

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
АВТОМОБИЛЬНО-ДОРОЖНЫЙ ИНСТИТУТ



АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
Материалы VIII Международной
научно-практической конференции
г. Горловка
24 марта 2023 г.



Горловка
2023

Рецензенты:

- Ангелина И.А.** *д-р экон. наук, проф., зав. каф. «Туризм» ГОУВПО «ДОННУЭТ им. М. Туган-Барановского»*
- Полуянов В.П.** *д-р экон. наук, проф., проф. кафедры «Бизнес и проектные технологии» Донского казачьего государственного института пищевых технологий и бизнеса (филиал) ФГБОУ ВО «Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского (Первый казачий университет)»*
- Тисунова В.Н.** *д-р экон. наук, проф., зав. каф. «Менеджмент и экономическая безопасность» Луганского национального университета им. В. Даля*

Редколлегия: **Р. Ю. Заглада** – директор АДИ ГОУВПО «ДОННТУ», канд. экон. наук, доц.; **А. В. Половян** – директор ГБУ «Институт экономических исследований», д-р экон. наук, доц.; **К. А. Бармута** – зав. каф. «Экономика и менеджмент» ФГБОУ ВПО «ДГТУ», д-р экон. наук, проф.; **Л. И. Задорожная** – проректор по научной работе, зав. каф. «Менеджмент и региональная экономика», ФГБОУ ВО «МГТУ», д-р экон. наук, проф.; **В. И. Зарубин** – декан факультета управления ФГБОУ ВО «МГТУ», д-р экон. наук, проф.; **И. В. Костенок** – проф. каф. «Теория управления и государственное администрирование» ГОУВПО «ДонАУиГС», д-р гос. управления, доц.; **Р. Н. Лепа** – заведующий отделом моделирования экономических систем ГУ «Институт экономических исследований», д-р экон. наук, проф.; **Я. В. Хоменко** – проф. каф. «Экономическая теория и государственное управление», ГОУВПО «ДОННТУ», д-р экон. наук, проф.; **И. Д. Йовик** – генеральный директор группы компании «Дончанка»; **Т. И. Теслюк** – директор Горловского городского отделения ФСС на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством ДНР; **И. А. Бондарева** – доц. каф. «Экономика предприятия и инноватика» ГОУВПО «ДОННТУ», канд. экон. наук, доц.; **Л. В. Целикова** – доц. каф. «Товароведение» УО «БТЭУ», канд. экон. наук, доц.; **Нгуен Тхи Тхань Нхан** – проректор Хайфонского университета, д-р экон. наук; **Эссоло Дьедонне** – Ph.D., проф. каф. «Автомобильная инженерия и мехатроника», Национальная политехническая школа Дуалы; **Аль-Обайди Луаи Мохаммед Раджаб** – «Технологический институт», «Средний технический университет», канд. техн. наук; **В. В. Быков** – декан дорожно-транспортного факультета АДИ ГОУВПО «ДОННТУ», канд. техн. наук, доц.; **Е. П. Мельникова** – зав. каф. «Менеджмент организаций» АДИ ГОУВПО «ДОННТУ», д-р техн. наук, проф.; **Е. Ю. Руднева** – доц. каф. «Менеджмент организаций» АДИ ГОУВПО «ДОННТУ», канд. экон. наук, доц.; **О. Л. Дариенко** – зам. декана факультета «Транспортные и информационные технологии» АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»; **Н. Ф. Курган** – начальник РИО АДИ ГОУВПО «ДОННТУ».

А437 Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы VIII Международной научно-практической конференции, г. Горловка, 24 марта 2023 г. / отв. ред. Е. П. Мельникова, Е. Ю. Руднева, О. Л. Дариенко / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». – Горловка: ГОУВПО ДОННТУ, 2023. – 245 с.

В материалах конференции представлены доклады ученых и специалистов по актуальным проблемам экономики и управления: глобальным тенденциям экономического развития, региональной и социальной экономике; экономике труда и управлению персоналом, организационному поведению; экономике предприятия, отраслевой экономике, менеджменту организаций; инноватике и цифровизации; «зеленой» экономике, экологическому менеджменту, ресурсосбережению; управлению проектами, инвестиционной деятельности, риск-менеджменту.

Для специалистов народного хозяйства, ученых, преподавателей, аспирантов и обучающихся высших учебных заведений.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 3

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА. МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЙ

Л.В. Целикова УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ ПОД СОБСТВЕННЫМИ ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ.....	7
И.А. Бондарева, А.Р. Моисеенко СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ	14
Е.В. Худоба, О.И. Черноус, В.И. Зарубин ОТРАСЛЕВОЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ	21
О.А. Курносова, Н.В. Белоброва, О.А. Тимашкова АНАЛИЗ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ	27
О.В. Година, Е.Р. Шуба УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА И СТРАТЕГИЯ ВНЕДРЕНИЯ VBM.....	33
В.В. Трубчанин, Р.Д. Хусаинов, Е.А. Сергеева СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	39
Е.С. Кравченко ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ ..	45
Д.А. Майданников, Е.П. Мельникова, Р.Р. Гайдай УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	51
Е.В. Буряк, Н.А. Селезнева ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО МАРШРУТНОГО ТРАНСПОРТА	58
Л.В. Кеммель ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ ДЛЯ АГРОФИРМ ПРИДНЕСТРОВСКОЙ МОЛДАВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ. ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА.....	65
Е.А. Иванова, Я.Я. Лукьянова ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА	71
Е.Г. Иванова, Р.Ю. Заглада, В.И. Зарубин ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ АЛЬТМАНА ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ.....	79
Т.Н. Тухканен, А.М. Червенко ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ	85

Б.З. Хамдохова, И.М. Савицкая ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	92
О.Л. Дариенко, В.В. Пехтерева, О.В. Никрасова, Н.В. Курзина СИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩНОСТИ И СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЯ	96
И.Ю. Гайдай, Т.В. Немыкина, В.И. Зарубин СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ИХ РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ	102
А.С. Агарёва, С.В. Устименко, Е.П. Мельникова СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛИЗИНГА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	108
Р.Ф. Гайдай, Г.В. Татаринцева, З.С. Кулебякин, И.Н. Салуквадзе ТЕХНОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ.....	117
Л.Н. Санжара, В.В. Трубочанин, Х. Хамуда РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	123
М.С. Ляшенко, Т.Н. Прокопец АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ ЕВРОПА.....	129
О.Л. Дариенко, И.В. Ивлев, Луаи Мохаммед Раджаб Аль-Обайди ГЕНЕЗИС ФЕНОМЕНА РЕЛИГИОЗНОЙ КОММУНИКАЦИИ В НАУЧНОЙ МЫСЛИ	134
А.А. Куликова, О.Л. Дариенко, Н.Г. Маськова ПРИМЕНЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАКОНД»).....	155
СЕКЦИЯ 4	
ИННОВАТИКА. ИННОВАЦИИ. ЦИФРОВИЗАЦИЯ	
Т.М. Чернякова ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ.....	154
М.А. Александрова, А.А. Тер-Григорьянц ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ.....	159
Д.А. Липатова, О.И. Черноус, Амбагеу Мару Вобу ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УЧРЕЖДЕНИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ	164
И.М. Савицкая, Я.С. Порфинова, А.С. Жирнова АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ.....	171

А.Б. Гueva, А.Г. Федорченко ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СУЩЕСТВУЮЩИХ И ОЖИДАЕМЫХ ЦИФРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....	176
В.В. Пехтерева, А.В. Пилипенко, В.А. Витренко ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ КОМПАНИИ	182
С.В. Полюян СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА ПРИ СОЗДАНИИ WEB-ИНТЕРФЕЙСА	188

СЕКЦИЯ 5

«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ. РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

Д.Р. Цибульняк, О.Л. Дариенко, В.В. Мамаев ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ РИСКОВ НА ОБЪЕКТАХ ВОДОСНАБЖЕНИЯ В ХОДЕ ЭСКАЛАЦИИ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ.....	195
И.Г. Курилов, Н.А. Селезнева ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КРИТЕРИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПАССАЖИРСКИМИ ПЕРЕВОЗКАМИ	201
М.М. Тягунов, Е.Ю. Руднева, С.Н. Ясуник ПРИНЦИПЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	208
О.Л. Дариенко, В.Д. Бураков, Н.С. Сиверский ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СМАРТ-ТЕХНОЛОГИЙ	213
А.С. Чурсинова, И.М. Савицкая ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИРОДОСБЕРЕГАЮЩЕЙ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ.....	221
О.Л. Дариенко, Е.О. Королева, Р.Р. Чичкан ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ.....	226

СЕКЦИЯ 6

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ

И.В. Иванова, А.В. Иванов ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ	231
И.В. Попова, Б.С. Руднев ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВУЗА: ОЦЕНКА РИСКОВ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ	235
А.И. Скребов, Е.Ю. Руднева, О.Л. Дариенко ТИПИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЕ	239

ПРЕДИСЛОВИЕ



Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет» публикует сборник материалов VIII Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты».

В сборник включены материалы докладов по шести основным направлениям: «Глобальные тенденции экономического развития. Региональная и социальная экономика»; «Экономика труда. Управление персоналом. Организационное поведение»; «Экономика предприятия. Отраслевая экономика. Менеджмент организаций»; «Инноватика. Инновации. Цифровизация»; «Зеленая» экономика. Экологический менеджмент. Ресурсосбережение»; «Управление проектами. Инвестиционная деятельность. Риск-менеджмент».

В связи с признанием Россией в 2022 г. Донецкой Народной Республики как суверенного независимого государства, а в дальнейшем с принятием Республики в состав Российской Федерации особенно актуальной становится роль научных и прикладных исследований, которые станут фундаментом для восстановления и дальнейшего развития Республики, столкнувшейся с большим количеством экономических вызовов. На данный момент упреждение такого рода вызовов, своевременная блокировка угроз – это важнейшее практическое направление развития науки и технологий.

Научная конференция является важным инструментом организации научной деятельности, использование которого позволяет обсудить теоретические и прикладные результаты исследований. Именно ученым предстоит заниматься решением сложных экономических задач, а также выявлять сильные и слабые стороны экономики. Используя полученные научные знания и собственные фундаментальные разработки, участники конференции смогут двигать науку вперед, способствовать развитию нашего государства.

Сборник трудов конференции предназначен преподавателям вузов, молодым ученым, аспирантам, студентам старших курсов экономических направлений, а также всем, кто интересуется современными проблемами экономики, управления и их прикладными аспектами.

Желаем творческих успехов всем участникам конференции и приглашаем к дальнейшему сотрудничеству!

С уважением,
директор Автомобильно-дорожного института
ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет»,
кандидат экономических наук, доцент Р. Ю. Заглада

СЕКЦИЯ 3
ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЯ. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА.
МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЙ

УДК 675.075.567

**УПРАВЛЕНИЕ ПОРТФЕЛЕМ ТОВАРОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ
ПОД СОБСТВЕННЫМИ ТОРГОВЫМИ МАРКАМИ**

Целикова Лариса Владимировна

УО «Белорусский торгово-экономический университет
потребительской кооперации»,
г. Гомель, Республика Беларусь

***Аннотация.** В статье рассматривается и анализируется ассортимент товаров, реализуемых под собственными торговыми марками, их конкурентные преимущества, влияние на развитие ритейла.*

***Ключевые слова:** рынок, товар, цена, собственная торговая марка, анализ.*

**PRODUCT PORTFOLIO MANAGEMENT
UNDER OWN TRADING BRANDS**

Tselikova Larysa

EE «Belarusian Trade and Economic University consumer cooperation»,
Gomel, Republic of Belarus

***Annotation.** The article discusses and analyzes the range of goods sold under their own trademarks, their competitive advantages, and the impact on the development of retail.*

***Keywords:** market, product, price, private label, analysis*

***Постановка проблемы.** В последние годы по мере укрепления рыночных отношений потребительская кооперация начала ощущать острую конкуренцию со стороны разнообразных коммерческих структур в сфере торговли, общественного питания, заготовок, кооперативного производства. Ее удельный вес в розничном товарообороте Республики Беларусь с приходом на белорусский рынок таких крупных сетевых торговых систем как «Евроторг», «Алми», «Гиппо», «МАРТИн», «Белмаркет», «Простор», «ОМА» и др. резко снизился. Так, если в 2000 годах он составлял 14 %, то сегодня только около 7,8 % [1, с. 48]. Ранее принятые в системе и оправдавшие себя на практике методы хозяйствования оказались неэффективными в современных условиях. Перед потребительской кооперацией возникла проблема поиска нетрадиционных резервов и новых форм и методов повышения и укрепления своей конкурентоспособности. В связи с этим задача повышения конкурентоспособности потребительской кооперации на рынке республики и за ее пределами, в розничном товарообороте которой получают отражение итоги, не только всех её 15 отраслей и видов деятельности, но и в*

целом всего народнохозяйственного комплекса Республики Беларусь, представляется весьма значимой и актуальной проблемой. Ее своевременное решение целесообразно как с научной, так и с практической стороны. Важную роль в этом должны сыграть инструменты оценки конкурентоспособности системы, выбор стратегии ее развития. Торговля является ключевым звеном потребкооперации. Все остальные отрасли работают на ее поддержание, формируя значительную часть товарных ресурсов за счет собственного производства и заготовок. В этой связи нами делается акцент на разработку и реализацию товаров под собственными торговыми марками [1, 2].

Цель работы – исследовать подходы к управлению портфелем товаров, реализуемых под собственными торговыми марками.

Основные результаты исследования. Данные об объемах производства продукции в системе потребительской кооперации отражает таблица 1.

Таблица 1 – Структура производства потребительских товаров в потребительской кооперации за 2017–2021 годы

Товарные группы	2017		2018		2019		2020		2021	
	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %
1.Продовольственные товары	296 252	92,8	312 156	93,4	293 369	92,9	303 449	96,0	323 896	94,3
2.Непродовольственные товары	22 960	7,2	22 175	6,6	22 586	7,1	12 710	4,0	19 610	5,7
Итого	319 212	100	334 331	100	315 954	100	316 159	100	343 506	100

Примечание. Собственная разработка на основе данных организации

Анализ данных в таблице 1 показал, что значительную долю в структуре производства занимают продовольственные товары. На протяжении анализируемого периода (с 2017 по 2021 годы) их доля увеличилась на 1,5 % и в 2021 году составила 94,3 %. По непродовольственным товарам, наоборот, отмечается тенденция снижения их доли (7,2 % в 2017 году и 5,7 % в 2021 году соответственно). Данное положение обусловлено появлением на потребительском рынке большого количества импортных товаров из Вьетнама, Камбоджи, Бангладеша, Китая, Туркменистана, Узбекистана низкого качества по низкой цене, которые составляют значительную конкуренцию белорусским товарам. Это товары-однодневки, но они имеют привлекательный внешний вид, современный яркий дизайн, кричащие рекламные слоганы и иные элементы, позволяющие эмоционально воздействовать на восприятие потребителем того или иного товара и управлять процессом покупки.

Далее отметим, что торговля является предпринимательской деятельностью в сфере обмена, связанной с продажей товаров конечным потребителям для личного, семейного, домашнего или коллективного пользования. Ее розничный товарооборот является одним из важнейших показателей хозяйственной деятельности системы. Этот важный количественный показатель характеризует объем продаж и выражает экономические отношения, возникающие на заключительной стадии движения товаров из сферы обращения в личное потребление путем их обмена на денежные доходы.

Согласно определению Министерства статистики и анализа Республики Беларусь: розничный товарооборот действующих предприятий розничной торговли и общественного питания независимо от форм собственности и вида хозяйственной деятельности – это продажа потребительских товаров населению. Поскольку потребительская кооперация – это, прежде всего, торговая структура на потребительском рынке республики, осуществляющая прямые и обратные связи между производством и потреблением, то ее социально-экономическая функция, многоотраслевая и многофункциональная направленность в большей мере реализуется через торговую деятельность, и проявляются в розничном товарообороте и объеме платных услуг населению.

Данные, отражающие структуру розничного товарооборота потребительской кооперации за 2017–2021 гг., представлены таблицей 2.

Таблица 2 – Структура розничного товарооборота потребительской кооперации за 2017 – 2021 годы

Товарные группы	2017		2018		2019		2020		2021	
	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %	сумма, тыс. р	уд. вес, %
1.Продовольственные товары	1877289	89,7	1819477	90,0	1716292	90,2	19579989	90,9	1743589	90,8
2.Непродовольственные товары	216088	10,3	201936	10,0	186690	9,8	195231	9,1	177285	9,2
Итого	2093378	100	2021413	100	1902983	100	2153229	100	1920874	100

Примечание. Собственная разработка на основе данных организации.

