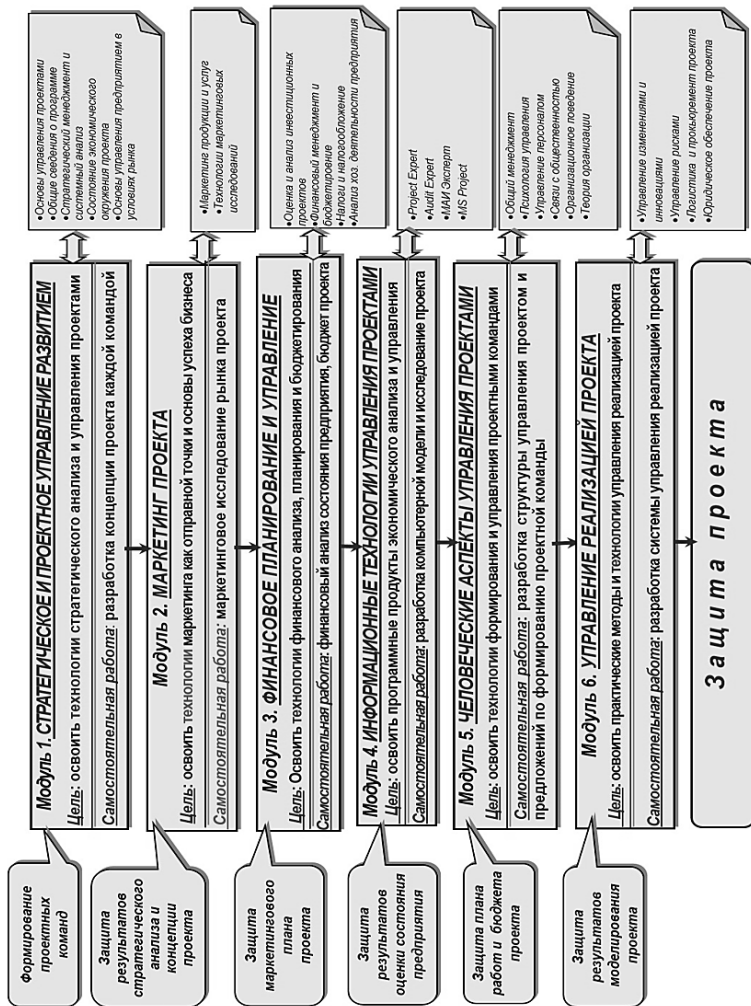


Рисунок 1. Структурная схема проектно-ориентированной программы профессиональной переподготовки специалистов в области управления развитием предприятий и организаций

По окончании первого года обучения, по результатам командной защиты проекта, участники программы получали диплом о профессиональной переподготовке и могли продолжить обучение в рамках второго высшего образования экстерна. При этом, желающие могли разработать и защитить свой новый проект, либо углубленно проработать один из разделов командного проекта первого года. Главным результатом такой системы было высокое качество практически-ориентированного образования, разработка, а часто и реализация реальных проектов, подготовка дееспособных проектных команд и специалистов готовых сразу включиться в работу по реализации проектов развития своих предприятий и организаций. Еще одним результатом являлось проектно-ориентированное трудоустройство выпускников специалитета, участвовавших в работе совместных проектных команд.

Переход к болонской системе образования существенно усложнил задачу реализации этой высокоэффективной системы проектно-ориентированного образования. Исключение из образовательного процесса возможности получения второго образования экстерна и переход на двухуровневую систему «бакалавриат – магистратура» вынудил нас отказаться от ежемесячных модульных блоков занятий и перейти к совмещению профессиональной переподготовки с классической заочной магистратурой. Это свело учебно-тренинговый процесс к трем укрупненным модулям по 2-3 недели в течение года, что снизило непрерывность и эффективность процесса образования. Справедливости ради, следует отметить, что и в этом режиме качество и практико-ориентированность образования все равно значительно превосходит, как классическую заочную, так и очную магистратуру. Учебный план составлен нами таким образом, что в течение первого года магистратуры изучаются только специальные дисциплины, сгруппированные в модульные этапы командной разработки проектов. А параллельное обучение по программе профессиональной переподготовки позволяет расширить число аудиторных занятий с соответствующих заочной магистратуре 120 часов в течение первого года обучения до 380. При этом сохранились и преимущества, связанные с совместным командным обучением специалистов предприятий и выпускников бакалавриата и специалитета разных направлений и профилей. Однако, при этом к общеизвестным проблемам реализации проектно-ориентированного образования [3] добавляются новые:

- увеличивается учебная нагрузка преподавателей, как в сессионный, так и в межсессионный период. Сопровождение и активизация работы команд в межсессионный период требует

прикрепления к ним преподавателей – кураторов, способных работать дистанционно в режиме онлайн;

- возникает необходимость в разработке механизма учета затрат и дополнительной мотивации преподавателей – кураторов;
- возникает необходимость разработки механизма учета затрат обучаемых, как в сессионный, так и в межсессионный периоды;
- увеличивается сложность совмещения модульного обучения и командной проектной работы со стандартными учебными программами.

Но самой большой сложностью, возникающей при обучении в новом режиме, как показала наша практика, является существенное снижение заинтересованности в обучении своих специалистов предприятиями-партнерами. Это вызвано следующими причинами:

- необходимостью отрывать своих специалистов от производственной деятельности на время учебных сессий;
- потерей ритмичности работы над проектами, что снижает их качество и возможности параллельной практической реализации;
- нежеланием, а порой и невозможностью ведущих специалистов предприятий отрываться от работы на длительное время сессионных периодов.

Эти возникающие проблемы, по сути во многом выхолащивают саму идею проектно-ориентированного образования, значимо снижая его эффективность.

В заключение, нам представляется целесообразным констатировать следующее.

1. Наш более, чем 15 летний опыт реализации проектно-ориентированной подготовки специалистов по проектному управлению развитием предприятий и организаций в режиме ежемесячных недельных сессий показал его высокую эффективность, с успешной практической реализацией значительной доли разрабатываемых проектов и трудоустройством участников программы.

2. Переход к двухуровневой системе образования и классической схеме заочной магистратуры, формально сохранил проектную ориентацию образовательного процесса, но существенно снизил его качество.

3. При острой нехватке квалифицированных специалистов, способных разрабатывать и практически осуществлять проекты развития, без создания и легитимизации специальных программ проектно-ориентированного образования, усиление акцентов в сторону научной деятельности университетов не даст желаемых результатов практической реализации научных разработок и динамизации развития экономики.

### Список литературы:

1. Баев Л.А. К вопросу о непрерывной подготовке специалистов по управлению проектами в высшей школе: опыт и проблемы. Управление проектами и программами. №3(47), 2016. С 222-229.
2. Всемирная инициатива cdio. Стандарты CDIO. [http://www.cdio.org/files/standards/CDIO\\_standards\\_rus\\_TPU.pdf](http://www.cdio.org/files/standards/CDIO_standards_rus_TPU.pdf).
3. Грудзинская Е.Ю. Проектно-ориентированные методы обучения: опыт и перспективы. <http://www.myshared.ru/slide/837324/>.
4. Директор департамента государственной политики в сфере высшего образования Минобрнауки России. Модель реализации проектно-ориентированных образовательных программ. [http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/d30/modiel\\_poop.pdf](http://www.tsu.ru/upload/medialibrary/d30/modiel_poop.pdf).
5. Заседание Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам. 13.07.2016. <http://www.kremlin.ru/events/president/news/52504>.
6. Новости экономики, econominews.ru. ВВП на душу населения стран мира 2017 (таблица). <http://www.economnews.ru/mirovaja-jekonomika/462-vvp-na-dushu-naselenija-stran-mira-2017-tablica.html>.
7. Первый заместитель главы АП рассказал о кадровой политике в РФ. «Коммерсантъ». 07.08.2018. <https://www.kommersant.ru/doc/3707673>.
8. Смолин О.Н. Образовательная политика и законодательство в современной России. <https://ppt-online.org/323676>.
9. Стандарт PMI. <https://www.pmi.org/>.
10. Стандарт IPMA. <https://www.ipma.world/>.
11. Стандарт НТК 3.1. [http://www.koltsov.by/wp-content/uploads/2010/07/About-book-National-Competence-Baseline-3\\_0.pdf](http://www.koltsov.by/wp-content/uploads/2010/07/About-book-National-Competence-Baseline-3_0.pdf).

## **ПРОФАЙЛИНГ – ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА**

*Евсеев Сергей Владимирович*

*магистрант,*

*Хабаровский государственный университет экономики и права,*

*РФ, г. Хабаровск*

*Шуракова Ольга Ивановна*

*канд. экон. наук, доцент,*

*Хабаровский государственный университет экономики и права,*

*РФ, г. Хабаровск*

## PROFILING IS AN EFFECTIVE TOOL FOR SOLVING HUMAN RESOURCES MANAGEMENT TASKS

**Sergei Evseev**

*Master's Degree student  
of Khabarovsk State University of Economics and Law,  
Russia, Khabarovsk*

**Olga Shurakova**

*PhD in Economic sciences, Associate Professor  
Khabarovsk State University of Economics and Law,  
Russia, Khabarovsk*

**Аннотация.** На основе обобщения и анализа существующих подходов и личного практического опыта авторов, в данной статье рассмотрены и раскрыты возможности применения и использования технологии профайлинга в решении задач кадрового менеджмента.

**Abstract.** This article explores and reveals possibilities of using profiling technology for solving problems that occurring in staff management based on generalization and analasing methods according to exist approaches and personal experience of the authors.

**Ключевые слова:** кадровый профайлинг; кадровый менеджмент; отбор и оценка персонала; адаптация персонала; высвобождения персонала.

**Keywords:** personnel profile; personnel management; selection and staff assessment; adaptation of staff; the release of staff.

Главным конкурентным преимуществом любой компании, нацеленной на усиление собственных позиций на рынке, является уникальное профессиональное ядро кадрового потенциала. Доказано, что эффективность профессиональной деятельности детерминруется комплексом специфических личностных качеств. При этом наличие актуальных развитых личностных качеств и их взаимосвязь с условиями профессиональной деятельности требует сложной психодиагностической работы.

Мощным инструментом психодиагностической работы является применение технологии профайлинга. Он незаменим в сфере управления персоналом и представляет собой, по нашему мнению, наиболее удачный инструмент исследования личности и анализа достоверности сообщаемой информации при осуществлении кадровых проверок и собеседований.



В настоящее время термин «профайлинг» получил достаточно широкое распространение, его часто употребляют на страницах газет и журналов, в сети Интернет, он звучит в радиозфире и с экранов телевизоров. Однако следует отметить, что различные специалисты и просто интересующиеся данной проблематикой лица вкладывают в это понятие различный смысл.

До недавних пор разговор шел только о применении профайлинга в расследованиях и обеспечении безопасности на транспорте. Но мы считаем просто необходимым изложить возможности, которые дает профайлинг в современном бизнесе и в решении задач кадрового менеджмента в частности.