Отметим, что в структуре розничного товарооборота отсутствует положительная динамика роста доли непродовольственных товаров. Доля производства продовольственных товаров также не имеет стабильности. На протяжении анализируемого периода мы видим ее колебания: незначительный рост (2018, 2020 гг.) и снижение (2019 и 2021 гг.). Вместе с тем по отношению к 2017 году в 2022 году отмечается рост доли непродовольственных товаров на 1,1 п.п.

Сравним данные по производству и реализации потребительских товаров в системе потребительской кооперации (таблица 3). Как представляется, производство продовольственных товаров значительно превышает их реализацию. Отсутствие статистического учета и разночтения в статистических формах производства и реализации товаров не позволяет нам сделать вывод о том, какие продовольственные товары (собственного производства или закупаемые у различных предприятий или поставщиков-дистрибьютеров) остаются нереализованными, «замораживая» оборотные средства субъектов хозяйствования. В части непродовольственных товаров мы наблюдаем обратную тенденцию: реализация превышает производство. Данный факт легко объясним, поскольку в системе потребительской кооперации практически не производятся непродовольственные товары. Они все закупаются у сторонних организаций.

Не ведется статистический учет по реализации товаров собственных торговых марок.

Таблица 3 – Доля производства и реализации потребительских товаров в системе потребительской кооперации за 2017–2021 годы, %

Товарные группы	2017		2018		2019		2020		2021	
	Производство	Реализация	Производство	Реализация	Производство	Реализация	Производство	Реализация	Производство	Реализация
1.Продовольственные товары	92,8	89,7	93,4	90,0	92,9	90,2	96,0	90,9	94,3	90,8
2.Непродовольственные товары	7,2	10,3	6,6	10,0	7,1	9,8	4,0	9,1	5,7	9,2
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Примечание. Собственная разработка на основе данных организации.

Современное положение потребительской кооперации среди торговых систем является достаточно неустойчивым. Превращение ее в конкурентоспособную систему возможно, если акцент будет сделан на прогрессивный (оптимистический) вариант развития. Для него характерно то, что потребкооперация полностью должна интегрироваться в систему рыночных отношений, иметь прибыль вследствие успешной работы и достаточных объемов деятельности, занимать ведущее место на сельском рынке, активно выдерживать конкуренцию в сфере торговли в городах, играть важную роль в повышении жизненного уровня сельского жителя. Однако, достижение поставленных задач зависит от многих причин и факторов. В первую очередь, это условия внешней среды, но гораздо важнее – это внутренний потенциал системы, ориентация ее на собственные силы. В этой связи нами предлагается сделать акцент на развитие собственных торговых марок (СТМ).

Значимую роль в ценовой политике собственных торговых марок также играет промо, дающее возможность дополнительно снизить уровень цен на полке, а также попробовать покупателям новинки в сегменте СТМ или товары из премиальных линеек. Вот почему нами были проанализированы торговые сети, представленные на рынке Республики Беларусь, а также товарная масса, реализуемая ими под собственными торговыми марками и их ценная категория.

В качестве базы для исследования в торговых системах «Евроторг», «Грин», «Гиппо» взяты товарные группы, которые в наибольшем количестве производятся и реализуются в системе потребительской кооперации (таблицы 4, 5).

Сравнительный анализ их цен показал, что собственные торговые марки «Местное-известное» и «Очень» являются марками премиум-класса в группе продовольственных товаров. Цены на них на 10–15–20 % выше средней цены на конкретный товар, не считая социально значимых товаров, где цены имеют некоторые колебания: то превышают среднюю цену, то ниже ее.

Таблица 4 – Выборочный сравнительный ценовой анализ продовольственных товаров, в т. ч. собственных торговых марок

Вид товара	СТМ	Цена, р.	Средняя цена, р.	Отклонение	
				(+;-)	%
Творог 5 %, 180г	Молочные горки	1,23	1,49	-0,26	-17,45
	Очень	1,72		0,23	+15,43
	Первое правило	1,28		-0,21	-14,10
	Местное-известное	1,64		0,15	+10,07
Молоко ультрапастеризованное, 1,5 %, 0,9л (тетрапак)	Молочные горки	1,65	1,97	-0,32	-16,24
	Малочны фальварак	1,62		-0,35	-17,76
	Очень	1,92		-0,05	-2,53
	Первое правило	1,68		-0,29	-14,72
	Местное-известное	2,73		0,76	+38,58
Масло сладкосливочное несоленое, 82,5 %, масса 180г	Молочные горки	3,44	3,71	-0,27	-7,28
	Малочны фальварак	2,79		-0,92	-24,79
	Очень	4,52		0,81	+21,83
	Первое правило	3,48		-0,23	-6,20
	Местное-известное	4,27		0,56	+15,09
Яйца, 10 шт., С-1	Очень	3,62	2,95	0,67	+22,71
	Первое правило	2,89		-0,06	-2,03
	Местное-известное	3,60		0,65	+22,03
Шоколад, 90 г	Стандарт 1969	1,59	2,67	-1,08	-40,44
Чай черный байховый мелкий, 25 чайных пакетиков с ярлычками по 2г	Очень	3,83	3,27	0,56	+17,12
	Первое правило	1,49		-1,78	-54,43
	Местное-известное	4,92		1,65	+50,46
Сок, 1л	Очень	3,82	2,83	0,99	+34,98
	Первое правило	2,82		-0,01	-0,35
	Местное-известное	3,87		1,04	+36,75
Минеральная вода, 1,5л	Очень	2,15	1,76	0,39	+22,16
	Первое правило	2,09		0,33	+18,75
	Местное-известное	2,37		0,61	+34,66
Говядина	Мраморная говядина, 400г (стейки) Местное-известное	15,27	16,49 за 1 кг, 6,60 за 400г	8,67	+131,36
	Мраморная говядина, 400г (шницеля)	14,43		7,83	+118,64
	Мраморная говядина, 400г (отбивные) Местное-известное	15,84		9,24	+140,00
Майонез провансаль, 50%, 250г	Очень	1,60	1,82	-0,22	-12,09
	Первое правило	1,39		-0,43	-23,63
	Местное-известное	2,07		0,25	+13,73
Рис длиннозерновой, 0,8кг	Бабушкина кухня	2,68	2,80	-0,12	-4,29
	Очень	2,70		-0,10	-3,57
	Первое правило	2,32		-0,48	-17,14
	Местное-известное	3,17		0,37	+13,21

Примечание. Собственная разработка по данным торговых систем

Собственные торговые марки «Бабушкина кухня», «Первое правило», «Молочные горки», «Молочны фальварак» – это марки эконом-класса, поэтому

цены на данные товары значительно ниже средней цены на конкретный товар. Интервал разброса цен может составлять от 4 % до 15–20 %, а по некоторым товарам – до 50 %, например, чай. Социально значимые товары имеют цены ниже от 2 % до 3,5 %.

Как показывают данные таблицы 5, собственные торговые марки «Местное-известное» и «Очень» являются марками премиум-класса и в группе недовольственных товаров.

Таблица 5 – Выборочный сравнительный ценовой анализ недовольственных товаров, в т. ч. собственных торговых марок

Вид товара	СТМ	Цена, р.	Средняя цена, р.	Отклонение	
				(+;-)	%
Влажные салфетки, 80 шт. в упаковке	Очень	3,32	3,67	-0,35	-9,54
	Первое правило	2,98		-0,69	-18,80
	Местное-известное	5,21		1,54	41,96
Бумага туалетная 3-х слойная. 4 рулона в упаковке	Очень	10,31	7,76	2,55	32,86
	Первое правило	9,98		2,22	28,61
	Местное-известное	10,41		2,65	34,15
Полотенца бумажные одно-слойные, 2 рулона в упаковке	Очень	2,31	2,14	0,17	7,94
	Первое правило	2,47		0,33	15,42
	Местное-известное	3,44		1,3	60,75
Клей для плитки (стандарт), 25 кг	Wunder	10,26	13,87	-3,61	-26,03
Смесь цементная для стяжек, 20 кг	Wunder	6,97	8,22	-1,25	-15,21
Светодиодные источники света, 5,5 Вт	Омра	3,99	6,51	-2,52	-38,71
Краска потолочная белая, матовая 1л/1,4 кг	FüLL	10,96	17,99	-7,03	-39,08
Эмаль для всех типов поверхностей, 1 кг	FüLL	14,52	21,67	-7,15	-32,99
Электроотвертка	Werker	150,00	206,00	-56	-27,18
Дрель-шуруповерт	Werker	199,00	334,43	-135,43	-40,50
Набор ручного инструмента, 65 предметов	Youtools	209,00	287,97	-78,97	-27,42
Пильный диск	Youtools		24,32	-0,42	-1,73
Бензокоса	Sato Texno	199,00	401,58	-202,58	-50,45
Лопата совковая	Sato	5,00	6,55	-1,55	-23,66
Штуцер с внутренней резьбой	ОККО	1,88	2,26	-0,38	-16,81
Смеситель для умывальника	RENE	89,99	130,00	-40,01	-30,78

Примечание. Собственная разработка по данным торговых систем

Цены в рамках данных торговых марок выше средней цены на товар от 9 % до 40 %. Собственные торговые марки «Wunder», «Омра», «FüLL»,

«Werker», «Youtools», «Sato Techno», «ОККО», «RENE» обеспечиваю удовлетворение покупательского спроса на конкретные товары по цене, существенно ниже средней (от 15 % до 40 %), и увеличивают объем продаж.

Таким образом, торговый ассортимент неизбежно формируется под воздействием промышленного ассортимента. Однако, взаимоотношения товаропроизводителей и ритейлеров сегодня являются сложными и неоднозначными, что требует поиск новых форм их взаимоотношений [3]. Одним из таких путей представляется создание собственных торговых марок. Современный потребитель весьма привередлив и имеет свои предпочтения среди производителей товара, поэтому несомненно, что собственные торговые марки претендуют на роль регулятора торговых отношений, так как игнорировать мнение потребителей недопустимо.

Выводы. Собственные торговые марки в настоящее время являются очень перспективным направлением развития и укрепления ритейла. Ценовой анализ торгового ассортимента показал, что в системе потребительской кооперации процесс создания собственных торговых марок находится только в стадии формирования. Только собственные торговые марки могут принести ритейлу потребительской кооперации ощутимую прибыль. Товарами, для которых целесообразно разработать и внедрить торговые марки являются сок, минеральные воды, кондитерские товары, майонез и все непродовольственные товары. Именно они лежат на пересечении большинства тенденций и позволяют выиграть как покупателям, так и ритейлерам и производителям, выступая в роли конкурентов известных брендов и ценовым ориентиром в цепочке «лучшее соотношение цены и качества». Потребитель все более осознанно подходит к выбору товаров в своей корзине и активно переключается на более выгодные предложения.

Литература

1. Курганова, Н. Ю. Обеспечение конкурентоспособности торговых сетей на основе развития собственных торговых марок / Н.Ю. Курганова // Вестник академии. – №3. – 2020. – С. 47–53. – Текст : непосредственный.

2. Магомедов, Ш. Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: учебник для бакалавров / Ш. Ш.Магомедов. – М. : Издательство «Дашков и К», 2016. – 176 с. – Текст : непосредственный.

3. Положишникова, М. А. Основные направления повышения эффективности применения собственных торговых марок в деятельности торговых сетей / М. А. Положишникова // Электронный научный журнал «Вектор экономики». – №5. – 2019. – Текст : электронный.

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

Бондарева Ирина Александровна, Моисеенко Алина Романовна

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В работе представлена структура мирового энергетического производства, объемы добычи угля в России, а также основные потребители российского угля, представлены и охарактеризованы основные мероприятия, утвержденные программой развития угольной промышленности.*

***Ключевые слова:** угольная промышленность, энергетический баланс, программа развития, добыча угля, недропользование.*

STATE AND PROSPECTS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE COAL INDUSTRY IN RUSSIA

Bondareva Irina, Moiseenko Alina

State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Donetsk, Donetsk People's Republic

***Abstract.** The structure of the world energy production, the volumes of coal production in Russia, as well as the main consumers of Russian coal are presented, the main activities approved by the program for the development of the coal industry are presented and characterized.*

***Keywords:** coal industry, energy balance, development program, coal mining, subsoil use.*

***Постановка проблемы.** Сегодня мировая экономика переживает период трансформации и функционирует в условиях падения мировых цен на газ и нефть, что делает энергетический уголь абсолютно неконкурентоспособным источником энергии и приводит к сокращению его использования в качестве топлива для выработки электроэнергии. Мировые тенденции задают направления развития и реализации проектов «зеленой» энергетики. В настоящее время в угольной отрасли России проводится серия поэтапных государственных реформ, в ходе которых активно внедряется зарубежный опыт. Процесс реструктуризации угольной отрасли затянулся, что подразумевает необходимость изменения подхода к решению данной проблемы. Одна из причин затягивания процессов реструктуризации – смещение энергетического баланса в сторону нефти и газа.*

***Анализ исследований и публикаций.** Вопросами, связанными с анализом состояния, проблем и перспектив развития занимались такие отечественные ученые как: Губанов А. Д. [2], Кондратьев В. Б. [3], Плакиткин Ю. А. [4],*

Таразанов И. Г. [8], Яновский А. Б. [10].

Целью исследования является анализ перспектив устойчивого развития и вопросов активизации реструктуризационных процессов в угольной промышленности.

Основные результаты исследования. На современном этапе в стране реализуются мероприятия, которые позволяют угольной промышленности, находясь на этапе стабильного развития, проявляющееся в увеличении добычи и экспорта угля на фоне снижения его мировой добычи и торговли [4]. На это влияет как государственная поддержка модернизационных процессов отрасли в стране, так и активные попытки перехода западных стран к так называемой «зеленой» энергетике.

Структура мирового энергетического производства по видам разделена между тремя основными источниками (нефть, газ, уголь) и за последние полвека представлена (с 1970 г. по 2020 г.) следующим образом:

- первое место по традиции занимает нефть, доля в энергетическом балансе которой снижается с 47 % до 32,7 %;
- газ делит второе-третье место с углем, хотя газ вытесняет этот вид топлива (доля газа увеличивается с 17 % до 23,6 %, а доля угля снижается с 30,1 % до 26,4 %);
- доля атомной энергии росла с 0,4 % до 4,7 %. Мировое сообщество по большей части все-таки избегает этого вида энергии, так как слишком опасной является эксплуатация;
- доля гидроэнергии выросла незначительно с 5,5 % до 6,9 %;
- доля возобновляемых источников энергии (ВЭИ) росла с 0,1 % до 5,6 %.

Прогнозные данные по использованию энергетических ресурсов на ближайшие 20 лет представлен таким образом:

- нефть с прогнозом снижения до 27,2 %;
 - газ с прогнозом роста до 25,8 %;
 - уголь с прогнозом снижения до 20,3 %;
 - атомная энергия с прогнозом снижения до 4,3 %;
 - гидроэнергия с прогнозом небольшого роста до 7 % в 2040 году.
- ВЭИ с прогнозом роста до 15,4 % в 2040 году.

Уголь остается вторым по важности топливом в мире и номером один по количеству углекислого газа, выбрасываемого в атмосферу. С 2014 года его доля начала стремительно сокращаться в связи с введением мер по сокращению выбросов парниковых газов. Только в 2020 году потребление угля снизилось на 7 %. Возобновляемые источники энергии все больше конкурируют за замену традиционных источников энергии. В последнее время набирает обороты так называемая политика «ответственного инвестирования», которая вынуждает инвестиционные фонды и банки отказываться от вложений в проекты, связанные с добычей и переработкой твердых углеводородов.

Однако, несмотря на эти тенденции, у России есть перспективы роста экспорта угля, прежде всего в страны Азиатско-Тихоокеанского региона. За последние 20 лет объемы производства и экспорта в стране показали стабильную тенденцию роста – в среднем на 2,9 % и 9,6 % в год

соответственно. После введения антироссийских санкций положение на экспортном рынке российского угля претерпело довольно существенные изменения. Однако, несмотря на санкции, постоянные партнеры России, как Китай, Турция, Индия, Республика Корея и др., только наращивают закупки российского угля.

Также развиваются перспективные направления торгово-экономического сотрудничества России и Ближнего Востока, которые благоприятствуют объединению в региональные экономические союзы и способствуют урегулированию политических отношений, увеличению ассортимента и объемов взаимных товарных потоков. Создание долгосрочных отношений с региональным объединением Советом сотрудничества арабских государств Персидского залива (далее – ССАГПЗ) является первостепенным перспективным направлением торгово-экономического сотрудничества. Регион Персидского залива, включающий такие страны как Королевство Саудовская Аравия, Объединенные Арабские Эмираты, Кувейт, Катар, Оман и Королевство Бахрейн являются не только главным экспортером энергетических ресурсов, но и глобальным финансовым центром. Торгово-экономическое сотрудничество, топливно-энергетический сектор, агропромышленный комплекс и инвестиции – наиболее перспективные направления сотрудничества России и ССАГПЗ.

Положение на мировом рынке улучшилось за счет сотрудничества России со странами ССАГПЗ и за счет нынешнего сотрудничества с Саудовской Аравией, в формате «ОПЕК+». Участие России в формате «ОПЕК+» дало позволило урегулировать мировой энергетический рынок, а также поиска компромиссов усиления сближения, способствующих стабилизации ситуации на Ближнем Востоке.

Россия является одним из мировых лидеров по добыче и экспорту угля (5 % мировой добычи угля и 15 % мирового рынка), занимает шестое место по добыче угля после Китая, США, Индии, Австралии и Индонезии и третье место в мире экспорт угля после Индонезии и Австралии [10]. Внутри страны уголь потребляется во всех субъектах Российской Федерации. Основными потребителями угля на внутреннем рынке являются электростанции и коксохимические заводы. Среди горнодобывающих регионов Кузнецкий бассейн является самым мощным поставщиком угля: здесь добывается более половины (55 %) всего угля, добываемого в стране, и 75 % коксующегося угля [8, 2].

Согласно прогнозным данным и мнениям различных экспертов, доля угля в мировом энергетическом балансе до 2035 г. составит 25 %, а для некоторых регионов его роль будет даже намного больше, чем у других источников, и превзойдет нефть как основной источник первичной энергии [3].

По данным Росстата, в угольной промышленности с 1995 г. по 2021 г. сохранялась положительная динамика добычи (объемы увеличились с 262,8 млн т до 438,4 млн т) или на 66,8 %. В 2021 г. по сравнению с 2020 г. объемы добычи угля увеличились на 36,8 млн т или на 9,2 %. Данные по добыче энергетических и коксующихся углей приведены в таблице 1. Так, в 2021 году добыто 102,3 млн т коксующегося угля, что на 10 млн т или 10,8 % выше уровня 2020 года.

Таблица 1 – Добыча угля в России по видам [8]

Год	Объем добычи, млн тонн		
	всего	энергетические	для коксования
1995	262,84	202,2	60,6
2000	258,4	197,4	61
2005	299,8	229,9	69,9
2010	323,4	253,1	70,3
2011	336,7	268,7	68
2012	354,6	280	74,6
2013	352,1	268,8	83,3
2014	358,2	273,1	85,1
2015	374	286,3	87,7
2016	386,9	294,3	92,6
2017	411,2	322,1	89,1
2018	441,9	343,6	98,3
2019	442,7	341,2	101,5
2020	401,6	309,3	92,3
2021	438,4	336,1	102,3

В общем объеме производства 2021 г. на долю коксующегося угля пришлось 23,3 %. Большая часть добычи пришлась на угольные предприятия Кузбасса – 71,6 % (73,2 млн т коксующегося угля, или на 9,0 млн т больше или на 14,0 % по сравнению с 2020 годом). Кроме того, коксующийся уголь добывается в Республике Саха (Якутия) – 20,3 млн т (на 5,2 млн т больше или 34,4 %), Печорском бассейне – 8,8 млн т, что на 1,5 млн т или 14,6 % меньше по сравнению с 2020 г. Основные виды потребителей российского угля представлены ниже (табл. 2).

По данным угледобывающих предприятий в 2021 г. на внутренний рынок, всего отгружено 166,6 млн т. По сравнению с 2020 г. отгрузка увеличилась на 7,2 млн т (или 4,5 %). Отгрузка угля изменилась по следующим направлениям:

- обеспечение электростанций – 72,2 млн т (уменьшилась на 1,3 млн т, или на 1,77 % относительно уровня 2020 г. и на 132,4 млн т, или на 53,11 % в сравнении с 1995 г.);

- нужды коксования – 37,2 млн т (увеличилась на 2,6 млн т, или на 7,5 % уровня 2020 г. и на 1,9 млн т или на 5,38 %);

- обеспечение населения, коммунально-бытовые нужды, агропромышленный комплекс – 27,8 млн т (увеличилась на 5,9 млн т или на 26,94 % к уровню 2020 г. и 14,7 млн т или на 112,21 %);

- остальные потребители (нужды металлургии, энергетика, ОАО «РЖД», Минобороны, Минюст, МВД, Минтранс, ФПС, атомная промышленность, Росрезерв, цементные заводы и др.) – 29,4 млн. тонн (по сравнению с уровнем 2020г. практически не изменились).

Таблица 2 – Отгрузка углей основным потребителям, млн т [8]

Годы	Всего	Электростанции	Коксохим-заводы	Обеспечении населения	Остальные потребители	Экспорт
1995	249,3	101,4	35,3	13,1	72,6	26,9
2000	245	103,3	42,1	22,1	40	37,5
2005	280	89,8	39,5	29	39,2	82,5
2010	296,5	95,9	38,5	25,2	20,5	116,4
2011	304,9	95,2	38,8	23,8	30	117,1
2012	314,5	96,5	37,1	24	24,9	132
2013	318,7	88	38,1	27	24,5	141,1
2014	321,7	83,1	38,4	23,4	24,8	152
2015	326	92,1	35,2	23,4	23,9	151,4
2016	328,7	85,2	33,5	20,5	27,2	162,3
2017	356,1	87,5	31,8	21,8	28,7	186,3
2018	373,7	85,8	31,6	24,9	38,2	193,2
2019	373,6	84,1	31,5	26,3	38,3	193,4
2020	362,1	73,5	34,6	21,9	29,5	202,8
2021	381,7	72,2	37,2	27,8	29,4	215,1

В стране началась активная реализация утвержденной Программы развития угольной промышленности России на период до 2030 г., в соответствии с которой, для реструктуризации угольной отрасли страны, разработаны и приняты следующие мероприятия, представленные на рисунке 1 [7]. Более подробно охарактеризуем каждое из мероприятий:

– в соответствии с разработанной программой, предприятия, занимающиеся геологической разведкой на территориях с низкой изученностью, будут получать налоговые льготы для активизации деятельности в сфере проведения работ по геологической разведке;

– для создания благоприятных условий в сфере налогообложения и реализации высокотехнологичных проектов на Дальнем Востоке, в Восточной Сибири был разработан и принят закон [9], который предусматривает нулевой налог на прибыль для перечисленных выше проектов, а также возможность установления специальных налоговых условий и льготных ставок для субъектов предпринимательства;

– важным фактором обеспечения конкурентоспособности угольной продукции является снижение транспортных затрат на поставку угля как на внутренний, так и на внешние рынки. Исходя из этого, железнодорожный и портовый узлы требуют капитального ремонта. Таким образом, был одобрен проект финансирования продления Транссибирской и Байкало-Амурской магистралей. Также с целью повышения рентабельности продаж угольных компаний было принято решение проиндексировать тарифы на железнодорожный транспорт;

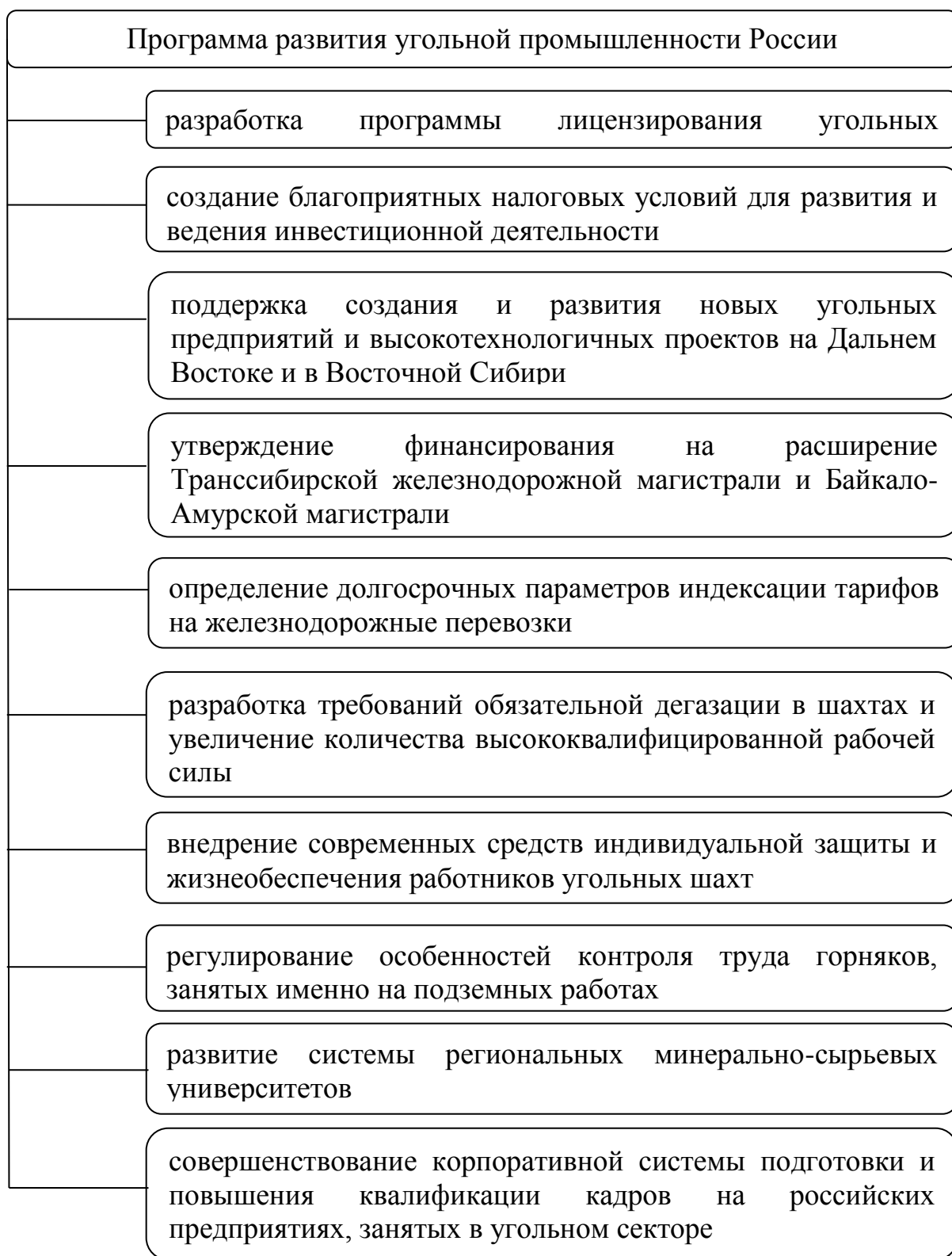


Рисунок 1 – Мероприятия, утвержденные Программой развития угольной промышленности до 2035 года

– для улучшения условий труда на угледобывающих предприятиях и обеспечения безопасности работников в рамках программы был запланирован проект по разработке требований к обязательной дегазации шахт, увеличению численности высококвалифицированного персонала (совершенствуются организации вузовской системы, занимающиеся подготовкой и

переподготовкой кадров), а также внедрение современных средств индивидуальной защиты рабочих [5];

– скорректирована специфика контроля труда горняков, согласно которой рабочим, занятым на подземных работах, будет выплачиваться надбавка к заработной плате (от 45 % до 70 %). Дополнительно выделены особые условия выплаты социальных отчислений, а также в случае чрезвычайных происшествий на производстве и профессиональных заболеваний [5].

За счет постепенной реализации вышеперечисленных мер производительность труда в отрасли угольной промышленности повысится, а производство будет сконцентрировано. На сегодняшний день уже достигнуты некоторые результаты, приносящие пользу угольной отрасли (более 70 % добычи угля приходится на шахты и карьеры со среднегодовой производительностью 1,6 и 3 млн т соответственно), а предприятия оснащены высокопроизводительным оборудованием и ими используются современные технологий добычи угля [7]. По прогнозам Международного энергетического агентства (МЭА), торговля углем (измеренная по импорту между регионами) будет расти постепенно до 2040 г. в среднем на 1 % в год [1].

Выводы. Состояние мирового рынка энергоресурсов и позиция России говорят о том, что при прямой поддержке государства объем российского экспорта будет динамично расти, несмотря на ряд текущих проблем, связанных с нестабильностью экономики. Кроме того, в будущем есть предпосылки не только для сохранения позиций на рынке, но и для увеличения своей доли за счет стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Анализ состояния угольного рынка, а также ряда проблем, тормозящих устойчивое развитие угольной отрасли, позволяет сделать вывод о том, что, несмотря на все трудности, уголь по-прежнему остается самым дешевым и надежным энергетическим ресурсом, аналогов ему нет и он будет востребован еще не один десяток лет.

Литература

1. International Energy Agency (IEA) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.iea.org (дата обращения: 05.12.2022). – Текст : электронный.

2. Губанов, Д. А. Производство и поставки угля в России / Информационно-аналитический обзор (июнь 2021). – М. : ЦДУ ТЭК. – 2021. – 28 с. – Текст : непосредственный.

3. Кондратьев, В. Б. Глобальный рынок угля / В. Б. Кондратьев // Горная промышленность. – 2017. – № 2 (132). – С. 17–23. – Текст : непосредственный.

4. Плакиткин, Ю. А. Угольная промышленность России на мировом рынке угля: тенденции перспективного развития / Ю. А. Плакиткин, Л.С. Плакиткина, К.И. Дьяченко // Уголь. – 2016. – №7. – С. 12–16. Текст : непосредственный.

5. Постановление Правительства РФ № 328 от 15.04.2014г. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (ред. От 30.03.2018г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162176/ (дата обращения: 05.12.2022). – Текст : электронный.

6. Прогноз развития энергетики мира и России 2016 / ИНЭИ РАН

Аналитический центр при Правительстве РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru/files/publication/a/10585.pdf> (дата обращения: 05.12.2022). – Текст : электронный.

7. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении программы развития угольной промышленности России на период до 2030 года» от 21.06.2014г. № 1099-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165139/ (дата обращения: 05.12.2022). – Текст : электронный.

8. Петренко, И. Е. Итоги работы угольной промышленности России за 2021 год / И. Е. Петренко // Уголь. – 2022. – № 3. – С. 9–23. – Текст : непосредственный.

9. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в части стимулирования реализации региональных инвестиционных проектов на территориях Дальневосточного федерального округа и отдельных субъектов Российской Федерации» от 30.09.2013г. № 267-ФЗ (ред. от 23.05.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_152473/ (дата обращения: 05.12.2022). – Текст : электронный.

10. Яновский, А. Б. Результаты структурной перестройки и технологического перевооружения угольной промышленности России и задачи по перспективному развитию / А. Б. Яновский // Уголь. – 2019. – № 8. – С. 8–16. – Текст : непосредственный.

УДК 338.1

ОТРАСЛЕВОЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Худоба Евгений Викторович¹, Черноус Оксана Ивановна¹,
Зарубин Владимир Иванович²**

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Майкопский государственный технологический университет», г. Майкоп, Российская Федерация

***Аннотация.** В статье рассмотрены зарубежные и отечественные подходы к формированию факторов конкурентоспособности предприятия. Используя отраслевой подход, к факторам конкурентного развития предприятий металлургии были отнесены: факторы, влияющие на размещение предприятий; технико-экономические факторы, коммерческие факторы, факторы движущей силы; регулирующие факторы.*

***Ключевые слова:** конкурентное развитие, отрасль, внешние факторы, внутренние факторы, отраслевые факторы конкурентоспособности.*

INDUSTRY APPROACH TO THE FORMATION OF FACTORS OF COMPETITIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

Khudoba Evgeny¹, Chornous Oksana¹, Zarubin Vladimir²

¹Automobile and Road Institute Donetsk National Technical University
Automobile and Road Institute of the State Educational Institution of Higher
Professional Education «Donetsk National Technical University»
Gorlovka, DPR

²Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Maykop State Technological University»,
Maykop, Russian Federation

Abstract. *The article considers foreign and domestic approaches to the formation of factors of competitiveness of the enterprise. Using an industry approach to the factors of competitive development of metallurgical enterprises, the following factors were attributed: factors affecting the placement of enterprises; technical and economic factors, commercial factors, driving force factors; regulatory factors.*

Keywords: *competitive development, industry, external factors, internal factors, industry competitiveness factors.*

Постановка проблемы. В условиях современных глобализационных изменений мировых рынков и бизнеса, важнейшей проблемой отечественной экономики является обеспечение конкурентного развития национальных товаропроизводителей, к числу которых относятся предприятия металлургической отрасли. Металлургическая отрасль относится к стратегической отрасли развития Донецкой Народной Республики и является индикатором состояния экономики Республики. В последние годы металлургический комплекс переживает глубокий кризис, который является следствием использования устаревших технологий, низкого технического уровня, перебоев в снабжении предприятий коксующимся углем, металлоломом, электроэнергией, недостаточной финансовой обеспеченности внедрения необходимых инноваций, нарушения логистических связей и др.