В настоящий момент в широком смысле слова, профайлинг — это набор научных методик, который позволяет считывать и анализировать информацию о человеке по его вербальным и невербальным проявлениям (мимике, жестам, микровыражениям и речи), оперативно составлять профиль личности человека и выявлять его глубинные базовые потребности, которые позволяют нам эффективно подстраиваться под него, мотивировать и управлять в профессиональной деятельности [Стародубова О., 2015, с. 12].

История профайлинга, как известно, связана с работой спецслужб (КГБ, ЦРУ, др.) сотрудников МВД и МИДов разных стран. Наиболее известные «источники» и разработки связаны с деятельностью отдела поведенческих наук Академии ФБР в США, которыми в конце XX века была разработана программа психологического профилирования. Определение метода дано «родоначальником» идеи профилирования, Р. Ресслером. Базисной основой современной методологии профайлинга стали исследования П. Экмана, В. Фризена, К. Шерера, М. Цукермана и др.

На протяжении длительного времени методика профайлинга использовалась различными авиакомпаниями в качестве технологии опроса пассажиров воздушного транспорта и наблюдения за ними в ходе предполетного досмотра с целью выявления потенциально неблагонадежных лиц при авиаперелетах. В общем, с самого начала эта техника была взята на вооружение правоохранительными органами, различными государственными и силовыми ведомствами, что наложило свой отпечаток скрытности на способы и методы проведения профайлинга.

Однако с течением времени стало очевидным, что практика применения техники и накопленный опыт не могут долгое время находиться в «закупоренном» состоянии, находясь на службе лишь у ограниченного контингента федеральных служб. Развитие технологий кадровой, экономической и внутренней безопасности, прежде всего,

в коммерческой сфере, привлекло эту специфическую методику на служение интересам бизнеса, а более конкретно, в сферу кадрового менеджмента.

Профайлинг, первоначально создававшийся для выявления потенциально опасных лиц, сейчас трактуется в широком смысле как совокупность методик, позволяющих оценивать достоверность предоставляемой человеком информации. В коммерческих организациях, в частности, профайлинг позволяет диагностировать скрытые мотивы, личностные особенности, намерения сотрудника [Марцева Т.Г., 2014, с. 293].

Профайлинг позволяет прогнозировать поведение человека, что, в свою очередь, даёт возможность индивидуально разрабатывать мотивационные схемы, механизмы управления и контроля [Спирица Е.С., 2015, с. 34].

В последнее время HR-отделы предприятий и организаций различных форм собственности стали проявлять значительный интерес, а в ряде случаев начинают практически использовать технологии кадрового профайлинга.

Это является естественным и закономерным процессом, поскольку без понимания особенностей личности, мотивации и поведенческих реакций конкретных кандидатов на работу, действующих сотрудников компании, без знания профиля человека большинство персонал-технологий будут по меньшей мере неэффективны.

В статьях, посвященных проблематике профайлинга, публикуемых в профильных журналах и сети Интернет, делается акцент на применении технологии профайлинга преимущественно при отборе и оценке персонала. Безусловно, отбор персонала и формирование кадрового ядра является приоритетным направлением в кадровом менеджменте, и цена ошибки достаточно велика. Однако не стоит ограничивать возможности кадрового профайлинга. Следует отметить, что он может быть эффективно использован при реализации практически всех персонал-технологий, начиная от отбора сотрудников до их непосредственного высвобождения.

Остановимся на возможностях применения профайлинга при реализации кадровых технологий подробнее. Итак,

**Отбор персонала.** В процессе осуществления отбора персонала на заданные позиции кадровый профайлинг позволяет правильно разработать профиль должности, выяснить, соответствует ли ему подобранный кандидат; определить насколько он может подходить под стандарты корпоративной культуры компании, взаимодействовать с членами своего коллектива, управленческой командой; провести

верификацию получаемой от кандидата информации, а также составить первичное представление о лояльности и благонадежности кандидата, возможных угрозах, связанных с поступлением на работу данного человека;

**Адаптация персонала.** Кадровый профайлинг поможет в индивидуализации плана адаптации нового сотрудника, определении эффективности его конкретных пунктов и сроков, выборе возможного наставника. Изначально позволяет сделать прогноз, насколько успешно данный человек может быть адаптирован к данной компании вообще, существующему психологическому климату, стилям руководства;

**Мотивация персонала.** Использование технологии профайлинга позволит четко выделить индивидуальную систему мотивации личности и соотнести ее в контексте с принятой на предприятии системой мотивации и стимулирования. При этом возможно спрогнозировать и учитывать так называемую «внутреннюю мотивацию», которая является залогом формирования длительных и успешных трудовых отношений с человеком;

**Оценка персонала.** Кадровый профайлинг позволяет простроить эффективную систему оценки, планирования и прогнозирования конкретных результатов деятельности; особенно эффективен в планировании карьеры сотрудника, поскольку дает возможность выбрать именно то направление развития, в котором данный человек сможет быть максимально успешен и результативен. Успешному планированию карьеры во многом способствуют разрабатываемые профессиональный и управленческий профили.

Управленческий профиль показывает, какие конкретно управленческие качества, умения и навыки преобладают у конкретного психотипа, насколько они могут быть развиты.

**Развитие персонала.** В сфере обучения персонала кадровый профайлинг позволяет обеспечить его дифференцированность, опору на сильные стороны сотрудника, что в значительной степени способствует экономии средств предприятия.

**Высвобождение персонала.** Кадровый профайлинг позволяет осуществить комплекс мероприятий по минимизации возможных рисков, связанных с увольнением сотрудников, находящихся на критически важных позициях. При конфронтационном варианте высвобождения – предотвратить возможное нанесение существенного вреда интересам организации и развития репутационных рисков, при договорном – сохранить возможные связи с ушедшим сотрудником, оказать содействие в его возможном трудоустройстве, формируя позитивную репутацию компании.

Таким образом, кадровый профайлинг – серьезный и мощный инструмент, который целесообразно использовать в управлении персоналом. Он способен стать той базой на которой возможен реальный переход именно к управлению человеческими ресурсами, поскольку знание профиля работника показывает, какие конкретные ресурсы имеются у данного человека, что может быть использовано для повышения его эффективности и результативности, что может принести реальную пользу и соответственно, прибыль компании, в то же время позволяет человеку развиваться как субъекту трудовых отношений, повышать свой жизненный и профессиональный уровень, оставаясь благонадежным, лояльным и компетентным сотрудником.

### **Список литературы:**

1. Логинова Ю.С., Серов Н.А. Современный подход к деловой оценке персонала // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Экономические науки. – 2012. – № 4 (6).
2. Марцева Т.Г. Коммерческий профайлинг как технология управления / Общество и право. – 2014. – № 2 (48).
3. Спирица Е.С. Реальная психология лжи. М.: Международная Академия Исследования Лжи, 2015.
4. Стародубова О. Секреты кадрового профайлинга М.: Международная Академия Исследования Лжи, 2015.

## **ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ В МЕНЕДЖМЕНТЕ**

***Котова Анастасия Валериевна***

*студент,*

*Старооскольский филиал Белгородского государственного  
национального исследовательского университета,  
РФ, г. Старый Оскол*

***Моргач Владимир Евгеньевич***

*студент,*

*Старооскольский филиал Белгородского государственного  
национального исследовательского университета,  
РФ, г. Старый Оскол*

Безусловно, история развития менеджмента начинается с времен Руси, но начало концепции управления как самостоятельной науки было принято в конце XIX века. Однако более заметно это стало в начале XX в. Масштабные инновации промышленности ограничивал недостаточный экономический уровень государства.

Только лишь уже после XX века индустриальные течения начали преобладать над аграрными. Учёные этого периода применяли методы научного познания с целью наблюдения явлений, устанавливали причинные связи между ними и создавали собственные принципы управления.

Большое внимание к формированию управления возникло благодаря усложнению производства. Кроме того именно тогда поняли, то что правильное функционирование предприятия невозможно в отсутствии высококачественного менеджмента. Из-за этого начала возникать необходимость в сотрудниках непосредственно на должность управляющих.

Начало XX века считается более важным этапом формирования управления. Непосредственно в это время началась история формирования школ менеджмента российских теоретиков, сопоставимых с лучшими иностранными. В завершении 50-х годов тема исследований менеджмента начала расширяться. В начале 60-х годов возник новейший раздел экономики – кибернетика, начавшая новейший этап в истории формирования менеджмента. В 70-е годы стали возникать предостережения о несовместимости рынка и социализма. Попытка демонтажа едва не уничтожила финансовое состояние государства. В конце 70-х - начале 80-х были открыты лаборатории согласно проблемам управления.

Основными принципами современной концепции управления считаются: системный и ситуационный подход в управлении; инновации; обязанность менеджмента перед окружением; ориентация на человеческие способности. В последние годы системе российского управления с целью стандартной работы требуются многочисленные радикальные изменения.

Менеджмент - это одно из направлений нынешней экономической науки, нацеленное на формирование, планирование и реализацию проекта развития компании, организации, фирмы с целью максимизации потенциальной прибыли фирмы, создания стабильной концепции управления предприятием [1]. Нынешний период формирования российской экономики, когда произошли серьезные изменения в области управления человеческими ресурсами, характеризуется острой нехваткой квалифицированных менеджеров. Работодатель выбирает специалиста на основе его способностей и конечно не мало важную роль играет знание иностранного языка.

Слишком поздно начинать изучать иностранный язык, когда это необходимо, потому что для того, чтобы начать общение на иностранном языке, вам нужно потратить много времени и сил.

Часто кандидаты не имеют ни того, ни другого, и они просто упускают возможность хорошего трудоустройства.

Работодатель регулярно объясняет заявителям всех уровней о том, что если они знают английский, они смогут претендовать на самую многообещающую работу. И часто ответ звучит так: «Я до сих пор не нуждался в английском языке, я выучу его, если будет такая необходимость». Однако это неправильный подход.

Изучение английского языка стоит того, чтобы произвести впечатление на менеджера по персоналу или руководителя компании, которую вы хотите получить [3]. Свободное владение вторым языком ясно показывает способность учиться по-новому и характеризует вас как человека, который вложил свое время, решительность и ресурсы в образование. Это, пожалуй, единственный главный аргумент в разговоре о том, почему нужно изучать английский.

В настоящее время эта специальность является очень популярной, престижной и желательной для многих [2]. Существует ошибочное заблуждение, что крупные фирмы берут на работу людей с большим опытом, а выпускники университетов должны сначала работать на небольших местных фирмах. Среди прочего, необходимо отметить такую прозаическую причину отказа вчерашним студентам: молодое поколение ни как не утруждает себя выучить английский язык. И как такой человек будет работать в международной компании, общаться с иностранными партнерами, покупателями и поставщиками?

Российские лидеры говорят по-английски хуже своих подчиненных. Этот результат очевиден для компаний практически всех размеров и форм собственности [3].