В современных условиях экономического развития отечественного рынка наиболее актуальным вопросом для промышленных предприятий является удержание конкурентных позиций на внутреннем рынке и переориентация на новых потребителей. В этих условиях предприятиям металлургического сектора приходится прикладывать максимум усилий для реализации поставленных задач.

Анализ исследований и публикаций. Вопросам конкурентного развития уделили внимание такие ученые, как А. Смит, И. Ансофф, Э. Деминг, Б. Олин, С. Брю, М. Портер [1]. Вопросам формирования и развития конкурентоспособности посвящены труды отечественных ученых: А. Л. Денисовой, Т. М. Уляхина, Л. И. Абалкина, Азоев Г. Л. [2], Е. В. Еремеевой, В. В. Леонтьева, А. Н. Литвиненко, А. И. Коваленко [3], Р. А. Фатхутдинова [4].

Цель исследования – на основе отраслевого подхода классифицировать факторы конкурентного развития предприятий.

Основные результаты исследования. Рассмотрение экономической сущности конкурентоспособности предприятия объективно требует определения состава ее факторов, так как научно обоснованная классификация является ключевым компонентом в системе обеспечения и повышения конкурентного развития предприятий.

Рассмотрим классические факторы конкурентоспособности, предложенные М. Портером, которые связаны с факторами производства. Все факторы, определяющие конкурентные преимущества предприятия и фирмы отрасли, он представляет в виде нескольких больших групп [5].

1. Человеческие ресурсы – количество, квалификация и стоимость рабочей силы.

2. Физические ресурсы – количество, качество, доступность и стоимость участков земли, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников гидроэлектроэнергии, рыболовных угодий; климатические условия и географическое положение страны базирования предприятия.

3. Ресурс знаний – совокупность научной, технической и рыночной информации, влияющей на конкурентоспособность товаров и услуг и сосредоточенной в академических университетах, государственных отраслевых НИИ, частных исследовательских лабораториях, банках данных об исследованиях рынка и других источниках.

4. Денежные ресурсы – количество и стоимость капитала, который может быть использован на финансирование промышленности и отдельного предприятия (капитал неоднороден). Он имеет такие формы, как необеспеченная задолженность, обеспеченный долг, акции, венчурный капитал, спекулятивные ценные бумаги и т. д. У каждой из этих форм свои условия функционирования. А с учетом различных условий их движения в разных странах, они будут в значительной степени определять специфику экономической деятельности субъектов хозяйствования в разных странах.

5. Инфраструктура – тип, качество имеющейся инфраструктуры и плата за пользование ею, влияющие на характер конкуренции. К инфраструктуре следует отнести транспортную систему страны, систему связи, почтовые услуги, перевод платежей и средств из банка в банк внутри и за пределы страны, систему здравоохранения и культуры, жилой фонд и его привлекательность с точки зрения проживания и работы.

По мнению французских экономистов А. Олливе, А. Дайан и Р. Урсе, должно быть восемь ключевых факторов конкурентоспособности предприятия [6]:

1) концепция товара и услуги, на которой базируется деятельность предприятия;

2) качество, выражающееся в соответствии продукта высокому уровню товаров рыночных лидеров и выявляемое путем опросов и сравнительных тестов;

3) цена товара с возможной наценкой;

4) финансы – как собственные, так и заемные;

5) торговля – с точки зрения коммерческих методов и средств деятельности;

6) послепродажное обслуживание, обеспечивающее предприятию

постоянную клиентуру;

7) внешняя торговля предприятия, позволяющая ему позитивно управлять отношениями с властями, прессой и общественным мнением;

8) предпродажная подготовка, которая свидетельствует о способности предприятия не только предвидеть запросы будущих потребителей, но и убедить их в своих исключительных возможностях удовлетворить эти потребности.

Ряд отечественных экономистов (Р. А. Фатхутдинов, А. З. Селезнев, М. О. Ермолов) к факторам конкурентоспособности относят [4]: финансовое положение предприятия; состояние базы для собственных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и уровень расходов на них; наличие передовой технологии; обеспеченность высококвалифицированными кадрами; способность к продуктовому и ценовому маневрированию; наличие сбытовой сети; состояние технического обслуживания; возможность кредитования; действенность рекламы и средств стимулирования сбыта; обеспеченность информацией, платежеспособность основных покупателей.

Конкурентоспособность предприятия складывается из следующих факторов [7]:

1) ресурсного – затраты ресурсов на единицу готовой продукции. Предприятие само способно контролировать повышение производительности труда, капиталоотдачи, общей эффективности производства, а, следовательно, и ресурсного фактора роста конкурентоспособности;

2) ценового – уровень и динамика цен на все используемые ресурсы и готовую продукцию. Данный фактор является менее контролируемым со стороны предприятия, поскольку уровень цен в стране во многом зависит от экономической политики государства;

3) «фактора среды» – в данный фактор, по мнению автора, входят такие составляющие, как: экономическая и политическая обстановка в стране и степень воздействия государства на рыночного контрагента.

Таким образом, всю совокупность факторов конкурентного развития предприятия следует подразделять на внешние и внутренние (таблица 1).

Таблица 1 – Факторы конкурентного развития предприятия

Факторы	Характеристика факторов
1	2
Внутренние	1) потенциал маркетинговых служб 2) научно-технический потенциал 3) производственно-технологический потенциал 4) финансово-экономический потенциал 5) кадровый потенциал (структуру, профессионально-квалифицированный состав) 6) эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта 7) уровень материально-технического обеспечения 8) условия хранения, транспортировки, упаковки продукции 9) уровень осуществляемых погрузочно-разгрузочных работ и транспортных услуг в соответствии с требованиями 10) подготовку и разработку производственных процессов, выбор оптимальной технологии производства 11) эффективность производственного контроля, испытаний, обследований 12) уровень технического обслуживания в постпроизводственный период 13) уровень сервисного и гарантийного обслуживания

Продолжение таблицы 1

1	2
Внешние	1) меры государственного воздействия: экономического характера (амортизационную, налоговую, финансово-кредитную политику, инвестиционную политику, участие в международном разделении труда); административного характера (разработку, совершенствование и реализацию законодательных актов, демополизацию экономики, государственную систему стандартизации и сертификации, правовую защиту интересов потребителей); 2) основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов) 3) деятельность общественных и негосударственных институтов 4) деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране

В связи со спецификой деятельности металлургических производств, предлагается выделить пять групп факторов конкурентоспособности предприятий отрасли металлургического производства, которые дадут возможность в комплексе оценить текущие позиции предприятий и составить план реализации стратегии в перспективе (рисунок 1).



Рисунок 1 – Факторы конкурентного развития металлургической отрасли

Таким образом, систематизированные факторы являются универсальными для предприятий металлургического комплекса, однако существует ряд особенностей в черной и цветной металлургии. Например, если рассматривать сырьевой фактор, то непосредственное территориальное размещение руд черных и цветных металлов оказывает огромное влияние на формирование стоимости для конечных потребителей. Так, нередко, именно в отрасли металлургии удаленность мощностей производств от складов конечного потребителя формирует значительную долю транспортных расходов для сторон сделки. Однако, в большинстве случаев данная проблема не устранима ввиду особенностей природного характера и может быть частично нивелирована за счет рационально построенных логистических процессов. В такой ситуации важным решением может стать направленность на реализацию технологических инноваций. Также отрасль металлургии является мощным потребителем топливно-энергетических ресурсов. Внедрение технических инноваций позволит максимально эффективно использовать в работе ресурсы, необходимые для организации процесса производства. Еще одним вариантом снижения стоимости производимой продукции может стать использование более дешевых, альтернативных источников энергии.

Литература:

1. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с. – Текст : непосредственный.
2. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М.: Новости, 2000. – 256 с. – Текст: непосредственный.
3. Коваленко, А. И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции конкурентоспособности в научных исследованиях / А. И. Коваленко // Теоретическая конкуренция. – 2013. – № 6. – С. 72. – Текст : непосредственный.
4. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с. – Текст : непосредственный.
5. Портер, М. Международная конкуренция : пер. с англ. / М. Портер. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с. – Текст : непосредственный.
6. Оливье, А. Международный маркетинг: пер. с фр. / А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе. – М., 1993. – Текст : непосредственный.
7. Замураева, Л. Е. Факторы, обеспечивающие конкурентные преимущества организации. Проблемы Экономики отраслей и предприятий / Л. Е. Замураева. – Тюмень : МИФУБ ТюмГУ, 2007. – С. 53–58. – Текст : непосредственный.

АНАЛИЗ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ПРОМЫШЛЕННОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Курносова Олеся Александровна¹, Белоброва Наталья Вячеславовна¹,
Тимашкова Ольга Арсентьевна²

¹Государственное бюджетное учреждение «Институт экономических исследований»

г. Донецк, Донецкая Народная Республика

²Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье осуществлен анализ современных тенденций интеграционных процессов в промышленности Донецкой Народной Республики. Предложены направления реализации стратегии интеграции промышленных предприятий ДНР в экономическое и цифровое пространство Российской Федерации.

Ключевые слова: интеграция, интеграционные процессы, кооперация, межрегиональный кластер, промышленный кластер, экономическое и цифровое пространство.

SCIENTIFIC AND METHODOLOGICAL APPROACH TO ANALYSIS AND MODELING OF BUSINESS PROCESSES IN THE LOGISTIC SERVICE SYSTEM OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Kurnosova Olesya¹, Belobriva Nanlya¹, Timashkova Olga²

¹State-Funded Institution «Economic Research Institute»

Donetsk, Donetsk, People's Republic, Russia

²Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic

Annotation. The article analyzes the current trends in integration processes in the industry of the Donetsk People's Republic. Directions for implementing the strategy for integrating industrial enterprises of the DPR into the economic and digital space of the Russian Federation are proposed.

Keywords: integration, integration processes, cooperation, interregional cluster, industrial cluster, economic and digital space.

Постановка проблемы. 30 сентября 2022 г. подписан Договор между Российской Федерацией (РФ) и Донецкой Народной Республикой (ДНР) о принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта, в результате

которого ДНР стала новым субъектом РФ. Промышленность ДНР остается фундаментом ее экономической системы. Для обеспечения производства сырьем и продвижения продукции ДНР на внешние рынки необходимо формирование новых кооперационных связей. Ускоренная интеграция промышленных предприятий ДНР в российское экономическое и цифровое пространство обеспечит их выход на качественно новый конкурентный уровень, а, следовательно, будет основой экономического роста и повышения уровня и качества жизни населения.

Анализ исследований и публикаций. Теоретико-металогический базис теории интеграции формируют труды таких ученых, как А. Берли, Б. Беллон, Дж.Р. Коммонс, Р. Коуз, Г. Минз, М. Портер, О. Уильямсон, Г. Форд и др. Исследованию экономической сущности категории и процессов интеграции промышленных предприятий посвящены труды таких зарубежных ученых, как Д. Аакер, П. А. Гохан, Г. Динз, С. Зайзель, Дж. Тобин и др. Вопросам интеграции в промышленности Российской Федерации посвящены труды ведущих отечественных ученых, среди которых Л. И. Абалкин, А. Г. Аганбегян, С. Ю. Глазьев, В. Е. Дементьев, В. М. Козырев, А. Д. Радыгин, Р. М. Энтов, А. Ю. Юданов, Ю. В. Якутин.

Цель исследования – осуществить анализ интеграционных процессов в промышленности Донецкой Народной Республики и предложить направления реализации интеграционной стратегии промышленных предприятий ДНР в российское экономическое и цифровое пространство.

Основные результаты исследования. Донбасс остается промышленным регионом. Принципиальных изменений в структуре промышленности ДНР за период 2014–2022 гг. не произошло. В общем объеме реализации продукции всех отраслей экономики она занимает около 63 %. Базовыми видами экономической деятельности остаются коксохимия, металлургическое производство, производство и распределение электроэнергии, добывающая промышленность (табл. 1).

Таблица 2.1 – Структура реализованной промышленной продукции в ДНР в 2018–2022 гг., % [1, с. 20–24; 2, с. 5–6]

Вид деятельности	2018	2019	2020	2021	9 месяцев 2022 г.
Прочие	5,22	0,79	12,6	...	5,70
Химическая промышленность	0,58	0,64	0,70	3,10	0,70
Машиностроение	1,50	2,77	2,40	3,50	2,90
Производство кокса и продуктов нефтепереработки	7,30	7,00	6,50	...	8,40
Добывающая промышленность	10,0	9,30	9,40	5,50	5,80
Производство пищевых продуктов, напитков, табачных изделий	10,9	12,39	18,00	...	15,10
Легкая промышленность	0,20	0,10
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	36,5	40,08	20,10	30,90	32,50
Поставка электроэнергии, газа, пара и кондиционированного воздуха	28,0	21,10	30,30	32,30	28,8

В ходе анализа установлено, что деятельность промышленных предприятий сопряжена с действием критических факторов, влияние которых в настоящее время является определяющим. Несмотря на реализацию ряда мероприятий по восстановлению производственно-экономического потенциала в 2018–2022 гг., остается целый ряд проблем, связанных с отсутствием механизмов обеспечения производства сырьем, разрывом кооперационных связей, отсутствием рынков сбыта, действием международных санкций. Одним из новых вызовов в 2022 г., который создает угрозы для эффективного развития промышленных предприятий ДНР, является проводимая РФ специальная военная операция, ключевыми целями которой являются помощь населению Донбасса и обеспечение безопасности России. Текущий военно-политический конфликт представляет серьезные вызовы для территорий деокупированного Донбасса, которые подвергаются антигуманной тактике «выжженной земли» со стороны Украины, что приводит к значительным разрушениям жилой, промышленной, логистической, социальной, бытовой инфраструктуры, к гибели и ранениям населения, разрушению экономики региона [1, с. 15]. В силу этого, восстановить кооперационные связи с предприятиями на освобожденных территориях ДНР в настоящее время невозможно. Обеспечение поставок сырья и продвижения продукции на внешние рынки в обход действующей системы санкций осуществляется за счет включения большого числа посредником, что приводит к значительному росту затрат. Кроме того, проблема обостряется еще тем, что большинство предприятий ДНР не готовы к продвижению на рынок продукции, соответствующей действующим требованиям сертификации России и Таможенного Союза. Данный факт объясняется ограниченными финансовыми ресурсами, значительным уровнем морального и физического износа основных средств, использованием устаревших технологий.

Эти проблемы остаются актуальными и в условиях интеграции промышленности ДНР в экономическое и цифровое пространство РФ, поскольку в условиях санкций российские производители также переориентируется на новые рынки сбыта, формируя новые цепочки образования ценности. С учетом агрессивной политики недружественных стран и ограничения импорта сырья, материалов, комплектующих, необходимых для производства, наблюдается существенная загрузка российских производителей, участвующих в программах импортозамещения. Многие предприятия с учетом 100%-ной загрузки производственных мощностей не имеют возможности полностью покрыть спрос на рынке в своей продукции. Механизм интеграции и кооперации может заключаться в следующем. Часть технологических операций, не требующих жестких требований по сертификации, может быть возложена на предприятия ДНР, что позволит постепенно интегрироваться им в производственно-сбытовую цепочки по данному типу продукции. Выигрыш могут получить и российские производители, поскольку интеграция с предприятиями ДНР может положительно оказать воздействие на формирования баланса спроса и предложения на рынке РФ [2, с. 34–35].