По мнению всего общества в фирмах разного размера - от самых маленьких до крупнейших - менеджеры говорят по-английски на уровне ниже среднего. В целом, во время исследования было опрошено 572 менеджера из 1207 коммерческих и некоммерческих организаций в 18 секторах экономики из 24 стран. Годовой оборот компаний составлял от 1 до 10 млрд. Долл. США. 56% респондентов были в Европе, 30 % в Азии, 12 % в Северной и Южной Америке и 2 % на Ближнем Востоке. Оказалось, что менеджеры говорят по-английски, а также подчиненные только в фирмах с оборотом в 100-500 миллионов долларов. В других случаях менеджеры отстают от своих сотрудников [1].

И, наконец, английский язык наименее известен в самых маленьких и крупнейших фирмах. Малые компании часто работают только на национальных рынках, а крупные компании имеют так много подразделений

во всем мире, что их сотрудники могут работать на протяжении всей жизни в национальном подразделении и никаким образом не сталкиваются с необходимостью общаться на иностранном языке [4].

Ученые пытались оценить уровень владения английским языком в фирмах разных штатов и обнаружили пропасть - «удивительно большое расстояние» между странами, в которых языком владеют хорошо, и государствами, в которых не очень. Если в лучших европейских странах (например, в Нидерландах и Швеции) средняя оценка «по-английскому» у сотрудников компании находится в диапазоне 65-70 (по 100-балльной шкале), то в Российской Федерации, Чили, Бразилия не дотягивает и до 50 [3].

Когда основные сотрудники не говорят по-английски, они устанавливают неверный пример для всего персонала, и, соответственно, корпоративная культура не развивается по мере своей возможности.

На данный момент в высших учебных заведениях существует образовательная программа «Менеджмент на английском языке». Обучение проводится на английском языке ведущими преподавателями Университета, а также приглашенными иностранными специалистами в этой области. Студенты в процессе обучения используют учебно-методические комплексы на базе современных программ, предлагается участие в зарубежных стажировках и программах обмена, что позволяет им владеть иностранным языком на высшем уровне.

Таким образом, в глобальном мире, знание английского языка незаменимо для каждого растущего и развивающегося бизнеса.

### Список литературы:

1. Геворгян Д.Р. Английский язык как проводник в мире бизнеса // Гуманитарные науки. Студенческий научный форум Электронный сборник статей по материалам I студенческой международной научно-практической конференции. 2018. - С. 89-93.
2. Крюкова Д.А., Самарин А.В. К вопросу об особенностях английского менталитете в деловом дискурсе // Молодежный научный форум: гуманитарные науки. 2017. № 3 (42). - С. 393-398.
3. Нестерова Н.А., Калинина Е.Д., Самарин А.В. Обзор русского и английского менталитета // Молодежный научный форум: гуманитарные науки. 2017. № 1 (40). - С. 307-311.
4. Якушина А.В., Самарин А.В. Морфологическая адаптация современных английских заимствований в русском языке // Молодежный научный форум: гуманитарные науки. 2017. № 3 (42). - С. 408-416.
5. Веснин В.Р. Основы менеджмента. — М.: Проспект, 2016. — 320 с.
6. Латфуллин Г.А., Никитин А.С., Серебрянников С.С. Теория менеджмента. — СПб.: Питер, 2016. — 464 с.

## МЕНЕДЖМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

*Рощин Александр Витальевич*

*аспирант*

*Физико-технологический институт,*

*МИРЭА - Российский технологический университет (РТУ МИРЭА) Ю,*

*РФ, г. Москва*

## MANAGEMENT OF INNOVATION PROCESSES

*Alexander Roshchin*

*Graduate student*

*Physico-technological institute,*

*Federal State Budget Educational Institution of Higher Education*

*«MIREA - Russian Technological University»,*

*Russia, Moscow*

**Аннотация.** Работа посвящена актуальной на данный момент теме – планированию инновационных процессов. Выбор данной тематики обосновывается слабой ориентацией отечественных предприятий на внедрение и распространение инноваций. Основываясь на опыте высокоразвитых стран, сформированы основные этапы планирования. Наиболее важным этапам планирования уделено особое внимание. Выделены подэтапы и обоснованы их основные задачи.

**Abstract.** The work is devoted to the actual topic at the moment – the planning of innovation processes. The choice of this topic is justified by the weak orientation of domestic enterprises in the introduction and dissemination of innovations. Based on the experience of highly developed countries, the main stages of planning have been formed. The most important planning stages are given special attention. Sub-steps are identified and their main tasks are justified.

**Ключевые слова:** менеджмент инноваций; планирование инноваций; потребность в научно-технических разработках; перспективный план.

**Keywords:** innovation management; innovation planning; the need for scientific and technical developments; a long-term plan.



Во всем мире стремительно возрастает значимость нововведений. Динамика и качество экономического роста в современном мире все сильнее определяются степенью развития науки, инноваций и эффективным использованием информационно-маркетинговых стратегий на предприятиях. Инновационный путь развития признан ведущими мировыми экономическими системами. Инновации стали главенствующей идеей, объединяющей мировую экономику [9].

В России идет период адаптации научно-производственного комплекса к условиям рыночной экономики, формируется национальная инновационная система. В настоящее время стратегия промышленного сектора еще слабо ориентирована на инновационный путь развития, применение информационных технологий [8], коммерциализацию результатов исследований и разработок.

Внедрение и распространение инноваций на отечественных предприятиях является крайне актуальной проблемой. Разработка новых технологических процессов, обновление существующих технологий, а также любая другая деятельность, направленная на обновление воспроизводственных процессов на предприятии, создают дополнительный импульс для экономического роста и повышения эффективности деятельности.

Главными задачами инновационной деятельности предприятия следует признать: планирование, организацию, мотивацию и систематическую оценку результатов инновационной деятельности. С позиции инновационного менеджмента, планирование представляет собой функцию инновационного менеджмента, которая включает в себя: систему мероприятий по оценке факторов внешней и внутренней среды, систему мероприятий по прогнозированию деятельности предприятия, а также по планированию реализации стратегий организации и достижения ей определенной цели [5].

Опыт высокоразвитых стран, добившихся успехов в реализации нововведений, выпуска и экспорта наукоемкой продукции, позволяет выделить определенные этапы планирования инноваций [3]:

1. Оценка скорости развития предприятия, фирмы, организации или отрасли исходя из выбранной ранее стратегии.
2. Поиск перспективных потребностей в новшествах, необходимости совершенствования технологического процесса и модернизация оборудования.
3. Выявление потребностей в научно-технических исследованиях и разработках.
4. Проверка научного потенциала предприятия и доступных ресурсов для проведения полного объема поставленных научно-технических разработок.

5. Отбор перспективных проектов, выявление из отобранных наиболее важных и приоритетных, распределение очередности выполнения работ с учётом сил и средств организации.

6. Составление развёрнутого перспективного плана нововведений с обоснованием обеспеченности программ трудовыми, финансовыми и материальными ресурсами.

7. Составление годового тематического плана.

8. Итоговое планирование темы.

Указанные этапы полностью вписываются в общепринятую концепцию жизненного цикла инноваций. Прогнозирование, планирование, оценка проектов, организация и комплексное управление - стратегически важные функции инновационного менеджмента [1].

Среди этапов планирования инноваций важнейшим является поиск и определение потребности в научно-технических разработках. От правильно найденной потребности в научно-технических разработках зависит обоснованность требований заказчиков, эффективность планируемых нововведений, возможность следовать намеченным темпам развития предприятия, достижение конечных стратегических целей [10]. Поэтому особенно важно правильно выявить факторы, от которых зависит потребность в научно-технических разработках, основы её формирования и составные элементы.

Общая потребность в научно-технических разработках отличается от потребности производства. Под потребностью производства в научно-технических разработках [7] понимают комплекс научно-исследовательских, опытно-конструкторских, проектно-технологических работ, необходимый в планируемом периоде для получения предполагаемых итоговых результатов деятельности предприятия. Потребность производства в научно-технических разработках диктует рынок. Общая потребность в научно-технических разработках определяется рынком, прямыми заказами потребителей, личной практикой и опытом, а также рядом других факторов:

- внутренней логикой научно-технического развития;
- особенностями научного процесса;
- стремлениями сотрудников расширить и углубить собственные познания, показать свои возможности, чтобы достичь общественного признания.

Успешное планирование потребностей разработок инноваций зависит от точной классификации факторов [6], оказывающих влияние на формирование величины общей потребности. Необходимо учитывать экономические, производственно-технические, социальные, экологические, временные факторы, а также факторы международного научно-технического сотрудничества.

При планировании инноваций очень важно распределять выявленные потребности в научно-технических разработках по годам так, чтобы в конце планируемого периода были достигнуты конечные цели стратегического развития. Необходимо составить подробный перспективный тематический план инновационной деятельности предприятия. Основными задачами такого плана становятся: обоснование определённой номенклатуры и объёма инновационной деятельности на планируемый период; сопоставление работ с имеющимися трудовыми, финансовыми и материальными ресурсами; контроль выполняемых работ; увязка выполняемых работ с поставленными временными рамками. В перспективном тематическом плане инновационной деятельности расписывается полный перечень проводимых работ, сроки их начала и завершения, все затраты на их проведение по годам перспективного периода, и планируемая эффективность от их выполнения. Также необходимо правильно рассчитать сметы затрат по планируемым работам, так как план по сметной стоимости работ связан с трудовыми планами, финансированием проводимых работ и потребностью в материалах [4].

Разработка перспективного плана инновационной деятельности на предприятии разрабатывается поэтапно. Основные этапы разработки перспективного плана:

1. Начальное обсуждение на научно-техническом совете организации основного тематического направления инновационного проекта плана с учётом факторов его формирования, возможностью разбить его на определённые периоды и предположить оптимальное ресурсное обеспечение.

2. Анализ и обсуждение в научно-технических подразделениях организации намеченных работ, сопоставление их с имеющимися ресурсами организации.

3. Конкретизация проекта, определение этапов необходимых работ и сроков их выполнения.

4. Составление сводного плана инновационной деятельности и утверждение на научно-техническом совете организации.

5. Согласование конечного варианта перспективного плана инновационной деятельности с заказчиками, инвесторами и исполнителями.

Оптимизация структуры годового тематического плана инновационных работ начинается с группировки работ и рационализации тематики внутри каждой из них. Группировка работ может происходить по следующей схеме:

- создание, производство и реализация принципиальных новшеств;
- создание и освоение новых и модернизация имеющихся технологических процессов;

- совершенствование выпускаемой продукции, средств механизации и автоматизации процессов производства;
- производство новых материалов или модификация свойств имеющихся;
- поиск возможностей использовать принципиально новые конструкторские решения, новые методы формирования материалов. Например, полимерные материалы, металлокерамические материалы.

Для дальнейшей оптимизации структуры годового тематического плана требуется подтвердить актуальность, новизну и социально-экономическую эффективность проекта. Подобное достигается комплексным технико-экономическим обоснованием тематики [2]. Техничко-экономическое обоснование инновационного проекта содержит:

1. Оценка уровня новизны проекта и перспективность дальнейшей разработки.
2. Проверка возможности достичь поставленных целей в ходе выполнения запланированных работ.
3. Анализ возможности реализации продуктов инновационной деятельности на существующих рынках, с использованием маркетинговых исследований.
4. Проверка возможности получения патентов на отдельные научно-технические разработки.
5. Обоснование технологий промышленного производства создаваемых инноваций.
6. Произведение оценки механизации, автоматизации, технологичности, безопасности и экологичности при серийном производстве разрабатываемых инноваций.
7. Расчёт объёма затрат при проведении планируемых работ, подробное указание всех источников финансирования и определение сроков выполнения.
8. Расчёт предполагаемой экономической, социальной, экологической и информационной эффективности.

Управление инновациями происходит в постоянно изменяющихся условиях, что приводит к необходимости непрерывного рассмотрения плана инновационной деятельности.

Для этого требуется гибкость в управлении проектом, чтобы частые уточнения не приводили к кардинальным изменениям в рабочем плане.

В подведении итогов, можно сделать следующее заключение. Предложенный подход разделения планирования инновационных процессов на конкретные этапы позволяет выявить специфические риски

того или иного проекта с точки зрения основных рискообразующих факторов.

Результаты проведённого исследования могут быть применены при последующей классификации и оценки рисков, что позволит разработать эффективные мероприятия по управлению рисками для принятия рациональных управленческих решений.

### Список литературы:

1. Бабич В.Н. Инновационная модель бизнес-процесса: учебное пособие / В.Н. Бабич, А.Г. Кремлёв. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2014. – С. 58-59
2. Блажевич О.Г., Сафонова Н.С. Особенности управления внеоборотными и оборотными активами организации // Финансы и учетная политика. 2017. № 1.
3. Булава И.В., Батьковский А.М., Батьковский М.А. и др. Теория и методология разработки стратегии развития предприятия. - М: Международная академия оценки и консалтинга. - 2009. –С. 65-69.
4. Герасимов Б.Н., Новикова Н.А. Внедрение мероприятий по повышению эффективности управления инновационной деятельностью предприятий // Стратегии бизнеса. 2016. № 1 (21).
5. Матясов А.Ю., Шабурова А.В. Планирование инновационной деятельности на предприятии // Интерэкспо Гео-Сибирь. 2017. № 1.
6. Рязанов М.А. Построение методики определения эффективности инновационной деятельности / М.А. Рязанов // Вопросы инновационной экономики. —2011. —№ 9 (9). — С. 3-12.
7. Сорокин А.Е., Новиков С.В., Замковой А.А. Инновационно-технологический менеджмент в организации наукоемкого производства // Инновации. 2016. №10 (216).
8. Тебекин А.В., Касаев Б.С. Менеджмент организации. М.: КноРус, 2015.
9. Управление инновациями: монография / под ред. проф. А.В. Тебекина. М.: РИО Российской таможенной академии, 2017. 216 с.
10. Фадеев А.В. Технологические процессы на предприятиях машиностроительного комплекса при сборочном производстве / ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В НАУЧНОЙ СРЕДЕ сборник статей международной научно-практической конференции: часть 3. 2016- С. 93-100.

#### **4. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**

### **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ГРАНИЦ АГЛОМЕРАЦИИ В ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТАХ (НА ПРИМЕРЕ АКТЮБИНСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ)**

**Мусабаев Турлыбек Туркпенович**

*д-р техн. наук, Генеральный директор РГП «Госградкадастр»,  
профессор ЕНУ им. Л.Н. Гумилева, академик НИИ РК,  
Почетный строитель, Почетный архитектор  
и Заслуженный работник науки Казахстана,  
Республика Казахстан, г. Астана*

**Баракбаев Арслан**

*Ведущий специалист Отдела природных ресурсов и туризма  
РГП «Госградкадастр»,  
Республика Казахстан, г. Астана*

### **DETERMINATION OF THE BORDERS OF GRAIN IN THE CITY CONSTRUCTION PROJECTS (ON THE EXAMPLE OF AKTOBE AGGLOMERATION)**

**Turlybek Mussabayev**

*General Director of the Republic State Enterprise  
«Republic center of State Urban Planning and Cadastre»,  
Doctor of technique sciences, Professor of the L.N. Gumilev  
Eurasian National University, Academician of the National Academy  
of Engineering of the Republic of Kazakhstan, the Honorable Builder,  
the Honoured Worker of Science of the Republic of Kazakhstan,  
Kazakhstan, Astana*

**Arslan Barakbaev**

*Leading Specialist, Department of Natural Resources and Tourism,  
RSE Gosgradkadastr,  
Kazakhstan, Astana*

**Аннотация.** В данной статье представлен механизм определения границ агломерации на основании Методических рекомендаций по определению границ агломерации. При этом составлена матрица численности населения, определены центры притяжения, расстояния от населенных пунктов до каждого центра притяжения, а также сформирован перечень населённых пунктов, притягивающихся к потенциальным центрам притяжения агломерации.

**Abstract.** This article presents a mechanism for determining the boundaries of the agglomeration based on the Methodological recommendations for determining the boundaries of the agglomeration. At the same time, a population size matrix was compiled, centers of attraction were determined, distances from settlements to each center of gravity were determined, and a list of localities attracted to potential centers of attraction of agglomeration was formed.

**Ключевые слова:** границы агломерации; методика; транспортная изохрона; центры притяжения; коэффициент.

**Keywords:** agglomeration boundaries; method; transport isochron; centers of attraction; coefficient.

Согласно Закона об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности Республики Казахстан, агломерация – локальная система урбанизированных населенных пунктов, расположенных вокруг одного или нескольких крупных городов-центров, имеющих повседневные трудовые, производственные, социально-культурные и иные связи, а также тенденцию к территориальному слиянию друг с другом [1]. Следовательно, агломерация требует единого рассмотрения и взаимосвязанного решения проблемы развития близлежащих населенных пунктов вокруг крупного города-центра.

Образование городских агломераций — одна из естественных стадий процесса урбанизации. Термин «агломерация» применительно к расселению был введен французским географом М. Руже, согласно которому агломерация возникает тогда, когда концентрация городских видов деятельности выходит за пределы административных границ и распространяется на соседние населенные пункты [6].

Так в 60-х годах прошлого столетия, когда города СССР характеризовались стабильным ростом, городскими агломерациями называли компактные скопления территориально сосредоточенных городов и других населенных мест, которые в процессе своего роста сближаются (иногда срастаются) и между которыми усиливаются многообразные хозяйственные, трудовые и культурно-бытовые, взаимосвязи.

В восьмидесятые годы было сформулировано определение: Городская агломерация - это компактная и относительно развитая совокупность дополняющих друг друга городских и сельских поселений, группирующихся вокруг одного или нескольких мощных городов-ядер и объединенных многообразными и интенсивными связями в сложное и динамическое единство; это тот ареал, то пространство потенциальных и реальных взаимодействий, в которое вписывается недельный жизненный цикл большинства жителей современного крупного города и его спутниковой зоны [6].

В настоящее время формулировка понятия «агломерация» немного изменилась в виду того что нельзя утверждать что агломерация является сколько не будь стабильной системой. Так, например закрытие градообразующего предприятия приведет к смене вектора маятниковой миграции, что приведет к оттоку ресурсов, прежде всего трудовых с ядра агломерации.

Влияние принципа экономики (экономии) масштаба, а также влияние внешних экономик, как правило, вызывает лучшую экономическую среду для распространения технологий и информации, становясь намного инвестиционно привлекательней. В результате, в этом регионе потенциально может произойти пространственная концентрация научно-исследовательских и инновационных институтов.

Система населенных пунктов, связанная тесными экономическими, культурно-бытовыми, трудовыми связями, объединённый конгломерат. Сегодня к этим связям добавляются информационные потоки, а также экологические потоки – все это на сегодняшний день является агломерацией. Агломерация также является способом привлечения инвестиций.

Создание бренда агломерации как инвестиционно привлекательной территории позволяет найти пути для привлечения крупных инвесторов, нацеленных на большие рынки для сбыта своего товара. Создание агломераций также дает много положительных мультипликативных эффектов, например, ресурсный и кадровый. Чем больше город, тем больше трудовых ресурсов и тем больше вероятность того, что они более разнообразны и, соответственно, в перспективе они могут создать более диверсифицированную структуру экономики.

Таким образом территория агломерации становится более устойчивой к неожиданным изменениям или кризисам. К примеру, к созданию агломерации в Европе подходит образом создания избытка транспортной инфраструктуры, т. е сначала создается принцип транспортной доступности во всех направлениях, а потом происходит насыщение этой всей инфраструктуры. Причем, как правило, создается именно избыток транспортной доступности для людей.



Республиканским государственным предприятием «Госградкадастр» были разработаны Методические рекомендации определения границы агломерации, одобренные научно-техническим советом КДСЖКХУЗР МНЭ (далее – Методика), и были применены в проекте разработки Межрегиональной схемы территориального развития Алматинской, Актюбинской и Шымкентской агломераций [2].

Получивший широкое распространение в советской науке метод определения границ агломерации, основывавшийся на транспортной доступности до центра города, являлся основной методикой того времени. В условиях плановой экономики границы агломерации определялись в пределах 1, 1.5, 2 часовой доступности от центра города путем построения изохрон по автомобильным и железнодорожным путям на частном или общественном транспорте [6].

Также существуют метод, который имеет широкое применение в иностранной практике. Он основывается на статистической информации численности населения и трудовых потоках между центральным городом и пригородными территориями. При этом границы агломерации жестко привязаны к наименьшим административно-территориальным единицам, по которым доступны статистические данные.

Так к 1960 году в США было введено понятие стандартного метрополитенского статистического ареала (standard metropolitan statistical area). Изменение критериев выделения метрополитенского ареала в течение XX века касались лишь количественных показателей – доли городского населения, структуру занятости, доли маятниковой мигрантов. При этом теоретические основания оставались неизменными – ареал должен состоять из центрального города и пригородов.

Аналогичные критерии выделения агломерации были разработаны и в Великобритании, где было введено понятие Стандартного метрополитенского трудового ареала (UK standard metropolitan labor area), который состоит из центрального города ядра пригородов с суммарным населением более 70 тыс. человек. Ядро включает в себя один или несколько муниципалитетов, в которых число рабочих мест на единицу площади 13,75 га, либо один муниципалитет, где работающее население превышает 20 тыс. населения. Принцип выделения границ агломерации, основанный на сопоставлении статистических данных применяется во многих разных странах мира, в том числе и Австрии, Швейцарии и Франции [3].

В Казахстане в первые годы независимости естественное формирование агломерации было остановлено в виду причин, связанных с экономическим развитием и оттоком населения с сельской местности.

Годы спустя Казахстан испытывает потребность в городах различных категорий и агломерации, в том числе для правильного пространственного развития, качественной организации территорий, а также для привлечения иностранных инвестиций.

Для этого Президент Республики Казахстан – Лидер нации Н.А. Назарбаева в Послании народу Казахстана «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана» (январь 2012 г.) поручил Правительству страны разработать программу развития регионов и агломерации населенных пунктов, где сосредоточена огромная масса населения. В целях реализации данного поручения Правительством Республики Казахстан в октябре 2012 года были внесены изменения и дополнения в Программу «Развития регионов» [4].