Анализ интеграционных процессов в промышленности ДНР представлен в табл. 2

Таблица 2 – Формирование кооперационных связей в промышленности Донецкой Народной Республики (разработано авторами на основе [2–10])

№ п/п	Форма интеграции	Участники	Сущность интеграционных процессов	Ожидаемый результат
1	3	3	4	5
1	Межрегиональная кооперация	АО «Чебоксарский электроаппаратный завод» (г. Чебоксары, Чувашская Республика) ГУП «Торезский электротехнический завод» (г.Торез, ДНР) ГУП «Донецкий электротехнический завод» (г.Донецк, ДНР)	Участие в создании электротехнического кластера Чувашии для создания оборудования блочно-модульных подстанций 35 кВ	Участие в программе восстановления Республики. Резкое увеличение количества рабочих мест (более 100). Плановый объем выручки в 2023 г. от выпуска и реализации продукции – 600 млн рублей.
2	Кооперация	Завод «Уралвагонзавод» (г. Нижний Тагил, Свердловская обл.) Стахановский вагоностроительный завод	Выпуск вагона-самосвала, а также вагона-хоппера для перевозки сыпучих грузов.	Сертификация продукции для выхода на рынок стран Таможенного союза. Рост числа рабочих мест.
3	Межрегиональный промышленный кластер	Предприятия ДНР и ЛНР	Производство лифтов	Участие в программе импортозамещения: лифт, произведенный на предприятиях в Донбассе, дешевле белорусского аналога на 1 млн руб.
4	Межрегиональная кооперация	ООО «НПО «Ясиноватский машиностроительный завод» (г. Ясиноватая, ДНР) Кузбасский электромашиностроительный завод (ООО «ТоргИнвест», г. Кемерово) Компания «МП «Ильма» (г. Томск).	Производство проходческих комбайнов	Участие в программе импортозамещения. Внедрение инновационных решений в процессы выпуска горнопроходческой техники. Создание новой продукции с высоким уровнем добавленной стоимости. Гарантированные рабочие места для квалифицированных рабочих и инженеров

Продолжение таблицы 2.

1	2	3	4	5
5	Химический кластер	<p>ООО «Химические технологии» - инициатор (г. Ростов-на-Дону)</p> <p>ГУП «Луганские полиметаллы» (г. Стаханов, ЛНР)</p> <p>Коксохимический завод Алчевского металлургического комбината ООО «ЮГМК» (г. Алчевск, ЛНР)</p> <p>Завод «Азот» (г. Северодонецк, ЛНР)</p>	Создание Донского химического кластера в Ростовской области	Импортозамещение и формирование новых кооперационных производственных связей
6.	Соглашение о сотрудничестве	<p>ООО «Макеевский машиностроительный завод» (г. Макеевка, ДНР)</p> <p>АО «Чебоксарский электроаппаратный завод» (г. Чебоксары, Чувашская Республика)</p> <p>Чебоксарское предприятие по строительству и ремонту железных дорог (г. Чебоксары, Чувашская Республика)</p>	Формирования кооперационных связей	<p>Участие в программе восстановления Республики.</p> <p>Увеличение объемов производства.</p> <p>Модернизация производства.</p> <p>Освоение новых рынков сбыта.</p> <p>Рост количества рабочих мест (плановый минимум – 300 человек)</p>

Как можно заметить по данным табл. 2, после вхождения ДНР в состав РФ интенсивность интеграционных процессов усилилась. Вместе с тем, восстановить производственно-экономический потенциал и максимально загрузить производственные мощности производитель ДНР не удастся с силу очень сильного влияния геополитических факторов. Перспективными направлениями интеграции в настоящее время поэтапно должны стать:

- интеграция на основе реализации стратегии технологической экспансии;
- межзаводская кооперация;
- межрегиональная кооперация;
- виртуальная интеграция;
- стратегический альянс;
- промышленный кластер;
- интеграция во внешние цепи поставок;
- сетевая форма организация цепей поставок предприятий;

– промышленная экосистема.

Выводы. Таким образом, интеграция в промышленности и формирование кооперационных связей определяет дополнительные возможности развития отечественных промышленных предприятий, поскольку осуществляется обмен опытом, знаний, наращивание научно-технологического потенциала, внедрения инновационных решений в процесс выпуска продукции, создание новых рабочих мест, производство продукции с высокой долей добавленной стоимости. Вместе с тем, управление данными процессами осуществляется в ручном режиме, решения принимаются спонтанно, а проекты кооперации пока что носят эпизодический характер. В связи с этим, необходимым условием для успешной интеграции промышленных предприятий ДНР в экономическое и цифровое пространство РФ необходимы выбор приоритетов интеграции и разработка механизма управления интеграционными процессами для обеспечения их реализации. Его разработка и реализация являются предметом дальнейших исследований авторов.

Литература

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад. Донецк / Коллектив авторов под. ред. А. В. Половяна, Р. Н. Лепы, Н. В. Шемякиной : Донецк : ГБУ «Институт экономических исследований», 2022. – 296 с. – Текст : непосредственный.

2. Лепа, Р. Н. Концептуальные положения по развитию машиностроения Донецкой Народной Республики на 2022–2024 годы: брошюра / Р. Н. Лепа, В. В. Трубчанин, С. Н. Гриневская, С. А. Маковецкий, М. А. Мызникова, О. А. Курносова, Е. Г. Курган, В. Ю. Мурай. – Донецк : ГБУ «Институт экономических исследований», 2022. – 43 с. – Текст : непосредственный.

3. АО «ЧЭАЗ» начало работу по выстраиванию процессов и локализации выпуска изделий чебоксарского предприятия на заводах ДНР [Электронный ресурс] – URL: <https://gcheb.cap.ru/news/2022/08/20/ao-cheaz-nachalo-rabotu-po-vistraivaniyu-processov> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

4. Чебоксарский электроаппаратный завод совместно с Донецким и Торезским электротехническими заводами будут выпускать не менее 40 электротехнических подстанций ежегодно [Электронный ресурс] – URL: https://ru.telegram-store.com/catalog/channels/dnr_live/19482 (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

5. Стахановский вагоностроительный завод выходит на рынок стран Таможенного союза [Электронный ресурс] – URL: <https://lug-info.com/news/stahanovskij-vagonostroitel-nyj-zavod-vyhodit-na-rynok-stran-tamozhennogo-soyuza> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

6. В Донбассе создают межрегиональный лифтостроительный кластер [Электронный ресурс] – URL: <https://mashnews.ru/v-donbasse-sozdayut-mezhregionalnyj-liftostroitelnyj-klaster.html> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

7. В КуЗбассе запускают в работу первый проходческий комбайн совместного производства с ДНР [Электронный ресурс] – URL: <https://ako.ru/news/detail/v-kuzbasse-zapuskayut-v-rabotu-pervyy-prokhodcheskiy> -

kombayn-sovmestnogo-proizvodstva-s-dnr. – Текст : электронный.

8. В Ростовской области создадут химический кластер с участием ЛНР и ДНР [Электронный ресурс] – URL: <https://expertsouth.ru/news/v-rostovskoy-oblasti-sozdadut-khimicheskiy-klaster-s-uchastiem-lnr-i-dnr/> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

9. Реалии и перспективы Макеевского машиностроительного завода: репортаж: [Электронный ресурс] – URL: <https://dan-news.ru/stories/reportazh-realii-i-perspektivu-makeevskogo-mashinostroitel'nogo-zavoda/> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

10. Чувашия поможет Макеевскому машиностроительному заводу [Электронный ресурс] – URL: <http://xn--80adtqegosnyo.xn--plai/archives/36918> (дата обращения: 20.02.2026). – Текст : электронный.

УДК 658.15

УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ БИЗНЕСА И СТРАТЕГИЯ ВНЕДРЕНИЯ VBM

Година Ольга Викторовна, Шуба Евгения Романовна

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет»
г. Ставрополь, Российская Федерация

***Аннотация.** Стремление к максимизации доходов бизнеса требует от управленцев внедрения максимально эффективных стратегий, где первостепенной задачей становится не наращивание прибыли, но стремление к максимизации стоимости компании. В данной статье рассмотрена сущность стратегии VBM в управлении организацией, а также выделены основные ее особенности и принципы внедрения в условиях российских реалий. Исследование содержит рекомендации о переходе к управлению стоимостью бизнеса на основе стратегии VBM, а также анализ показателей эффективности ее применения.*

***Ключевые слова:** VBM (Value-Based Management), стоимостно-ориентированное управление.*

BUSINESS VALUE MANAGEMENT AND VBM IMPLEMENTATION STRATEGY

Godina Olga, Shuba Evgenia

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education «North
Caucasian Federal University»
Stavropol, Russian Federation

***Annotation.** The desire to maximize business income requires managers to implement the most effective strategies, where the primary task is not to increase profits, but to strive to maximize the value of the company. This article discusses the essence of the VBM strategy in managing an organization, as well as highlights its main features and principles of implementation in the context of Russian realities.*

The study contains recommendations on the transition to business value management based on the VBM strategy, as well as an analysis of the effectiveness of its application.

Keywords: VBM (Value-Based Management), value-based management.

Постановка проблемы. Современные реалии рыночных отношений диктуют необходимость увеличения стоимости бизнеса, в противовес привычному стремлению к наращиванию годовой прибыли. Это обусловлено тем, что в условиях жесткой рыночной конкуренции наиболее остро встает проблема распределения дефицитных ресурсов, которая может быть решена за счет создания конкурентных преимуществ игроков путем максимизации капитализации бизнеса.

Анализ исследований и публикаций. Вопросами стоимостно-ориентированного управления бизнесом занимались такие ученые, как А. С. Кокин, С. В. Грибцов, Т. П. Данько, М. П. Голубев, К. В. Перехожева, Д. С. Лысенко и др.

Цель исследования – изучить современные подходы к управлению стоимостью бизнеса на основе стратегии VBM.

Основные результаты исследования. Управление компанией на основе VBM (Value-Based Management), что переводится как управление, нацеленное на создание стоимости, представляет собой подход и особую философию, при которой усилия всех лиц на каждом уровне организации сосредоточены на ключевых стоимостных аспектах [1]. При этом система учета эффективности управления представляется достаточно объективной, поскольку включает в себя все основные аспекты организации: стратегию, человеческие ресурсы и производство.

Идея, лежащая в основе VBM, проста. Стоимость компании определяется ее дисконтированными будущими денежными потоками. Ценность создается только тогда, когда компании инвестируют капитал с доходностью, превышающей стоимость этого капитала. VBM расширяет эти концепции, уделяя особое внимание тому, как компании используют их для принятия как основных стратегических, так и повседневных операционных решений. При правильном исполнении это подход к управлению, который объединяет общие устремления компании, аналитические методы и процессы управления, чтобы сосредоточить принятие управленческих решений на ключевых факторах создания ценности [8].

VBM просит сотрудников в компании думать, как владельцы и принимать решения, которые, как следствие, принесут прибыль владельцам организации. Менеджеры должны стремиться к постоянному поиску новых путей для инвестиций и роста, которые повысят ценность, и использовать капитал компании таким образом, чтобы обеспечить долгосрочный успех.

Фундаментальным принципом VBM является убеждение в том, что будущие денежные потоки и рост являются источником стоимости компании. Рассмотрение показателей, основанных на бухгалтерском учете, таких как квартальная прибыль, прибыль на акцию и соотношение цены и прибыли, - это не то, как сторонники VBM принимают решения. Это может быть непросто,

особенно когда существует значительное давление со стороны краткосрочных инвесторов.

VBM – это и философия, и методология. В нем признается, что решения, которые вы принимаете ежедневно, вносят вклад в ценность организации. Поэтому VBM необходимо внедрять во всей организации, а не только в зале заседаний. Люди на всех уровнях должны участвовать в создании этой общей ценности [2].

Организационная культура и мышление очень важны для управления, основанного на ценностях. Хотя внедрение процессов и подходов к управлению является обязательным требованием, способность организации максимизировать ценность зависит от мелочей ее культуры, ценностей и способов работы.

Необходимая культура для успешного использования управления, основанного на ценностях, – это мышление, основанное на ценностях, на всех уровнях организации. Для достижения этой цели лидеры должны внедрить это мышление в свое видение, заявления о миссии и корпоративные ценности. Они также должны быть примером для подражания и эффективно сообщать об этом. Они могут сделать это частично путем постановки целей и задач, и приведения их в соответствие с процессами вознаграждения и признания.

Особое внимание в процессе выстраивания стратегии VBM стоит обратить на нефинансовые цели, например, клиентоориентированность, внедрение инноваций и повышение лояльности сотрудников и акционеров. Такие цели не противоречат максимизации ценности. Напротив, наибольших успехов достигают компании, которые особое внимание уделяют данным областям.

В реалиях российского бизнеса до сих пор подавляющее большинство управленцев склонно к стремлению максимизировать прибыль компании за отчетный период, то есть её доходы. Следует отметить, что в мировом научном обществе в последние 20 лет выявляется тенденция ведения бизнеса с ориентацией на акционерную стоимость предприятия [4]. Важным фактором здесь выступает то, что даже стремительный рост доходов от продуктов или услуг компании не может наверняка свидетельствовать о действительном увеличении её активов. Например, в условиях зависимости наемного менеджера от объема годовой прибыли компании, он может реализовывать краткосрочные проекты с достаточно коротким сроком окупаемости при высокой прибыли, который, однако, может пагубно влиять на финансовую эффективность компании в долгосрочной перспективе.

Другим примером результата увеличения прибыли в годовом бухгалтерском отчете может служить сокращение штата сотрудников, которое также является разовой мерой оптимизации, не повышая акционерную стоимость организации в долгосрочной перспективе.

Переход к стратегии VBM в современных реалиях обусловлен еще и макроэкономической позицией России, поскольку доля отечественных компаний на мировом рынке снижается, причем малый и средний бизнес занимает менее 20 % ВВП страны. Ввиду этого целесообразно сосредоточить

внимание на совершенствовании системы управления финансами и, как следствие, наращивать конкурентные преимущества на внутренних и внешних рынках.

В современном менеджменте выделяется два основных пути внедрения стратегии VBM: шоковый и постепенный. В первом случае происходит резкий переход к новой политике управления внутри компании на всех уровнях, во втором – VBM сначала внедряется в качестве эксперимента в один из отделов или подразделений.

Для внедрения VBM в управление компанией необходимо следовать следующим принципам:

1) основным критерием оценки успешности функционирования системы vbm является денежный поток, формируемый самой организацией;

2) осуществление новых вложений возможно только после создания новой стоимости, при условии, что рентабельность затрат превышает объем привлечённых инвестиций;

3) в процессе принятия управленческих и экономических решений учитывать интересы стейкхолдеров;

4) вести открытый диалог со стейкхолдерами по вопросам их интересов, вкладов, рисков и перспектив [1].

Важным моментом на этапе перехода к управлению на основе ценностей является разработка системы показателей, отражающих реальное изменение стоимости активов. Об увеличении стоимости акций организации свидетельствует превышение прибыли от инвестиций над затратами в капитал. Необходимо учитывать, что затраты на капитал подразумевают инвестиционные риски. В контексте VBM соотношение рисков и затрат носит наиболее сбалансированный характер [5].

Поскольку стоимость организации напрямую зависит от её бизнес-модели, VBM-концепция ориентирует топ-менеджеров на принятие управленческих решений, нацеленных на устойчивое развитие в долгосрочной перспективе.

Для эффективного функционирования стратегии VBM особое внимание должно уделяться системе стимулирования и поощрения менеджеров. Мышление управленца, основанное на ценностях компании и подкрепленное объективной информацией и личными стимулами, являются ключевыми факторами для принятия решений [3].

Необходимо учитывать, что управление, нацеленное на создание стоимости, предполагает возведение в культ повышение ценности компании. Однако, при таком подходе имеют место и нефинансовые цели, например, повышения лояльности своих клиентов, а также вовлеченности и удовлетворенности сотрудников. Данные цели не противоречат наращиванию акционерной стоимости, но как показывает практика, способствуют процветанию организации. Однако, все подобные факторы должны быть проанализированы в рамках финансовых аспектов компании.

В качестве инструмента для повышения корпоративной стоимости компании используются две концепции: акционерная стоимость (SV) и

добавленная стоимость для акционеров (SVA).

Первый, акционерная стоимость рассматривает долгосрочные денежные потоки, генерируемые бизнес-единицами организации, и возвращает их к сегодняшней стоимости за счет стоимости капитала. Это также известно, как свободный денежный поток.

Второй, добавленная стоимость для акционеров в основном заботится о том, чтобы доходность активов, в которые руководство инвестировало средства, превышала стоимость вложенных средств. Это логично, поскольку, руководство будет вкладывать средства в активы и проекты, которые отвечают ожиданиям акционеров. Таким образом, в то время как SV обеспечивает долгосрочную стратегическую перспективу, связанную со стоимостью акций, SVA помогает процессу принятия решений на уровне отдельных проектов и инвестиций. Оно определяет краткосрочное и среднесрочное поведение руководства – по сути, функционируя как повседневное управление инструментом, позволяющий сфокусироваться на улучшении операционной деятельности в соответствии с инвестиционными решениями. Таким образом, управление, основанное на ценности, можно рассматривать как подход к улучшению SVA как инструмента управления.