Однако последующий анализ показал, что не многие города в Казахстане могут быть выделены в агломерации. В Послании президента народу Казахстана указывается, что «первыми современными урбанистическими центрами Казахстана станут крупнейшие города – Астана и Алматы, далее – Шымкент и Актобе. Они должны стать также центрами науки и притяжения инвестиций и населения, предоставлять качественные образовательные, медицинские, социокультурные услуги» [4].

Основной задачей для развития агломерации было создание центров долгосрочного роста с приоритетными экономическими специализациями каждой агломерации. При этом важнейшим фактором является определение границ агломерации с пошаговым подходом количества населенных пунктов, необходимых для включения в состав агломераций.

Для оценки степени развития процесса урбанизации использован коэффициент развитости агломерации, предложенный П.М. Поляном (Кр), который зависит от численности городского населения агломерации, числа городов и поселков городского типа и их доли в суммарной численности населения агломерации [2].

Для определения границ агломерации применялся метод изохрон, который основывался на часовой доступности к ядру агломераций. Предварительное определение населенных пунктов в зоне влияния агломерации методом изохрон согласно Единой программе развития регионов отражено в Таблице 1.

**Таблица 1.**

**Предварительное определение населенных пунктов  
в зоне влияния агломерации методом изохрон согласно  
Единой программе развития регионов**

<b>Наименование административных единиц</b>	<b>Количество населенных пунктов</b>
город Актобе	1
Актюбинская городская агломерация	22
Алгинский район	21
Каргалинский район	13
Хобдинский район	11
Мартукский район	23
Мугалжарский район	9
Хромтауский район	12
Всего по Актюбинской агломерации	112

После определения границ агломерации, необходимо выявить потенциальные центры притяжения. Для этого проводится исследование городов и поселков. В качестве городов-контрмагнитов выбираются города и посёлки с населением не меньше 5 тыс. человек. В Актюбинской агломерации таковыми были предварительно выбраны 5 центров притяжения, указанные в Таблице 2.

**Таблица 2.**

**Центры притяжения**

<b>Наименование центра притяжения</b>	<b>Численность населения</b>	<b>Расстояние до ядра агломерации</b>
Кандагаш	34 461	91,5
Хромтау	26 015	88,7
Алга	20 136	42,8
Кобда	5 413	110
Мартук	10 149	71,6

Главной целью выявления городов-контрмагнитов является определение городов с центрами притяжения для близлежащих населенных пунктов с целью оттягивания миграционных потоков на себя, тем самым, разгружая ядро агломерации от избытка населения внутри ядра агломерации. Каждый город-контрмагнит имеет влияние на близлежащие населенные пункты; влияние определяется не только близостью к городу-контрмагниту, но и социально-экономическим влиянием. Для выявления данного социально-экономического влияния выводится коэффициент потенциала для каждого города-контрмагнита, включая ядро агломерации, путем проведения соответствующего расчета по формулам. Для расчета влияния городов-контрмагнитов на населенные пункты необходимы следующие данные:

численность населения; удаленность населенного пункта от центра притяжения; площадь территории; протяженность дорог с твердым покрытием; миграция (число прибывших/число ушедших); численность безработных; численность занятых в данном населенном пункте; численность экономически активного населения; объем доходов местного бюджета; объем расходов местного бюджета.

Согласно методике для определения коэффициентов оценки потенциала центров притяжения определяется доверительный интервал для центра агломерации и отдельно для потенциальных центров притяжения по правилу 3 сигм:

$$x_{ij} \in [m_i - 3\sigma_i; m_i + 3\sigma_i],$$

где:  $x_{ij}$  –  $i$ -ое значение показателя для  $j$ -ого центра притяжения;  $\sigma_i$  – среднее квадратическое отклонение значения  $x_{ij}$ , которое вычисляется по формуле  $\sigma_i = \sqrt{\frac{1}{r} \sum_{i=1}^r (x_{ij})^2 - (m_i)^2}$ ;  $m_i$  – среднеарифметическое значение  $i$ -го показателя [2].

Если  $x_{ij}$  лежит вне доверительного интервала, то  $y_{ij} = (0 \text{ либо } 1)$ , если  $x_{ij}$  находится внутри доверительного интервала, то  $y_{ij} = (x_{ij} - m_i + 3 * \sigma_i) / (6 * \sigma_i)$  - для позитивного показателя или  $y_{ij} = 1 - (x_{ij} - m_i + 3 * \sigma_i) / (6 * \sigma_i)$  - для негативного показателя, где  $y_{ij}$  –  $i$ -ое значение приведенного производного показателя для  $j$ -ого центра притяжения.  $\alpha_{ij}$  – весовой коэффициент, определяющий сравнительную значимость  $i$ -го значения приведенного производного показателя для  $j$ -ой территории  $y_{ij}$ . Весовые коэффициенты значимости приведенных производных показателей  $j$ -го населенного пункта определяются по формуле:

$$\alpha_{ij} = \frac{y_{ij}}{\sum_{i=1}^r y_{ij}}. \quad (1)$$

После определения приведенных производных показателей факторов и весовых коэффициентов производится расчет значений коэффициента оценки потенциала территории  $K_j$  по следующей формуле:

$$K_j = \alpha_{1j} * y_{1j} + \alpha_{2j} * y_{2j} + \dots + \alpha_{rj} * y_{rj}, \quad (2)$$

где:  $r$  – количество центров притяжения;  $K_j$  – коэффициент оценки потенциала  $j$ -го центра притяжения [2].

Чем больше значение коэффициента оценки потенциала  $K_j$ , тем больше уровень социально-экономического состояния центра притяжения.

Пример расчета коэффициента оценки потенциала центров притяжения показан в Приложении 1 на примере 3-х центров притяжения.

Расчет силы демографического притяжения  $G_{ij}$  каждого населенного пункта к центру притяжения производится по следующей формуле:

$$G_{ij} = K_1 \frac{P_i P_j}{d_{ij}^a}, \quad (3)$$

где:  $i, j$  – рассматриваемые населенные пункты;  $P_i$  – численность населения  $i$ -го центра притяжения;  $P_j$  – численность населения  $j$ -го населенного пункта;  $d_{ij}$  – удаленность  $j$ -го населенного пункта от  $i$ -го центра притяжения;  $K_1$  – коэффициент оценки потенциала  $i$ -го центра притяжения;  $a$  – степень показателя удаленности населенного пункта до центра притяжения, определяющаяся в ходе эмпирического исследования территории, свойственного для каждой агломераций [2].

Сила демографического притяжения  $G_{ij}$  определяет тесноту экономической, трудовой и социально-культурной связи между населенными пунктами и центром притяжения, т.е. выявление зоны влияния центра на близлежащую территорию. Сила демографического притяжения рассчитывается как для центра агломераций, так и для потенциальных центров притяжения. В результате сравнения данных значений силы  $G_{ij}$  к центру агломераций или другому потенциальному центру притяжения определяются населенные пункты, входящие в зону влияния каждого центра притяжения. Сила демографического притяжения рассчитывается по всем населенным пунктам к каждому центру притяжения. Таким образом, были проведены расчеты силы демократического притяжения к 6 центрам притяжения по 106 населенным пунктам по Актюбинской агломерации и составлена матрица размером  $4 \times 106$ .

На основе матрицы был составлен список населённых пунктов, входящих в зону влияния определенного центра притяжения, показанных в Таблице 3.

Таблица 3.

**Список населённых пунктов, входящих в зону влияния  
определенного центра притяжения**

<b>Центры притяжения (ЦП)</b>	<b>Наименования ЦП</b>	<b>Количество НП, притягивающихся к ЦП</b>	<b>Численность населения НП, притягивающихся к ЦП</b>
Центр ядра агломерации	Актобе	48	78 669
Города-спутники и центры местных систем расселения	Кандыагаш	8	6 296
	Хромтау	16	14 614
	Алга	9	10 036
	Кобда	8	3 152
	Мартук	17	10 490
	Итого ЦП:	106	123 257
ВСЕГО по агломерации:		112	634 820

В результате проведенных расчетов мы получили, что к городу Актобе притягиваются 48 населенных пунктов, г. Хромтау – 16, с. Мартук – 17, г. Алга – 9 и самое мало притягивается с. Кобда - 8. Таким образом, выявлено 112 населенных пунктов в составе агломерации с численностью населения 634 820 человек.

Причину того, что село Мартук (17) притягивает больше населенных пунктов, чем другие города-контрмагниты, можно объяснить высокой численностью население (10149 чел.) села, а также самым высоким среди городов-контрмагнитов протяженностью дорог (81 км);

Причинами того, что с. Кобда (8) притягивает наименьшее количество населенных пунктов среди городов-контрмагнитов являются низкая протяженность дорог с твердым покрытием, а также самым низким объемом доходов местного населения среди городов-контрмагнитов.

Результаты исследования показаны на Рисунке 1. Красным цветом указаны населенные пункты, притягивающиеся к центру агломерации – городу Актобе и центрам притяжения (желтыми – к г. Кандагаш, голубым – г. Хромтау, синим – к с. Мартук, бирюзовый – к с. Кобда и фиолетовый – г. Алга), которые будут функционировать как контрмагниты, оттягивающие потоки миграции от ядра агломерации и других близлежащих населенных пунктов.

На основе данной матрицы посредством отбора населенных пунктов с максимальным значением «G» определена географическая зона 4-х потенциальных опорных систем поселений, среди которых естественным образом распределены 112 населенных пунктов агломерации:

Перечень населенных пунктов с наибольшей силой демографического притяжения, притягивающиеся к центру агломерации - городу Актобе, составляет 48 населенных пунктов.

Западная система поселений с опорным центром в с. Кобда, к которому притягиваются 8 населенных пунктов;

Южная система поселений с опорным центром в г. Кандыгаши, к которому притягиваются 8 населенных пунктов

Восточная система поселения с опорным центром в г. Хромтау, к которому притягиваются 16 населенных пунктов

Северная система поселения с опорным центром в с. Мартук, к которому притягивается 17 населённых пунктов.

Приведенный анализ показывает, что представленный опорный каркас агломерации соответствует с общегосударственной стратегической политикой программного развития Актюбинской области.

Таким образом, на основании Методических рекомендаций по определению границ были выявлены границы агломерации, а также города-контрагиты, создание которых в перспективе будет способствовать потенциальному притоку населения в эти города.