Для внедрения стратегии VBM необходимо осуществление следующих этапов. В первую очередь необходимо выработать стратегию максимизации ценности. На втором этапе происходит разделение данной стратегии на краткосрочные и долгосрочные целевые показатели эффективности, основанные на ключевых факторах создания ценности. На третьем этапе происходит выработка планов действий и определяются промежуточные бюджеты для достижения основных целей. На завершающем этапе происходит выработка системы измерения эффективности, которая позволит фиксировать соответствие текущих показателей целевым показателям и поощрять сотрудников за достижение промежуточных и конечных целей [7].

Для оценки стоимости компании существует четыре общепринятых метода оценки. Каждый из них является правильным способом определения стоимости организации, и какой бы метод ни использовался, он будет зависеть от конкретных обстоятельств, а также от того, проводится ли оценка продавцом или покупателем.

Балансовая стоимость – это просто стоимость чистых активов компании.

Текущая стоимость отражает чистые активы плюс базовые показатели компании, при условии постоянной доли рынка. Текущая стоимость включает текущую рыночную надбавку к балансовой стоимости.

Внутренняя ценность отражает текущую базу активов, предполагающую лучшую в своем классе производительность и постоянную долю рынка. Часто существует разрыв в стоимости между фактической ценой акций компании и тем, что корпоративное руководство считает реальной стоимостью бизнеса. Этот разрыв представляет собой разницу между внутренней стоимостью и текущей стоимостью.

Стратегическая ценность, которая отражает стратегические планы роста, предполагающие лучшую в своем классе производительность. Стратегическая

ценность включает надбавку к внутренней стоимости, поскольку эффективный, всеобъемлющий и долгосрочный стратегический план должен напрямую связывать конкурентную стратегию и стратегическую ценность [6].

Выводы. Таким образом, управление, основанное на создании стоимости, является одной из наиболее эффективных систем построения успешной и устойчивой организации в долгосрочной перспективе, а также гарантирует комфортную работу её сотрудников, а также особое внимание к клиентам.

Литература.

1. Кокин, А. С. Разработка стратегии развития компании на базе концепции управления стоимостью / А. С. Кокин, О. Р. Чепьюк // Экономический анализ: теория и практика. – 2007. – №12. – С. 26–33. – Текст : непосредственный.

2. Ameels, A. Value-based management control processes to create value through integration a literature review [Электронный ресурс]. – URL: https://www.valuebasedmanagement.net/articles_ameels_valuebased_full.pdf (дата обращения: 27.11.2021).

3. Грибцов, С. В. Развитие стоимостно-ориентированного подхода к управлению промышленным предприятием / С. В. Грибцов // Вестник ССЭИ. – 2009. – №3(27). – С. 82–86. – Текст : непосредственный.

4. Емельянов, А. М. Основные этапы эволюции концепций управления стоимостью компаний / А. М. Емельянов, Е. А. Шакина // Корпоративные финансы. – 2008. – № 4(8). – С. 73–76. – Текст : непосредственный.

5. Ибрагимов, Р. Г. Управление по стоимости как система менеджмента / Р. Г. Ибрагимов // Журнал «Менеджмент в России и за рубежом». – №6. – 2004. – С. 64–72. – Текст : непосредственный.

6. Данько, Т. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость / Т. П. Данько, М. П. Голубев. – М. : ИНФРА-М, 2013. – 416 с. – Текст : непосредственный.

7. Лысенко, Д. С. Концепция стоимостно-ориентированного управления, как фактор повышения капитализации промышленного предприятия / Д. С. Лысенко // Актуальные вопросы экономических наук. – 2009. – №4–1. – С. 88–91. – Текст : непосредственный.

8. Перехожева, К. В. Стоимостно-ориентированное управление бизнесом / К. В. Перехожева // Новая наука: финансово-экономические основы. – 2017. – №1. – С. 204–207. – Текст : непосредственный.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДИАГНОСТИКИ И МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

**Трубчанин Владимир Викторович, Хусаинов Ренат Дамирович,
Сергеева Екатерина Альбертовна**

Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования «Донецкий
национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются подходы к оценке конкурентоспособности предприятия. Анализируются методические подходы к проведению оценки конкурентоспособности продукции, выступающей фундаментом обоснования мер по развитию конкурентных преимуществ. Приводится система показателей диагностики эффективности управления конкурентоспособностью предприятия.*

***Ключевые слова:** предприятие, конкурентоспособность, показатели, методы, оценка, конкурентные преимущества, управление*

SYSTEMATIZATION OF DIAGNOSIS INDICATORS AND METHODS FOR ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

Trubchanin Vladimir, Khusainov Renat, Sergeeva Ekaterina

Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** This article discusses approaches to assessing competitiveness. Methodological approaches to the assessment of the competitiveness of products, which are the foundation for justifying measures to develop competitive advantages, are analyzed. A system of indicators for diagnosing the effectiveness of enterprise competitiveness management is given.*

***Key words:** enterprise, competitiveness, indicators, methods, assessment, competitive advantages, control*

***Постановка проблемы.** В современных условиях каждое предприятие осуществляет поиск эффективных инструментов выживания в конкурентной среде. Важнейшим фактором конкурентоспособности предприятия выступает конкурентоспособность продукции, которая отражает её способность более полно удовлетворять запросы покупателей в сравнении с подобной продукцией конкурентов на рынке. В этой связи на первый план научного поиска выдвигаются проблемы выбора методического подхода к проведению оценки конкурентоспособности продукции, выступающей фундаментом обоснования мер по развитию конкурентных преимуществ предприятия.*

Анализ исследований и публикаций. Вопросами рассмотрения методов оценки в системе управления конкурентоспособностью занимались Мансуров Р., Фатхутдинов Р. А, Лазарева Т. Я., Мартемьянов Ю. Ф., Ярьес О. Б., Паньшин И. В. До настоящего времени не выработано единого подхода к методике оценки конкурентоспособности предприятия, что обуславливает необходимость дальнейших исследований в этом направлении.

Цель работы – провести теоретический анализ показателей и методов, позволяющих провести диагностику конкурентоспособностью предприятия.

Основные результаты исследования. Конкурентоспособность представляет собой комплексное понятие, которое формируется под влиянием многих факторов. Конкурентоспособность означает завоевание и укрепление позиций на международном рынке товаров и услуг при помощи совокупности преимуществ, которыми обладают одни фирмы относительно других.

Понятия «конкурентоспособность товаров» и «конкурентоспособность производителей (предприятия)» различаются.

Конкурентоспособность товара следует рассматривать как степень привлекательности товара для потребителей, через которую они определяют уровень удовлетворения своих требований данным товаром. Нередко категорию «конкурентоспособность товара» приравнивают либо же отождествляют с категорией «конкурентоспособность предприятия». Но важно понимать, что конкурентоспособность товара есть необходимое, но не достаточное условие конкурентоспособности предприятия. Предприятие может не быть конкурентоспособной, выпуская конкурентоспособную продукцию. Таким образом, конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия – понятия взаимосвязанные, но с определёнными отличными друг от друга характеристиками. Для повышения уровня конкурентоспособности предприятию необходимо постоянно оценивать уровень конкурентоспособности товаров, которые оно производит.

Конкурентоспособность продукции – это показатели, характеризующие произведённую продукцию, выделяющие её отличительные особенности по сравнению с товаром конкурентов [1]. Главными определяющими элементами конкурентоспособности выступают потребительские свойства и цена. Для управления конкурентоспособностью необходимо контролировать оптимальное соотношение выше приведённых элементов. Вместе с тем, некоторая продукция не отвечает установленным требованиям и является неконкурентоспособной. Для того, чтобы понять, какие именно недостатки имеет продукция и как в дальнейшем повысить её конкурентоспособность, необходимо провести достоверную и своевременную оценку. Выделяют три основных метода оценки конкурентоспособности продукции:

1. Дифференциальный – метод, основанный на использовании единичных параметров анализируемой продукции и базы сравнения. Если показатели продукция не достигают оптимального уровня, то необходимо выяснить, по каким именно причинам это происходит. Это в будущем позволяет использовать преимущества продукции и исправлять недостатки.

2. Комплексный – метод, основанный на расчёте интегральных

показателей (качества, экономических и т. д.), рассчитываемых по формуле:

$$K = \frac{T}{\mathcal{E}} \rightarrow \max, \quad (1)$$

где K – интегральный индекс;

T – сводный индекс по качеству продукции;

\mathcal{E} – сводный индекс по стоимости в сравнении с продукцией-образцом.

Если $K > 1$, следовательно, производимая продукция лучше продукта-образца.

Если $K < 1$, следовательно, продукция предприятия неконкурентоспособна и требует изменения.

Если $K = 1$, то продукция соответствует уровню продукции-образца.

Следует отметить, что если анализируемая характеристика продукции выше показателя на 10–20 %, то этого недостаточно для полной уверенности в устойчивом конкурентном положении продукции на рынке. Если же её значение превышает показатель на 30–50 %, то предприятие занимает стабильное положение на рынке. При этом если предприятие имеет интегральный индекс конкурентоспособности продукции по сравнению с продуктом-образцом выше 1,4, то это также свидетельствует о возможности вывода продукции на новый рынок.

Определение интегрального индекса осуществляется в следующей последовательности: на основе данных о состоянии рынка разрабатывается совокупность показателей качества продукции; выбираются основные параметры качества; рассчитывается сводный индекс по качеству продукции по сравнению с продуктом-образцом; рассчитывается сводный индекс по стоимости продукции на рынке; определяется относительный индекс:

$$K_{отн} = \frac{K_{А.И.}}{K_K}, \quad (2)$$

где $K_{отн}$ – относительный индекс конкурентоспособности продукции по сравнению с продукцией конкурента;

$K_{А.И.}$ – интегральный индекс продукции по сравнению с продуктом-образцом;

K_K – интегральный индекс конкурирующей продукции по сравнению с продуктом-образцом.

3. Смешанный – метод, основанный на объединении показателей, рассчитанных дифференциальным и комплексным методами.

Управление конкурентоспособностью – система, представляющая собой совокупность решений по созданию и применению конкурентных преимуществ предприятия.

Диагностика эффективности управления конкурентоспособностью позволяет менеджменту установить, насколько действенной в части завоевания конкурентных преимуществ является его текущая политика, а также разработать комплекс необходимых регулирующих мер. В этой связи на первый план научного поиска выходит проблема выбора приемлемой методики

диагностики эффективности управления конкурентоспособностью [2].

Проведенное исследование позволило установить, что существует ряд подходов к оценке конкурентоспособности предприятия: с позиции сравнительных преимуществ; по теории равновесия организации; системный подход; функционально-стоимостный подход; по качеству продукции с использованием многоугольных профилей; подход с позиции максимизации стоимости.

В современных условиях недостаточно проводить оценку лишь одной сферы предприятия [3]. В этой связи уместным является использование системного подхода к оценке конкурентоспособности, предложенный Фасхиевым Х. А. [4].

Диагностика эффективности управления конкурентоспособностью по методике Фасхиева Х. А. представляет собой рассмотрение отдельных подсистем предприятия: производственной, финансовой, маркетинговой, управления персоналом, продукции, инновационной [5].

Каждая названная сфера характеризуется собственным набором показателей (табл. 1), рассчитав которые, определяют интегральный показатель конкурентоспособности.

Таблица 1– Система показателей диагностики эффективности управления конкурентоспособностью предприятия по методике Фасхиева Х. А.

Сферы деятельности предприятия	Показатели конкурентоспособности
1. Производственная	Затраты на производство продукции; фондоотдача; показатели деловой активности.
2. Финансовая	Рентабельность предприятия; показатели финансовой устойчивости; ликвидность.
3. Маркетинговая	Коэффициент экономической активности методов продвижения и сбыта продукции; рыночной доли; рентабельность маркетинга.
4. Управление персоналом	Стабильность кадров; средняя месячная заработная плата; коэффициент текучести кадров.
5. Продукция	Качество; цена; ассортимент
6. Инновационная	Коэффициент устойчивости; коэффициент достаточности; латентность инноваций.

Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия I_k определяется по формуле:

$$I_k = I_{np} \cdot d_{np} + I_{\phi} \cdot d_{\phi} + I_m \cdot d_m + I_{yn} \cdot d_{yn} + I_{nn} \cdot d_{nn} + I_{ud} \cdot d_{ud}, \quad (3)$$

где I_{np}, d_{np} – уровень конкурентоспособности производственной деятельности и его весовой коэффициент;

I_{ϕ}, d_{ϕ} – уровень конкурентоспособности финансовой деятельности и его весовой коэффициент;

I_m, d_m – уровень конкурентоспособности маркетинговой деятельности и его весовой коэффициент;

I_{yn}, d_{yn} – уровень конкурентоспособности управления персоналом и его весовой коэффициент;

I_{nn}, d_{nn} – уровень конкурентоспособности производимой продукции предприятия и его весовой коэффициент;

I_{uo}, d_{uo} – уровень конкурентоспособности инновационной деятельности и его весовой коэффициент.

Уровни конкурентоспособности различных сфер оцениваются по 10-балльной шкале. Интегральный показатель конкурентоспособности предприятия должен стремиться к максимуму (100 %): $I_k \rightarrow \max \rightarrow 100\%$.

Полученное значение интегрального показателя конкурентоспособности предприятия I_k позволяет судить об эффективности политики управления в этой сфере (табл. 2).

Таблица 2 – Зависимость уровня конкурентоспособности от значения интегрального показателя

Значение интегрального показателя, %	Уровень конкурентоспособности предприятия
0–20 %	Предприятие неконкурентоспособно или же имеет низкий уровень конкурентоспособности, соответственно необходимо принять меры по значительному улучшению управления конкурентоспособностью, более подробно рассмотрев каждую из сфер деятельности
20,1–40 %	Уровень конкурентоспособности ниже среднего, соответственно предприятие занимает неустойчивую позицию на рынке и также требуется повышение продуктивности отдельных сфер
40,1–60 %	Предприятие занимает хорошее положение на рынке, но для дальнейшего роста требуется небольшая корректировка отдельных элементов сфер деятельности
60,1–100 %	Предприятие занимает существенное положение на рынке, не требуется никаких изменений в управлении конкурентоспособностью. Основной задачей остается поддержание данного положения.

Кроме того, полученный интегральный показатель конкурентоспособности предприятию I_k следует сравнить с показателями конкурентов и на этой основе принимать решение, как поддерживать своё место на рынке либо же каким образом улучшить конкурентоспособность.

Выводы. Таким образом, систематизация методов оценки конкурентоспособности продукции позволила установить основные особенности их использования. Так, дифференциальный метод даёт

характеристику продукции по сравнению с продукцией-образцом. Комплексный метод даёт характеристику степени удовлетворённости покупателя данной продукцией. Наиболее эффективным методом является смешанный, поскольку он объединяет возможности использования двух предыдущих. Все сферы деятельности предприятия взаимосвязаны и для того, чтобы эффективно управлять конкурентоспособностью, необходимо оценить каждую его подсистему: производственную, финансовую, маркетинговую, управления персоналом, продукцию, инновационную. Благодаря полученному в результате такой оценки интегральному показателю можно определить, на каком уровне конкурентоспособности находится данное предприятие и что необходимо предпринять для улучшения (сохранения) его конкурентных позиций на рынке.

Литература

1. Сартбаев, С. Е. Методические рекомендации по анализу показателей конкурентоспособности предприятия / С. Е. Сартбаев. – М. : ИНФРА-М, 2017. – 176 с. – Текст : непосредственный.
2. Сергеев, А. А. Стратегический подход и методология управления конкурентоспособностью организации / А. А. Сергеев // Знание. – 2016. – № 5. – 2 (34). – С. 70–76. – Текст : непосредственный.
3. Тимофеев, В. В. Управление конкурентоспособностью предприятия в условиях новой экономической реальности / В. В. Тимофеев // Факторы успеха. – 2016. – № 1 (6) – С. 56–59. – Текст : непосредственный.
4. Фасхиев, Х. А. Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия / Х. А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С. 103–114. – Текст : непосредственный.
5. Гайдай, Р. Ф. Инновации как источник конкурентоспособности современных предприятий / Р. Ф. Гайдай, Р. З. Алимов // Актуальные проблемы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты [Электронный ресурс]: материалы Первой международной научно-практической конференции, г. Горловка, 17–18 мая 2016 г. / отв. ред. Е.П. Мельникова / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДонНТУ». – Горловка: АДИ ДонНТУ, 2016. – 565 с. – Режим доступа : <http://www.adidonntu.ru/node/1837>. – С. 504–506. – Текст : электронный.

**ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИ
ПРЕДПРИЯТИЯ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ**

Кравченко Елена Сергеевна

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского»
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** Динамичность условий развития потребительского рынка, кумулятивно возрастающие требования потребителей к ассортименту и качеству товаров и торговому обслуживанию, активизируют поиск новых идей совершенствования действующих бизнес-моделей. В статье обоснован научно-методический подход к оценке уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия сферы торговли по кластерам: компетенций, знаний, способностей, возможностей, рыночных активов и инфраструктурных активов, что формирует информационный базис для оценки возможностей и стратегических перспектив инновационного обновления действующих бизнес-моделей предприятий.*

***Ключевые слова:** бизнес-модель, предприятие, интеллектуальное обеспечение, компетенции, знания, способности, возможности, рыночные активы, инфраструктурные активы, интегральный показатель.*

**PRACTICAL ASPECTS OF ASSESSING THE LEVEL OF INTELLECTUAL
SUPPORT OF A BUSINESS MODEL OF A TRADING ENTERPRISE**

Kravchenko Elena

State Organization of Higher Professional Education
«Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk People's Republic

***Abstract.** The dynamism of the conditions for the development of the consumer market, the cumulatively increasing consumer requirements for the range and quality of goods and trade services, intensify the search for new ideas for improving existing business models. The article substantiates a scientific and methodological approach to assessing the level of intellectual support for a business model of a trade enterprise by clusters: competencies, knowledge, abilities, capabilities, market assets and infrastructure assets, which forms an information basis for assessing the opportunities and strategic prospects for innovative renewal of existing business models.*

***Keywords:** Business model, enterprise, intellectual support, competencies, knowledge, abilities, opportunities, market assets, infrastructure assets, integral indicator.*

Постановка проблемы. Ядром современной экономики является интеллектуально-информационное пространство, важнейшими компонентами которого являются: информация, знания и интеллектуальный капитал. Наличие высококвалифицированных человеческих ресурсов является решающим для достижения предприятием экономического роста, обеспечения высокого уровня конкурентоспособности действующей бизнес-модели и обеспечения прогрессивного инновационного развития в перспективе.

Розничная торговля является самым быстрорастущим сектором экономики России. Появляются новые игроки, меняющие правила ведения бизнеса, применяя совершенно новые стратегии и модели бизнеса, используя инновационные технологии [2]. Активное развитие розничных сетей кардинально трансформирует традиционную цепочку создания ценности, розничная торговля меняет направление цепочки и фактически становится генератором спроса новых продуктов для производителей, вытягивая необходимое количество, в том числе через собственные торговые марки [5]. Динамичность условий функционирования потребительского рынка, кумулятивно возрастающие требования потребителей к товарам и торговому обслуживанию, активизируют поиск новых идей совершенствования действующих бизнес-моделей. В этих условиях предприятиям сферы торговли приходится искать новые способы защиты, обеспечивающие гибкость, адаптивность, устойчивость и конкурентоспособность бизнес-моделей, что позволит им оперативно реагировать на нововведения [2]. В свою очередь, конкурентоспособность бизнес-модели предприятия определяется уровнем ее интеллектуального обеспечения. Поскольку, как достаточно лаконично отмечает А. О. Веретельник: «...успешность зависит от общего видения целей и задач и правильного структурирования внутренних процессов создания ценности» [1].

Анализ исследований и публикаций. Исследованию теоретических и практических аспектов формирования бизнес-модели предприятия посвящены научные разработки многих отечественных и зарубежных ученых. Однако, наряду с существенными научными наработками по данной проблематике, недостаточно изученными остаются практические аспекты оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия сферы торговли.

Цель исследования – разработать научно-методический подход к оценке уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия сферы торговли.

Основные результаты исследования. Высокий уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели имеет особое значение при разработке управленческих решений относительно формирования конкурентной бизнес-модели, способствует снижению «входного барьера» на потребительском рынке, позволяет значительно повысить качество клиентского обслуживания, что невозможно без определенных технологий, способов, методов организации бизнеса, систем управления и инфраструктурных активов.

На основе проведенного исследования были идентифицированы основные группы индикаторов оценки уровня интеллектуального обеспечения

бизнес-модели предприятия, объединенных в следующие кластеры: компетенций (K), знаний (Z), способностей (S), возможностей (V), рыночных активов (RA), инфраструктурных активов (IA).

Общая схема оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия на основе рассмотренных кластеров индикаторов приведены на рис. 1.

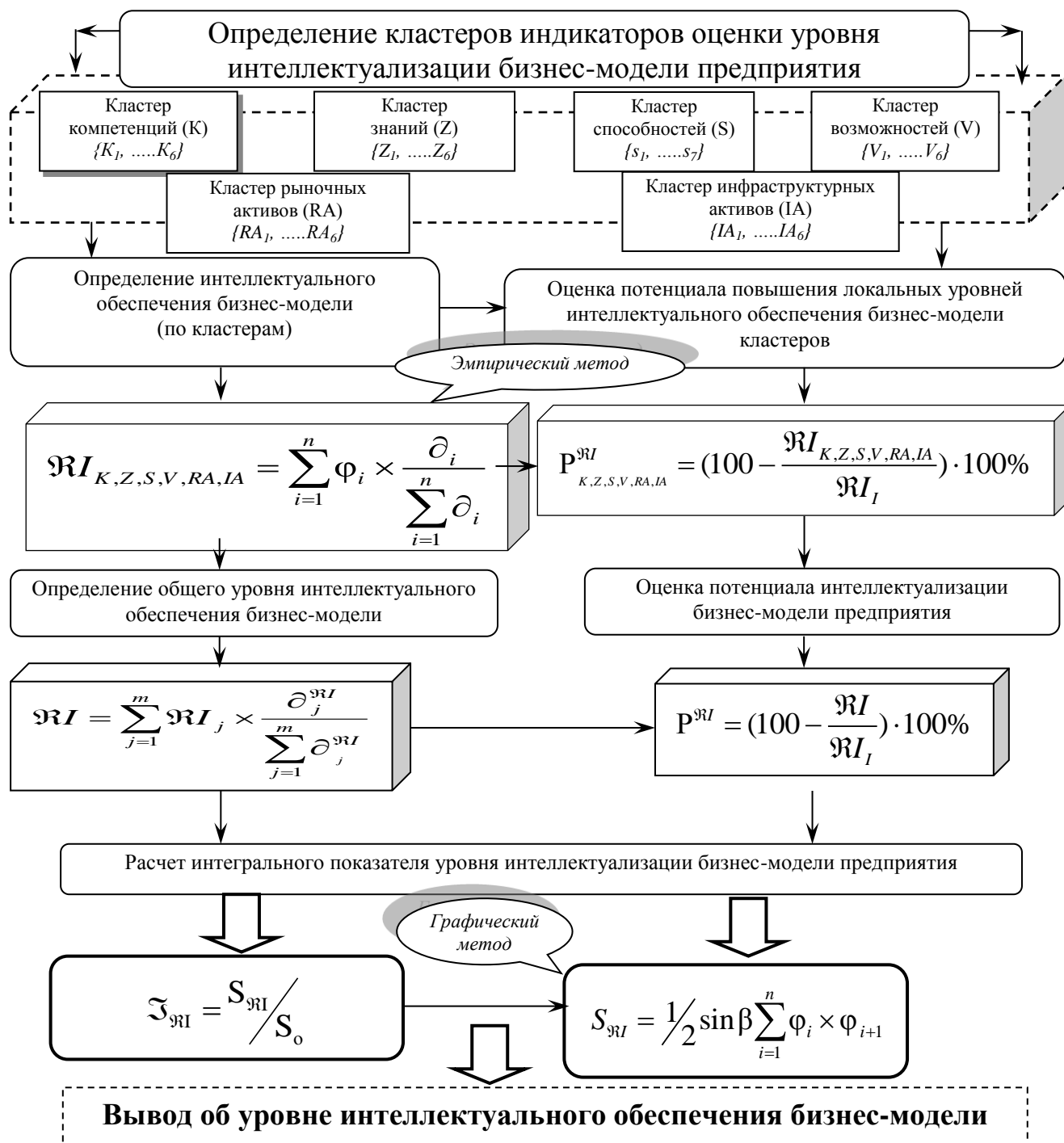


Рисунок 1 – Структурно-логическая модель оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия (авторская разработка)

Определение уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия предлагается оценивать с помощью эмпирического и графического методов.

Уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия каждого кластера индикаторов оценки предлагается рассчитывать по формуле:

$$\mathfrak{R}I_{K,Z,S,V,RA,IA} = \sum_{i=1}^n \varphi_i \cdot \frac{\partial_i}{\sum_{i=1}^n \partial_i} \quad (1)$$

где $\mathfrak{R}I_{K,Z,S,V,RA,IA}$ – уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия соответствующего кластера (компетенций, знаний, способностей, возможностей, рыночных и инфраструктурных активов);

φ_i – экспертная оценка i -го индикатора оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия;

∂_i – важность i -го индикатора оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по каждому кластеру, в баллах (от 0,1–10);

n – количество индикаторов оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по каждому кластеру.

Для обоснования направлений повышения уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия необходимо оценить локальный потенциал по каждому кластеру: компетенций (К), знаний (Z), способностей (S), возможностей (V), рыночных активов (RA), инфраструктурных активов (IA). Расчет осуществляется по формуле:

$$P_{K,Z,S,V,RA,IA}^{\mathfrak{R}I} = (100 - \frac{\mathfrak{R}I_{K,Z,S,V,RA,IA}}{\mathfrak{R}I_t}) \cdot 100 \% \quad (2)$$

где $P_{K,Z,S,V,RA,IA}^{\mathfrak{R}I}$ – потенциал повышения уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия в соответствии с кластером компетенций, знаний, способностей, возможностей, рыночных и инфраструктурных активов;

$\mathfrak{R}I_t$ – целевое значение уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия (10 баллов).

С учетом полученных оценок по кластерам (компетенций, знаний, способностей, возможностей, рыночных и инфраструктурных активов), определяется общий уровень интеллектуализации бизнес-модели предприятия:

$$\mathfrak{R}I = \sum_{j=1}^m \mathfrak{R}I_j \cdot \frac{\partial_j^{\mathfrak{R}I}}{\sum_{j=1}^m \partial_j^{\mathfrak{R}I}} \quad (3)$$

где $\mathfrak{R}I$ – общий уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия;

$\mathcal{R}I_j$ – экспертная оценка j-го уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по кластерам, в баллах (от 0,1–10);

$\partial_j^{\mathcal{R}I}$ – важность j-го уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по кластерам, в баллах (от 0,1–10);

m – количество кластеров индикаторов оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия.

Результаты проведенной оценки формируют информационный базис для оценки потенциала повышения уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия:

$$P^{\mathcal{R}I} = \left(100 - \frac{\mathcal{R}I}{\mathcal{R}I_1}\right) \cdot 100\% \quad (4)$$

где $P^{\mathcal{R}I}$ – потенциал повышения общего уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия.

Для обоснования выводов об уровне интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия используется шкала значений экспертных оценок:

$$\begin{aligned} 9,1 \leq \mathcal{R}I \leq 10,0 & - \text{очень_высокий}; \\ 7,1 \leq \mathcal{R}I \leq 9,0 & - \text{высокий}; \\ 5,1 \leq \mathcal{R}I \leq 7,0 & - \text{средний}; \\ 3,1 \leq \mathcal{R}I \leq 5,0 & - \text{низкий}; \\ 0,1 \leq \mathcal{R}I \leq 3,0 & - \text{очень_низкий}. \end{aligned} \quad (5)$$

Расчет интегрального показателя уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия осуществляется по формуле:

$$\mathcal{S}_{\mathcal{R}I} = S_{\mathcal{R}I} / S_o \quad (6)$$

где $\mathcal{S}_{\mathcal{R}I}$ – интегральный показатель уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия;

$S_{\mathcal{R}I}$ – площадь радара интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия;

S_o – общая площадь круга (многоугольника).

Числитель и знаменатель интегрального показателя интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия определяется следующим образом:

$$S_{\mathcal{R}I} = \frac{1}{2} \sin \beta \sum_{i=1}^n \varphi_i \cdot \varphi_{i+1} \quad (7)$$

где φ_i, φ_{i+1} – длина двух смежных оценочных линий (значение экспертных оценок i-го индикатора оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по кластерами);

β – угол между двумя смежными оценочными линиями;

n – количество индикаторов оценки уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия по всем кластерам.

$$S_{\text{заг}} = \pi R^2 \quad (8)$$

где R – радиус оценочного круга (многоугольника).

Чем больше значение интегрального показателя уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели (S_O), тем выше уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия. Если, согласно результатов проведенной оценки, уровень интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия средний, низкий или очень низкий, то на предприятии существует острая необходимость разработки программы развития компетенций персонала.

Выводы. Современная динамичная бизнес-среда обуславливает необходимость формирования конкурентных бизнес-моделей. Предложенный в статье научно-методический подход к оценке уровня интеллектуального обеспечения бизнес-модели предприятия сферы торговли позволяет комплексно оценить компетенции, знания, способности, возможности, рыночные и инфраструктурные активы с целью инновационного обновления действующих бизнес-моделей предприятий.

Литература

1. Веретельник, А. О. Методика формирования бизнес-модели торгового предприятия / А. О. Веретельник // Молодой ученый. – 2019. – № 50 (288). – С. 167–171. – URL: <https://moluch.ru/archive/288/65207/> (дата обращения: 17.12.2022). – Текст : электронный
2. Гриднева, Е. Е. Инновационные бизнес-модели как инструмент создания конкурентных преимуществ предприятий / Е. Е. Гриднева, Г. Ш. Калиакпарова // Европейский журнал экономических наук и управления, 2017. – С. 63–67. – Текст : непосредственный.
3. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, Ив Пинье; пер. с англ. –2-е изд. – М. : Альпина Пабlishер, 2016. – 288 с. – Текст : непосредственный.
4. Сливоцки А. Миграция ценности. Что будет с вашим бизнесом послезавтра? / А. Сливоцки. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 452 с. – Текст : непосредственный.
5. Шубин, А. Бизнес-модели розничных компаний. – URL: <https://www.retail.ru/upload/iblock/05e/oznakomitelnaya-versiya-knigi.pdf> (дата обращения: 20.12.2022). – Текст : электронный.
6. Chesbrough, H. Business model innovation: opportunities and barriers. Long Range Planning, 2010. – Vol. 43. – P. 354–363. – Text : immediate.
7. Teece, D. Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning. – 2010. – Vol. 43. № 1. – P. 172–194. – Text : immediate.

УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Майданников Данил Александрович¹, Мельникова Елена Павловна¹,
Гайдай Родион Романович²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования «Донецкий
национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика,

²Федеральное государственное бюджетное учреждение
высшего профессионального образования
«Донской государственной технической университет»,
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье обосновываются функции и задачи системы материально-технического снабжения производства в современных условиях, анализируются методы и формы поставки материальных ресурсов, применяемые в отечественной и зарубежной практике хозяйствования, акцентируется внимание на необходимости расширения компетенций службы материально-технического снабжения предприятия.

Ключевые слова: материально-техническое обеспечение, ресурсы, запасы, предприятие, управление, поставки, поставщики, методы

MANAGEMENT OF LOGISTICS AND TECHNICAL SUPPORT OF PRODUCTION IN MODERN CONDITIONS

Maydannikov Danil¹, Melnikova Elena¹, Gaidai Rodion²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Federal state budget higher education institution
«Don State Technical University»
Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract. This article substantiates the functions and tasks of the logistics system at the enterprise in modern conditions, analyzes the methods and forms of supply of material resources used in domestic and foreign business practice, focuses on the need to expand the competencies of the logistics service of the enterprise.

Keywords: logistics, resources, stocks, enterprise, management, supplies, suppliers, methods

Постановка проблемы. Для бесперебойного функционирования производства нужно наладить его материальное обеспечение, которое на предприятии осуществляется через органы материально-технического

обеспечения. Рациональная организация материально-технического обеспечения в значимой степени влияет на уровень использования средств производства, рост производительности труда, размер прибыли и рентабельности. Этим определяются роль и значение материально-технического обеспечения в системе управления предприятием.