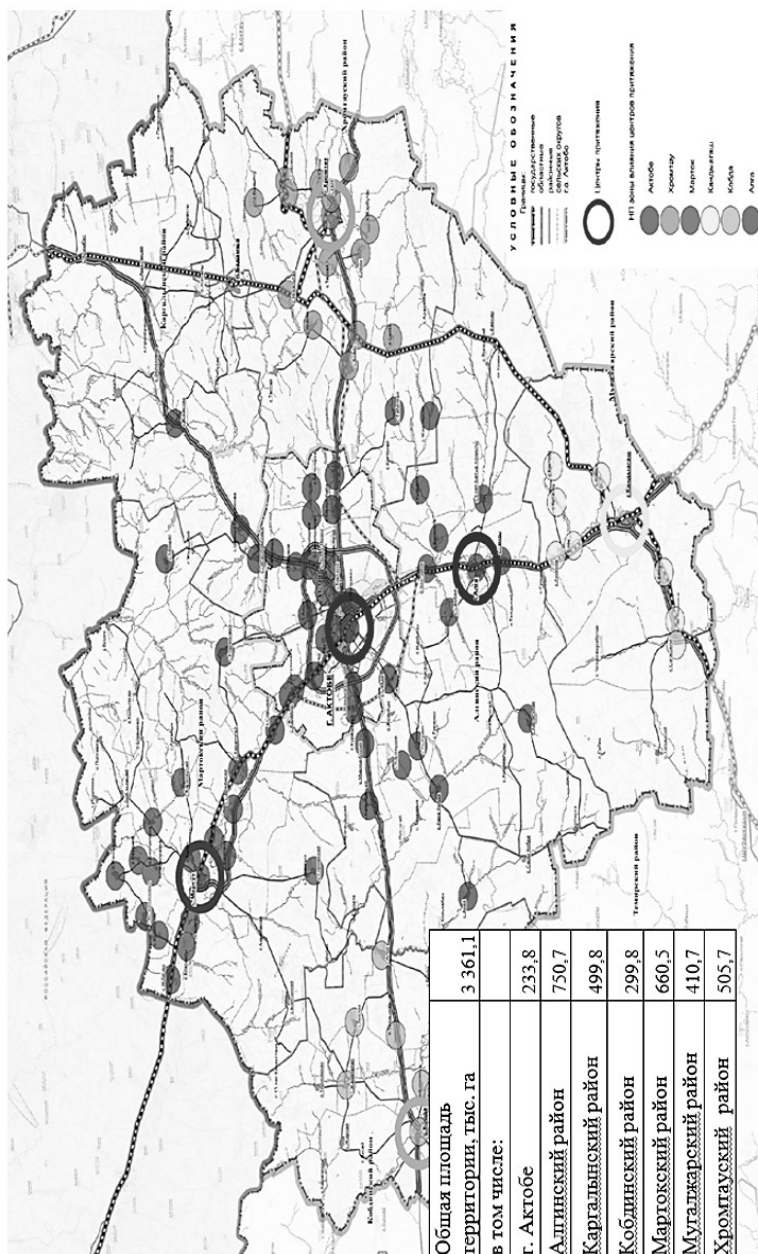


Рисунок 1. Проектная граница Актюбинской агломерации



При этом предполагается, что немалая площадь территории Актюбинской агломерации привлечет разнообразные трудовые ресурсы, которые в перспективе могут создать более диверсифицированную структуру экономики региона. Как следствие, появится возможность сбалансированного и устойчивого развития агломерации как значимого, конкурентоспособного и инвестиционно привлекательного региона Казахстана.

### Список литературы:

1. Закон Республики Казахстан от 16 июля 2001 года № 242-III «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан».
2. Методические рекомендации по определению границ агломерации разработаны в соответствии с пунктом 5 Межрегионального плана мероприятий по развитию Астанинской агломерации до 2020 года, утвержденного постановлением Правительства Республики Казахстан от 18 июня 2013 года № 611.
3. Reilly W.J. The Law of Retail Gravitation // New York: Knickerbrocker Press, 1931.
4. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 июня 2014 года № 728 «Об утверждении Программы развития регионов до 2020 года» [Электрон. ресурс]. – URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1400000728> (Дата обращения: 12.12.2014).
5. Назарбаев Н.А. «Социально-экономическая модернизация – главный вектор развития Казахстана» [Электрон. ресурс] - URL:[http://www.akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respublikikazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstan\\_1339760819](http://www.akorda.kz/ru/page/poslanie-prezidenta-respublikikazakhstan-n-a-nazarbaeva-narodu-kazakhstan_1339760819) (Дата обращения: 18.09.2014).
6. Нефедова Т.Г., Тревиш А.И. Теория «дифференциальной урбанизации» и иерархия городов в России на рубеже XXI века // Проблемы урбанизации на рубеже веков. – 2002. – С. 71-86.

## 5. ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

### МОДЕЛИРОВАНИЕ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ИННОВАЦИЯМИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

*Абдельмаджид Фатхи Эльсайд Юссеф*  
аспирант,  
Казанский федеральный университет,  
РФ, г. Казань

### MODELING OF THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATIONS AND COMPETITIVENESS: THEORETICAL ASPECT

*Fathy Abdelmajied*  
Graduate student Kazan Federal University,  
Russia, Kazan

**Аннотация.** За последнее десятилетие термин «конкурентоспособность» получил широкое распространение на всех уровнях (микро-, мезо-, макро-, глобальном-). Несомненно, что инновации и знания играют ключевую роль в экономическом развитии и конкурентоспособности. Целью данной работы является изучение взаимосвязи между инновациями (продукт - процесс) и конкурентоспособностью, в этой работе призван предложить анализ концепции инноваций и конкурентоспособности; также определите, как измерять инновации и конкурентоспособность; и каковы факторы, влияющие на инновации и конкурентоспособности; по крайней мере, влияние инноваций на конкурентоспособности.

**Abstract.** There is evidently a widespread interest in the issue of competitiveness at all levels (micro-, meso-, macro-, global-). Over the last decade or so, the term competitiveness has been widely used. It is beyond doubt that knowledge and innovation play a key role in economic development

and competitiveness. The aim of this paper is to examine the relationship between innovation (product – process) and competitiveness. Also, it aims to offer an analysis of the concept of innovation and competitiveness, and determines how to measure innovation and competitiveness; as well as, it specifies factors affecting innovation and competitiveness; at least, introduce an analysis of the impact of innovation and competitiveness on economic growth.

**Ключевые слова:** инновация; конкурентоспособность; патентные заявки; динамические панельные данные

**Keywords:** Innovation; Competitiveness; Developed Countries; Patent applications; dynamic panel data.

**Введение.** Очевидно, вопрос конкурентоспособности крайне актуален на национальном уровне. Конкурентоспособность - сложная концепция, не имеющая единого определения, несмотря на многочисленные исследования в рамках различных дисциплин и подходов. Всемирный экономический форум определяет конкурентоспособность как «набор институтов, политики и факторов, определяющих уровень производительности страны» [6]. ОЭСР понимает под конкурентоспособностью способность страны производить товары и услуги, которые могут быть обменены на глобальном рынке в условиях свободной и справедливой рыночной конъюнктуры при сохранении или увеличении реальных доходов своего населения [2]. Ежегодник «Мировая конкурентоспособность» IMD определяет данное понятие как «способность стран обеспечивать среду, в которой предприятия могут конкурировать» [4]. В идеале показатели конкурентоспособности должны удовлетворять трем основным критериям: они должны охватывать все секторы, подверженные конкуренции; охватывать все рынки, открытые для конкуренции; и строиться на основе данных, полностью сопоставимых на международном уровне. Конкурентоспособность рассчитывается как средневзвешенное значение по 12 показателям.

Инновациям также уделено большое внимание в академической и деловой литературе. Концепция инноваций основана на работах J.A. Schumpeter, который определил инновацию продукта как “введение нового товара или новое качество товара”, а инновационный процесс как “внедрение нового метода производства или новый способ использования товара в коммерческих целях” [5, С. 2].

Перед дальнейшим исследованием взаимосвязи между инновациями и конкурентоспособностью важно отметить, что [1, С. 10]: (1) инновационный процесс - внедрение новых процессов в производ-

ство, которое приводит к трудосберегающему эффекту; (2) инновации продукта предполагают новые методы организации производства (новые технологии). Однако следует отметить, что последняя классификация в основном используется в научных исследованиях, оценивающих влияние технологических инноваций на экономические показатели и конкурентоспособность.

**Теоретическая и эмпирическая взаимосвязь между инновациями и конкурентоспособностью.** В отношении конкурентоспособности инновации и знания - совокупный объем информации и навыков, связанных с внедрением новых идей, разработкой новых продуктов и процессов, следовательно, ведением бизнеса по-новому. В то время как инновации — это процесс, знания состоят из рецептов и ингредиентов, подлежащих обработке. Таким образом понятия знания, инновации и конкурентоспособность тесно связаны между собой (см. Рис. 1) [3, с. 159].



**Рисунок. 1. Взаимосвязь конкурентоспособности, инноваций и знаний**

**Данные и методы.** Эмпирическое исследование основано на динамической регрессионной модели панельных данных, двухэтапном обобщенном методе моментов (GMM) для ее оценки и тесте причинности Грейнджера. Перед применением методов были проведены стандартные тесты, такие как Unit root и co-integration. Наиболее обобщенная динамическая модель панельных данных имеет вид:

$$Y_{i,t} = \delta Y_{i,t-1} + \alpha + \beta_i X_{i,t} + c_i C_{i,t} + \mu_i + \varphi_t + e_{it}, \quad (1)$$

где:  $Y$  - зависимая (эндогенная) переменная;  $Y_{(i, t-1)}$  - зависимая переменная с запаздыванием;  $i$  и  $t$  - объединение поперечного сечения (страна) и время (год) соответственно;  $\alpha$  - константа;  $X$  - основная независимая переменная исследования (теоретически предполагаемая как экзогенная);  $C$  - вектор управляющих переменных;  $\mu$  - фикси-

рованная по времени ненаблюдаемая неоднородность поперечного сечения;  $\varphi$  - временные эффекты, постоянные для всех наблюдений поперечного сечения;  $\delta$ ,  $\beta$ ,  $c$  - параметры, показывающие влияние независимых переменных на зависимую;  $e$  - ошибка, которая обычно распределяется с постоянным изменением и нулевой последовательной корреляцией.

В этом исследовании была изучена эмпирическая взаимосвязь между инновациями и конкурентоспособностью. В частности, рассматривается эмпирическая модель, которая может быть сформулирована следующим образом:

$$\begin{aligned}
 GCI_{i,t} = & \delta GCI_{i,t-1} + \alpha + \beta_i rdexp_{i,t} + \beta_i patres_{i,t} \\
 & + \beta_i patnonres_{i,t} + c_1 inst_{i,t} + c_2 infr_{i,t} \\
 & + c_3 macoenv_{i,t} + c_4 hepimed_{i,t} + c_5 hiked_{i,t} \\
 & + c_6 gomaef_{i,t} + c_7 labmaef_{i,t} + c_8 finamade_{i,t} \\
 & + c_9 techread_{i,t} + c_{10} marsize_{i,t} + c_{11} busoph_{i,t} \\
 & + \mu_i + \varphi_t + e_{it}, \quad (2)
 \end{aligned}$$

где:

Таблица 1.

### Исследуемые переменные

Переменные	Описание переменных	
Зависимая переменная	GCI - показатель глобальной конкурентоспособности;	Индекс глобальной конкурентоспособности
Основные независимые переменные	Патентные заявки, жители на миллион жителей (patres) Патентные заявки, нерезиденты на миллион жителей (patnonres)	Инновации продукта
	Расходы на НИОКР% от ВВП (rdexp)	Процессные инновации
Контрольные переменные	Учреждения (inst); Инфраструктура (infr); Макроэкономическая среда (macoenv); Здравоохранение и начальное образование (hepimed); Высшее образование и обучение (hiked); Эффективность товарного рынка (gomaef); Эффективность рынка труда (labmaef); Развитие финансового рынка (finamade); Технологическая готовность (techread); Размер рынка (marsize); Усовершенствование бизнеса (busoph).	
<b>Источник всех переменных:</b> база данных показателей мирового развития, статистика образования, статистика ЮНЕСКО, отчеты ВЭФ и оценки МОН.		

**Заключение.** Вопрос об инновациях и его связях с конкурентоспособностью является фундаментальной проблемой, которая, как ни парадоксально, не занимает того места, которое она заслуживает в экономической литературе. В этой статье мы пытаемся связать инновации и конкурентоспособность. Область инноваций очень широка. Способность разрабатывать новые идеи и инновации стала приоритетом для многих организаций, отраслей, стран. мы использовали данные динамических панелей, и из-за инноваций постоянно меняются двухэтапные обобщенные моменты (GMM). вся литература придерживается того, что существует значительная взаимосвязь между инновациями и конкурентоспособностью.

### Список литературы:

1. Dachs В. The impact of new technologies on the labour market and the social economy. [Электронный ресурс]. // European Parliament Research Service. European Parliament, 2018. URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/614539/EPRS\\_STU\(2018\)614539\\_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/614539/EPRS_STU(2018)614539_EN.pdf) (Дата обращения: 01.11.2018).
2. Hatzichronoglou T. Globalization and Competitiveness: Relevant Indicators. // OECD Science, Technology and Industry Working Papers. 1996., Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/885511061376>
3. Huggins R., Izushi H., Thompson P. Regional Competitiveness: Theories and Methodologies for Empirical Analysis. // JCC: The Business and Economics Research Journal. 2013. Vol. 6(2). P. 155–172.
4. IMD, The World Competitiveness Yearbook. Lausanne, 2000. 70 p.
5. Tushman M.L. A structural approach to assessing innovation: construct development of innovation locus, type and characteristics. // Management Science. 2002. Vol.48. No.9. P. 1103–1122.
6. World Economic Forum (WEF). The Global Competitiveness Report 2013–2014. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>.

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ, ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

*Татаркулова Радмила Алиевна*

*канд. экон. наук, доцент,  
Пятигорский государственный университет,  
РФ, г. Пятигорск*

В современном мире сложно переоценить значимость науки управления. В своем развитии, как и любая другая наука, менеджмент опирается на исторический опыт, это необходимо для того, чтобы в будущем обходить столкновений и ошибок.

Исследуя прошлое, мы позволяем лучше понять настоящее, что в свою очередь позволяет делать прогнозы о будущих процессах и явлениях, в рамках определенной экономической системы. Науке управления характерна длительная история, как и впрочем, человеческой культуре. Обратив свой взор к истории древних государств, мы увидим, многообразные примеры сложных систем с культурной и общественной жизнью, а наличие этих составляющих свидетельствует и о существовании управления.

К формированию представлений об управлении привела конкуренция и развитие производства, которое усложнялось с каждым днем, соответственно и механизмы управления должны были соответствовать новым масштабам производства и запросам времени. Предприниматели, на своем опыте, осознавали необходимость эффективного управления, посредством которого возможно нормальное функционирование предприятия, а следовательно и получение прибыли.

Управление в условиях рынка получило название менеджмент. Менеджмент - это один из основных направлений современной экономической науки, направленное на создание, планирование и реализацию плана развития организации, с целью максимизации потенциальной прибыли компании, создания устойчивой системы управления [3]. Между разными подходами к определению понятия «менеджмент» нет разногласий, они взаимодополняют друг друга, позволяют существенно глубже изучить сущность и содержание этого многогранного явления. Дискуссионным в отечественной литературе по управлению является вопрос о семантической разнице между понятиями «менеджмент» и «управление». Некоторые авторы склонны утверждать, что понятия «менеджмент» и «управление» неидентичны. В соответствии с этим существует три подхода:

- понятие «управление» более обширное, чем понятие «менеджмент». Управление характеризуется как элемент и функция организованных систем любой природы (биологических, социальных, технических), менеджмент отождествляется с людьми, с обществом и является качеством исключительно социальных систем [2];

- менеджмент есть лишь управление коммерческими структурами, в отношении же страны, регионов и муниципальных образований правильнее использовать понятие «управление» [5];

- понятия «менеджмент» и «управление» принадлежат разным эпохам в жизни нашей страны. Применительно к советскому времени, к командно – административной экономике, тоталитарному государству больше подходит термин «управление», «менеджмент» же определяется как вид управления, полностью отвечающий потребностям развития рыночной экономики [4].

Предприниматели фабрик и заводов, мастера и рабочие осознавали, что при хорошем владении новая техника может показывать более высокие результаты, а также отличную производительность труда. Для решения данной проблемы владельцы приглашали специалистов в области управления персоналом.

Одним из примеров подхода к управлению является «Дисциплинарный кодекс», автором которого считают Р. Аркрайта и его сподвижников. Английский ученый предложил управлять фабриками с помощью внедрения системы машин-роботов. Для этого пришлось заставлять людей подчиняться действию ритма работы машин. Строгая дисциплина дала положительные результаты, но невыносимые условия труда, постоянные штрафы за любую провинность побуждали рабочих к организованному сопротивлению новым методам управления.

Существовали и методы более лояльного отношения к рабочим. Для своего времени это была утопия, которая смогла быть полезной лишь через несколько десятка лет. Автором их был молодой предприниматель Дж. Оуэн, который управлял крупным текстильным предприятием в Ирландии. Сокращение рабочего дня, организация для детей рабочих ясли и образцовую школу, а также он выдвинул идею трудовой коммуны. Но всё это было обречено на провал. Его начинания не выдержали натиска конкурентов [6].

Управление предприятиями требовало научного подхода, свежих идей и новых взглядов в рамках повышения производительности труда и его интенсивности. Повысить интенсивность труда не представлялось возможным, так как сложившаяся система управления, жесткая дисциплина и высокая степень напряженности привели к протесту рабочих, забастовкам и столкновениям, перерастающим в политические



выступления. И только 1880 году был найден выход из этого сложного положения, посредством образования общества инженеров-механиков: Ф.Тейлор, Г. Гантт, Г. Таун, Ю. Хелси, Л. Брендес и др. Они смогли доказать и признать менеджмент как науку. В университетах начали открывать новые специализации менеджмента, основной управленческий этап, который включает в себя развитие менеджмента по школам, такие как - Школа научного менеджмента (Ф. Тейлор), Школа человеческих отношений (А. Маслоу), Административная школа (А. Файоль), Школа науки о поведении (Д. Мак-Грегор) [1]. Все это позволило детально изучить все тонкости менеджмента.

Люди стали понимать, что управление персоналом это также совокупность принципов, методов, форм и средств воздействия на интересы, деятельности поведение работников для достижения максимального использования их физических и интеллектуальных способностей при выполнении трудовых функций.

Начинает меняться отношение к работе с персоналом под влиянием развития фирм, интернационализации их деятельности.

Новые условия на рынке труда приводят к положительным сдвигам в пользу социальной стороны трудовых отношений и производственной этики, а также к разработке нового трудового законодательства, более лояльного. Вместе с тем вступают в силу более высокие требования к профессиональному росту работников, в связи с усложнением выполняемых работ. Всё это приводит к необходимости создания целостной системы управления персоналом на основе конкретной стратегии.

Главной целью стратегии управления кадрами, является создание взаимосвязей между многообразными аспектами управления. Правильно выстроенная стратегия, включающая в себя единую группу элементов политики управления, мотивирует и оптимизирует работников на квалификационный и качественный труд.

Следует отметить, что несогласованное использование экономических инструментов управления персоналом может повлечь за собой негативные последствия. Иными словами, принципы взаимосвязи определенных элементов в их «системной» комбинации основывается, прежде всего, на том, что использование отдельных элементов воспринимается сотрудниками как элемент единой системы управления персоналом данной компании. Также принципы управления кадрами отражают руководящие правила, показывающие основные требования к структуре, системе и организации управления персоналом, и делятся на общие и частные. Общие принципы управления отличаются тем, что имеют универсальный характер и учитываются во всех сферах управления и организациях. К частным принципам управления можно отнести

целенаправленность, разделение труда, ответственность, дисциплину, стимулирование, иерархичность. Все принципы управления тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены.

Кроме принципов существуют еще и методы управления персоналом, которые также требуют от руководителей организации комплексного подхода. Грамотное сочетание нескольких базовых и дополнительных методик обеспечит эффективную работу предприятия и создаст оптимальную систему мотивации для работников.

Наука и практика выработали три группы методов, которые взаимодополняют друг друга: экономические, административные и социально-психологические.

Эффективное функционирование предприятия во многом зависит от выбора вариантов построения самой системы управления персоналом предприятия, познания механизма его функционирования, выбора наиболее оптимальных технологий и методов работы с людьми. Учитывая все нюансы использования данных методов воздействия на персонал, менеджер сможет правильно и рационально использовать труд своих подчиненных и добиться от них максимально полной отдачи.

Таким образом, главное, что составляет сущность управления персоналом - это системное, планомерно организованное воздействие с помощью взаимосвязанных организационно-экономических и социальных мер на процесс формирования, распределения, перераспределения рабочей силы на уровне предприятия, на создание условий для использования трудовых качеств работника в целях обеспечения эффективного функционирования предприятия и всестороннего развития занятых на нем работников. Управление персоналом как научно-практическое направление является неотъемлемой частью общей науки управления. Изучать управление, значит изучать отношения между людьми в ходе целенаправленного воздействия на процесс производства, выявлять законы формирования отношений управления с тем, чтобы на их основе установить принципы управленческой деятельности, формы и способы их осуществления.

### **Список литературы:**

1. Агафонова М.С., Щепкина К.В. Формирование аналитического управления кадровым менеджментом в коммерческой организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2016. - Т. 2. - С. 335.
2. Гапоненко А.Л. Предмет менеджмента как науки / Общий и специальный менеджмент. Уч. Пособие в 2-х частях под общ. Ред. Гапоненко А.Л., Панткрухина А.Н. Ч.2. - М.: Изд. РАГС, 2012. - С. 92-93.

3. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - М.: Дело, 2004. - С. 98.
4. Румянцева З.П. Введение в менеджмент / Российская экономика, 2015. - С. 54.
5. Турчинова А.И. Управление персоналом: Учебник / Общ. ред. А.И. Турчинова. - М.: Изд. Рагс, 2012. - С. 8.
6. Яхонтова Е.С. «Soft management, или управление отношениями в компании», - изд.: «Экономика», 2010 г. - С. 70.

## 6 ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

### СУЩНОСТЬ И ФУНКЦИИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Зайнетдинова Амира Рустамовна*

*студент БашГУ,  
РФ, г. Уфа*

*Ширяева Гульнара Филарисовна*

*канд. экон. наук, доцент БашГУ,  
РФ, г. Уфа*

**Аннотация.** В статье рассматриваются различные подходы к определению сущности и функции финансовой стратегии предприятия;

**Ключевые слова:** финансовая стратегия, функции финансовой стратегии, задачи финансовой стратегии

Финансовая стратегия является мощным инструментом достижения финансовых целей предприятия. Грамотно разработанная финансовая стратегия позволяет комплексно проанализировать возможности предприятия, оценить потенциал его роста и повысить конкурентоспособность бизнеса. Степень эффективности реализации финансовой стратегии зависит от правильности ее разработки, это требует раскрытия сущности финансовой стратегии, ее функций, этапов, методов и инструментов, поэтому тематика статьи актуальна.

Анализ и обобщение научной литературы показывает, что существуют различные подходы к сущности финансовой стратегии, представленные в таблице 1.

Таблица 1.

**Определения «финансовой стратегии» с точки зрения  
различных авторов**

<b>Автор</b>	<b>Подходы авторов</b>
Бланк И.А. [2, с. 114]	Основные направления развития финансовой деятельности и финансовых отношений предприятия на основе: <ul style="list-style-type: none"><li>• формирования долгосрочных финансовых целей;</li><li>• выбора эффективных путей достижения этих целей;</li><li>• корректировки направлений формирования и использования финансовых ресурсов при изменении факторов внешней среды.</li></ul>
Ковалева А.М. [5, с. 322]	Генеральный план действий по обеспечению предприятия денежными средствами, охватывающий вопросы формирования, планирования и обеспечения финансов и направленный на обеспечение финансовой устойчивости предприятия.
Лысенко Д.В. [7, с. 72]	Набор принципов и правил, определяющих финансовые потоки предприятия, границы финансовых рисков, а также финансовые цели, которые сформулированы в виде набора показателей и правил их формирования.
Малькина И.Н. [8, с. 111]	Методология организации системной деятельности по достижению целей в долгосрочной перспективе путем формирования, распределения и использования финансовых ресурсов.
Плескова О.В. [11, с. 75]	Многофакторно-ориентированная модель действий и мер, используемых для достижения долгосрочных целей предприятия, обеспечения его конкурентоспособного развития путем эффективного управления финансовыми ресурсами и координации денежных потоков.
Гениберг Т.В., Иванова Н.А., Полякова О.В. [4]	План действий, реализуемый в условиях риска и неопределенности, цель которого – эффективное развитие предприятия в рамках сформированной миссии, долгосрочных финансовых целей, корпоративной и деловых стратегий предприятия и представляющий собой финансирование путем формирования, координации, распределения и использования финансовых ресурсов предприятия.

Представленные определения объединяют такие ключевые моменты определения финансовой стратегии как: достижение долгосрочных целей предприятия, направленность на эффективное (и конкурентоспособное) развитие, управление (формирование, распределение, использование, планирование) финансовыми ресурсами, зависимость от внешней среды.

Представляется возможным рассмотреть финансовую стратегию как плана действий в условиях неопределенности (связанной с изменением факторов внешней среды), направленный на эффективное развитие предприятия, его конкурентоспособность и финансовую устойчивость в рамках общей цели и стратегии развития предприятия и представляющий собой обеспечение предприятия финансами путем планирования, формирования, координации, распределения (или перераспределения) и использования финансовых ресурсов предприятия.

Основная цель финансовой стратегии предприятия заключается в обеспечении предприятия достаточными финансовыми ресурсами.

По мнению автора Малькиной И.Н. цель финансовой стратегии заключается в максимизации благосостояния собственников предприятия на основе эффективного распоряжения ресурсами предприятия путем комплексного проактивного управления поступлениями и доходами денежных средств; отчислениями и расходами денежных средств; обеспечение финансового состояния и финансовой безопасности предприятия [8, с. 113]».

Задачами финансовой стратегии выступают:

- оценка необходимого объема финансовых ресурсов с учетом сроков их привлечения;
- анализ эффективности привлечения финансовых ресурсов;
- оценка и обеспечение эффективного вложения временно свободных денежных средств с целью получения максимальной прибыли [5, с. 324];
- достижение оптимального соотношения собственных и заемных средств [8, с. 114];
- организация финансовых взаимоотношений с поставщиками и покупателями, налоговыми органами, кредитными организациями [12, с. 130];
- оптимизация расчетов с дебиторами и кредиторами;
- контроль целевого использования финансовых ресурсов;
- прогнозирование возможных вариантов формирования финансовых ресурсов, способов поддержания оптимального уровня финансовой устойчивости в условиях кризисной ситуации или неустойчивого финансового состояния предприятия;
- поддержание уровня показателей ликвидности и финансовой устойчивости предприятия на оптимальном уровне.

Более полно сущность и роль финансовой стратегии в обеспечении эффективного развития предприятия на основе взаимосвязи рассмотренных целей и задач раскрывается через функции финансовой стратегии. Функции финансовой стратегии с точки зрения различных авторов представлены в таблице 2.

**Таблица 2.**

**Подходы к определению функций финансовой стратегии**

Автор	Подходы авторов
Бланк И.А. [2, с. 97]	<ul style="list-style-type: none"><li>• обеспечение функционирования механизма реализации целей развития организации;</li><li>• оценка финансового потенциала предприятия и максимального его использования на основе активного маневрирования финансовыми ресурсами;</li><li>• использование возможностей быстрого реагирования на изменения факторов внешней среды путем реализации инвестиционных проектов;</li><li>• прогноз вариантов развития неконтролируемых факторов внешней среды и сведение к минимуму их негативных последствий;</li><li>• выявление преимуществ предприятия в финансовой деятельности по сравнению с его конкурентами;</li><li>• разработка основных критериев, используемых при принятии важнейших финансовых управленческих решений.</li></ul>
Оводков Д.А. [9, с. 10]	<ul style="list-style-type: none"><li>• обеспечение процесса разработки и реализации финансовой стратегии необходимыми кадрами, средствами труда; координация, мотивация и контроль персонала (организационная функция);</li><li>• своевременное обеспечение предприятия необходимыми финансовыми ресурсами, поиск оптимального сочетания источников их привлечения (ресурсообеспечивающая функция);</li><li>• прогноз, планирование сроков и объемов инвестиций, поиск объектов вложения капитала (распределительная функция);</li><li>• систематизация и обработка информации и выработка на ее основе рекомендаций по организации деятельности, направлениям стратегической деятельности предприятия (информационная функция);</li><li>• выявление и предупреждение отрицательного воздействия факторов внутренней и внешней среды предприятия, максимизация эффективности вывода предприятия из финансового кризиса (антикризисная функция);</li></ul>

## Окончание таблицы 2.

Автор	Подходы авторов
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• обеспечение эффективности вложений и привлечения финансовых ресурсов (функция оптимизации);</li> <li>• постоянное приспособление финансовой стратегии к изменениям факторов внешней и внутренней среды (адаптивная функция);</li> <li>изучение тенденций разработки и реализации финансовой стратегии, выявление внешних и внутренних факторов, отрицательно влияющих на процесс стратегического управления и выработка предложений по их устранению или уменьшению воздействия (контрольная функция).</li> </ul>
Султанов И.А. [13]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• моделирующая функция – принятие стратегических финансовых решений в целях безопасного развития компании;</li> <li>• обеспечительная функция – ресурсное обеспечение корпоративной стратегии</li> </ul>

Рассмотренные функции финансовой стратегии формируются на основе функций, выполняемых финансами предприятий, и функций стратегического управления предприятием.

С позиции финансового менеджмента под функциями финансовой стратегии понимается: финансовое планирование; централизация финансовых ресурсов; обеспечение стратегической устойчивости предприятия в условиях возможных изменений конъюнктуры; финансовый анализ деятельности предприятия и контроль за исполнением финансовых решений [8, с. 115].

Таким образом, финансовая стратегия конкретизирует цели финансовой деятельности предприятия. В состав основных объектов финансовой стратегии компании входят: финансовые ресурсы; источники финансирования; совокупность финансовых рисков; система управления финансовой деятельностью; налоговые платежи и налоговые риски; финансовые отношения, возникающие в ходе осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

### Список литературы:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. – Киев: Ника-Центр: Эльга, 2004. – 527 с.
2. Гаврилов В.В. Экономический анализ в разработке финансовой стратегии (учетно-аналитические показатели и методы) // Экономический анализ. – 2009. – № 8. – С. 2-10.



3. Гениберг Т.В., Иванова Н.А., Полякова О.В. Сущность и методические основы разработки финансовой стратегии фирмы [Электронный ресурс] // NSUEM.RU: сайт НГУЭУ. – Электрон. дан. – URL: [https://nsuem.ru/science/publications/science\\_notes/issue.php?ELEMENT\\_ID=3344](https://nsuem.ru/science/publications/science_notes/issue.php?ELEMENT_ID=3344) (Дата обращения: 10.12.2018). – Загл. с экрана.
4. Ковалева А.М. Финансовый менеджмент: Учебник – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
5. Кузнецова О.А., Ишеева И.А., Дворникова Ю.В. Формирование финансовой стратегии организации [Электронный ресурс] // E-KONCEPT.RU: научно-методический электронный журнал Концепт. – 2013. – Спецвыпуск № 04. – Электрон. дан. – URL: <http://e-koncept.ru/2013/13533.htm>. (Дата обращения: 12.12.2018). – Загл. с экрана.
6. Лысенко Д.В. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 372 с.
7. Малькина И.Н. Финансовая стратегия в финансовом менеджменте предприятия // Современная экономика: проблемы и решения. – 2013. – № 2. – С. 109-123.
8. Оводков Д.А. Финансовая стратегия предприятия и механизм её разработки: автореферат дисс. ... кандидата экономических наук: 08.00.10 / Оводков Д.А. – Воронеж, 2008. – 26 с.
9. Пестрякова Т. П. особенности финансовой стратегии малого предприятия // Экономический анализ: теория и практика. – 2009. – № 2. – С. 30-34.
10. Плескова О.В. Финансовая стратегия компании в концепции жизненного цикла // Известия УрГЭУ. – 2016. – № 3. – С. 75-82.
11. Султанов И.А. Инструментальные средства финансовых стратегий [Электронный ресурс] // PROJECTIMO.RU – Электрон. дан. – URL: <http://projectimo.ru/strategicheskoe-planirovanie/finansovaya-strategiya.html#i> (Дата обращения: 10.12.2018). – Загл. с экрана.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:  
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам XXXIII международной  
научно-практической конференции*

№ 11 (23)  
Декабрь 2018 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 24.12.18. Формат бумаги 60x84/16.  
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.  
Усл. печ. л. 4,625. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»  
125009, Москва, Георгиевский пер. 1, стр.1, оф. 5  
E-mail: [economy@nauchforum.ru](mailto:economy@nauchforum.ru)

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного  
оригинал-макета в типографии «Allprint»  
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3

16+



**НАУЧНЫЙ  
ФОРУМ**  
[nauchforum.ru](http://nauchforum.ru)