Анализ исследований и публикаций. Вопросам материально-технического снабжения предприятия посвящены многочисленные исследования отечественных и зарубежных ученых, среди которых можно выделить: Горемыкина В. А., Бугулова В. Р., Богомолова А. Ю., Тарасенко Н. В., Сухотскую Н. Н., Каменицера С. Э., Русинова Ф. Ф., Баканова М. И., Сергеева Э. А., Пестунова М. А., Маркову Н. В., Русинова Ф. Ф., Фостера Дж., Райна Б., Хайека Ф и др. Поскольку экономические условия деятельности предприятий постоянно изменяются, также должны изменяться и дополняться подходы к обеспечению производственных потребностей предприятия.

Цель исследования – рассмотреть современные задачи и функции системы материально-технического обеспечения производства, обосновать возможности применения различных методов обеспечения поставок и роль в этом процессе службы материально-технического снабжения.

Основные результаты исследования. Обеспечение производства нужными материальными ресурсами является начальным звеном производственного процесса, а сбыт готовой продукции – конечным.

Материально-техническое обеспечение – это процесс снабжения предприятия всеми необходимыми видами материально-технических ресурсов в установленный срок и в объемах, необходимых для его нормальной работы. От организации своевременного поступления материальных ресурсов в нужном количестве, определенном качестве и ассортименте в значительной степени зависит равномерный, ритмичный выпуск готовой продукции, ее качество и эффективность работы предприятия в целом [1].

Основной задачей предприятия по организации и управлению материально-техническим обеспечением является своевременное, бесперебойное и комплексное обеспечение ресурсами в соответствии с установленными плановыми задачами. В практике работы предприятий применяют две формы снабжения: транзитную и складскую.

При транзитной форме снабжения предприятия получают сырье и материалы непосредственно от предприятий-производителей. Применение этой формы экономически оправдано в тех случаях, когда потребность в материалах и сырье в настоящее время равна транзитной норме или превышает ее.

При складской форме снабжения нужные материальные ресурсы предприятия получают из баз и складов соответствующих организаций-поставщиков. Эту форму экономически целесообразно применять, если материальные ресурсы нужны предприятию в небольшом количестве.

Таким образом, хозяйственные связи предприятий с поставщиками материальных ресурсов организуются как непосредственно с предприятиями-поставщиками, так и с территориальными органами снабжения. В первом случае основной задачей является развитие прямых долгосрочных связей, под которыми

понимают такую форму хозяйственных отношений, при которой конкретные условия поставок, ассортимент, качество, сроки, взаимная материальная ответственность и другие вопросы согласовываются непосредственно на основе прямых сделок.

Коммерческая деятельность предприятия не ограничивается только материально-техническим обеспечением. Второй ее составной частью является сбыт готовой продукции. Основной задачей управления сбытом на предприятии является своевременное и полное выполнение плана реализации продукции в соответствии с заключенными соглашениями. Поставка продукции потребителям должна быть своевременной, ритмичной, с точно определенными объемами, ассортиментом. Материально-техническое снабжение и сбыт представляют собой две стороны одного процесса товарного обращения средств производства. Поэтому некоторые виды хозяйственных соглашений могут условно относиться как к обеспечению, так и к сбыту. Они могут одновременно служить и правовой формой материально-технического обеспечения, и формой сбыта и реализации продукции [2].

Материально-техническое обеспечение выполняет две основные функции: внешнюю и внутреннюю.

Внешние функции материально-технического обеспечения определяют взаимоотношения предприятия с поставщиками, снабженческо-сбытовыми организациями, органами государственного управления.

Внутренние функции материально-технического обеспечения характеризуют взаимодействие службы обеспечения с производственными цехами, подразделениями аппарата управления производством.

Основными задачами материально-технического обеспечения являются:

- определение перспективной и текущей потребности в материальных ресурсах, сырье и оборудовании;
- разработка материальных балансов;
- размещение заказов, принятие оперативных мер по их реализации;
- установление уровня качества материальных ресурсов в соответствии с их стандартами, оптимального соотношения между средствами производства;
- выбор поставщиков и поддержка с ними связей.

В своей деятельности предприятия используют разнообразные материалы, сырье, топливо, комплектующие изделия, которые в процессе производства превращаются в продукцию и поэтому должны постоянно пополняться. В этой связи в системе управления материальными ресурсами особое место занимает процесс закупок, поскольку эффективность работы любого предприятия в значительной степени определяется полнотой, комплексностью, своевременностью обеспечения его материальными ресурсами в необходимом количестве и соответствующего ассортимента. С этой целью на предприятиях создают службы материально-технического снабжения.

Служба материально-технического снабжения представляет собой совокупность управленческих и производственных подразделений, организующих и осуществляющих обеспечение производства материальными ресурсами, оборудованием и комплектующими. Основными задачами этой службы является

обеспечение непрерывного и комплексного снабжения производства материалами и сырьем, их поиск, покупка, организация доставки и хранения. Служба материально-технического обеспечения определяет, какие виды материальных ресурсов и в каком количестве необходимы для обеспечения производственно-хозяйственной деятельности предприятия и выполнения его производственной программы [3].

Служба материально-технического снабжения предприятия выполняет следующие основные функции [4, 5]:

- 1) планирование потребности предприятия в материально-технических ресурсах в целях обеспечения его непрерывной работы;
- 2) составление заказов и спецификаций на ресурсы;
- 3) осуществление оперативной деятельности по вопросам выполнения планов снабжения (заключение договоров, получение ресурсов в соответствии с выделенными фондами и по договорам с поставщиками);
- 4) организация размещения, подготовки к выдаче и выдаче материально-технических ресурсов цехам и службам предприятия;
- 5) установление вместе с планово-экономическим, техническим и финансовым отделами предприятий обоснованных дифференцированных норм запасов материально-технических ресурсов и доведение их до сведения работников складов; регулирование размера запасов и контроль за их состоянием;
- 6) организация контроля над расходами материальных ресурсов в цехах и службах согласно назначению;
- 7) осуществление оперативного учета поступления материально-технических ресурсов на предприятие, их выдача цехам и службам, выявление состояния производственных запасов;
- 8) организация складского хозяйства (состояние складов, организация складских работ, хранение продукции).

Выполнение данных функций позволяет службе материально-технического снабжения решать вопросы, связанные с обеспечением предприятия ресурсами путем планирования и координации действия функциональных служб, участвующих в доставке, хранении и распределении ресурсов на предприятии (транспортная служба, служба складского хозяйства, служба учета).

В современных условиях в обязанности службы материально-технического снабжения предприятия также входят: исследование предложений поставщиков и конъюнктуры рынка средств производства; заключение, контроль и регулирование исполнения договоров; выбор эффективных типов хозяйственных связей и поли поставщиков продукции (способы товародвижения, мера участия посредников, оценка потенциальных возможностей и реальной деятельности поставщиков); разработка мероприятий по экономии материально-технических ресурсов, замене дефицитных, в том числе, санкционных материалов менее дефицитными, преимущественно отечественного производства; выбор и обоснование метода транспортировки; логистика; организация входного и выходного контроля качества готовой продукции; организация рекламно-информационной деятельности.

Для управления обеспечением материальными ресурсами важное значение

имеет выбор рациональных связей с поставщиками. При их выборе необходимо учитывать совокупность различных факторов, а именно: размер потребления конкретного вида продукции; месторасположение поставщиков определенного вида продукции (в случае, если имеется зависимость свойств ресурсов от места их производства); количество и уровень использования ресурсов конкретных поставщиков; период, в течение которого сохраняются потребительские качества ресурсов; надежность работы поставщиков, способность быстро реагировать на изменения в спросе и требованиях к режиму поставок и их периодичности; наличие и размещение складов посреднических организаций.

Управление материально-техническим обеспечением направлено, в том числе, на экономию средств предприятий в процессе обеспечения потребностей производства путем: ориентации на более дешевые виды ресурсов; унификации ассортимента используемых ресурсов; минимизации общего объема закупок (речь может идти также и об оптимизации этого объема).

Общее правило в решении проблем материально-технического обеспечения – это всесторонняя оценка последствий принимаемых решений. При формировании заказов на те или иные материальные ресурсы следует учитывать не только соответствие их производственным потребностям, но и затраты при последующей их обработке. Задача управления при этом состоит в организации такой системы связей, которая обеспечит: ассортиментную загрузку мощностей предприятия; рациональное прикрепление к поставщикам; разработку оптимальных схем грузопотоков; обеспечение взаимозаменяемости ресурсов с учетом эффективности их использования.

Любые решения, связанные с приобретением или реализацией товаров производственно-технического назначения, должны приниматься с учетом их экономических последствий. Процесс обеспечения ресурсами требует, чтобы управленческий персонал имел совершенные знания не только по вопросам организации поставок или использования средств производства, но и по вопросам финансовых операций, правовых норм, рекламной деятельности, быстрой и правильной реакции на изменения на товарном рынке, непрерывного поиска новых возможностей для сбыта готовой продукции. Важно также хорошо знать клиентов предприятия, деловых партнеров, уметь прогнозировать их поведение в той или иной ситуации [6].

Реализация задач по управлению закупками характеризуется такими особенностями [7]:

- использование в документах на закупку как товарных, так и не материальных позиций;
- учет партий поставленных продуктов, контроль срока хранения, срока действия лицензий и сертификатов;
- учет таможенных отчислений, транспортных и других расходов при определении учетной стоимости конкретных закупок (деталей, изделий);
- автоматизированное распределение товаров по складам;
- оформление поручений на получение материальных ценностей.

Важно отметить, что в современных условиях рынка снабжение материально-техническими ресурсами осуществляется разнообразными формами

и методами: через товарно-сырьевые биржи, аукционы, конкурсы; посредством оптовых закупок; с использованием возможности закупки малыми партиями; закупки в соответствии с потребностью; по заказам; за счет собственного производства; по прямым договорам и т. п. Все они имеют свои особенности, преимущества и недостатки, которые обязательно необходимо учитывать.

Конкретную форму поставки материальных ресурсов предприятие выбирает, исходя из масштабов потребления ресурсов, количества продукции, качества и цены. На промышленных предприятиях наибольшее распространение получили следующие методы поставки, представленные в таблице 1.

Таблица 1 – Методы и формы поставки материальных ресурсов

Название и характеристика метода	Достоинства и недостатки метода
Закупка материальных ресурсов одной партией – предполагает закупку ресурсов крупной партией единовременно (оптовые закупки на товарно-сырьевых биржах, конкурсах, аукционах, у поставщиков)	Достоинства: простота оформления документов, гарантия поставки всей партии, повышенные торговые скидки. Недостатки: большая потребность в складах, замедление оборачиваемости капитала.
Регулярные закупки небольшими партиями – в этом случае покупатель заказывает нужное количество товаров, поставляемых ему партиями в течение определенного периода	Достоинства: ускоряется оборачиваемость капитала, поскольку за товары рассчитываются по мере их поступления; обеспечивается экономия складских помещений и затрат на сохранение излишних запасов. Недостатки: вероятность потребности в большем количестве ресурсов; нужно оплачивать всю заказанную партию по заказу.
Ежедневные (ежемесячные) закупки по котировочным сведениям – используют для закупок дешевых ресурсов, которые быстро используются.	Достоинства: ускорение оборачиваемости капитала; сокращение затрат на хранение; своевременные поставки. Получение ресурсов в соответствии с потребностью. Недостатки: количество товара точно не устанавливается, а определяется примерно; поставщики перед каждым исполнением заказа вынуждены связываться с покупателями.
Поставка ресурсов по графику потребителя	Достоинства: позволяет сократить уровень производственных запасов на базе сближения моментов и партий получения ресурсов с моментами и партиями пуска в производство. Недостатки: высокая зависимость от поставщика.
Через фирменные магазины	Достоинства: отсутствие обязательности закупок определенного количества ресурсов; ускорение оборота капитала; минимум работы с оформлением документов. Недостатки: нужных материалов может не быть в наличии; количество материалов может быть недостаточным.

Метод поставки ресурсов по графику потребителя получил большое распространение в европейских странах. Его высшей модификацией является система, которая называется «точно в срок». Потребителю гарантируется такой

режим поставки, который не требует создания запасов или сводит их к минимуму. При системе «точно в срок» снабжение и потребление синхронизированы и при сохранении массового производства между поставщиком и потребителем образуется практически непрерывный, точно функционирующий материальный поток. Эта система экономически целесообразна, поскольку потребитель имеет возможность сократить свои затраты на формирование и хранение производственных запасов.

Система «точно в срок» наиболее выгодна при узкой специализации производства на предприятиях черной металлургии, химической промышленности, электроэнергетики, автомобильной промышленности и сельскохозяйственного машиностроения. Особой формой снабжения, приобретающей все большее распространение в европейских странах, является лизинговая система. Суть ее состоит в том, что поставщики машин и оборудования на условиях аренды передают их потребителю на определенное время, с постепенным их выкупом. На зарубежных предприятиях получили распространение и другие методы, обеспечивающие надежность и экономичность поставок. Общее у них то, что поставщик берет на себя обязательство в случае нарушения поставки своей продукции обеспечить выполнение заказов за счет других источников и компенсировать покупателю все возникающие при этом дополнительные расходы.

Выводы. Таким образом, обеспечение процесса производства материальными ресурсами может осуществляться различными способами и методами. Управленческие решения, связанные с приобретением или реализацией товаров производственно-технического назначения, должны приниматься с учетом их возможных экономических последствий. Актуальным для изучения является опыт зарубежных предприятий, обеспечивающий надежность и экономичность поставок материально-технических ресурсов для нужд производства. В современных экономических условиях трансформируются и функции отдела материально-технического снабжения, которые вынуждены брать на себя аналитические, финансовые, правовые функции, а также риски вследствие изменения конъюнктуры рынка.

Литература

1. Ильин, А. И. Планирование на предприятии: ученик / А. И. Ильин. – Новое издание, 2002. – 365 с. – Текст: непосредственный.
2. Пестунов, М. А. Экономическая роль товарных запасов в логистической системе российских предприятий / М. А. Пестунов, Н. В. Маркова // Молодой ученый. – 2018. – №16. – С. 189--191. – Текст: непосредственный.
3. Гайдай, И. Ю. Экономический анализ материальных ресурсов и вопросы управления ими / И. Ю. Гайдай, Р. Ф. Гайдай, Д. А. Майданников, А. А. Мурарова // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы VII Международной научно-практической конференции, г. Горловка, 25 марта 2022 г. / отв. ред. Е. П. Мельникова, Е. Ю. Руднева, О. Л. Дариенко / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». – Горловка: ГОУВПО ДОННТУ, 2022. – 489 с. – С. 336–343. –

Текст: непосредственный.

4. Организация, планирование и управление деятельностью промышленных предприятий / Под ред. С. Э. Каменицера, Ф. Ф. Русинова – М. : «Высшая школа», 2004. – 320 с. – Текст: непосредственный.

5. Горемыкин, В. А. Планирование на предприятии / В. А. Горемыкин, В. Р. Бугулов, А. Ю. Богомолов. – 2-е изд., доп. – М. : Филинь, 2018. – 273 с. – Текст: непосредственный.

6. Ярошенко, Я. В. Теоретические аспекты применения управленческих инструментов как способа повышения эффективности деятельности предприятия / Я. В. Ярошенко, Е. П. Мельникова, Т. Н. Прокопец // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы VI Международной научно-практической конференции, г. Горловка, 19 марта 2021 г.: В 2-х ч. Ч. 1 / отв. ред. Е. П. Мельникова, Е. Ю. Руднева, / О. Л. Дариенко / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». – Горловка: АДИ ДОННТУ, 2021. – 271 с. – С. 64 – 69. – Текст: непосредственный.

7. Сазонова, А. К. Управление запасами предприятия и их оптимизация / А. К. Сазонова, Л. Н. Матвийчук // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2019. – Т. 8. – № 5. С. 124-127. – Текст: непосредственный.

УДК 656.078

ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ ГОРОДСКОГО ПАССАЖИРСКОГО МАРШРУТНОГО ТРАНСПОРТА

Буряк Евгений Владимирович, Селезнева Надежда Алексеевна

Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** Величина спроса на услуги городского маршрутного пассажирского транспорта является основой для определения провозных возможностей транспортной системы. Существующие подходы к определению спроса на пассажирские перевозки в большинстве случаев опираются на данные натурных исследований. В статье предложен подход к определению спроса на городские маршрутные пассажирские перевозки с использованием новой функции тяготения, основанной на нечетной логике. Использование предложенного подхода даст возможность не только уменьшить трудозатраты, но и прогнозировать изменение спроса на перевозки при изменении факторов как внешней, так и внутренней среды.*

***Ключевые слова:** спрос, автобус, маршрут, городские перевозки, пассажирский транспорт, транспортная система, транспортные услуги.*

FORMATION OF DEMAND FOR URBAN PASSENGER ROUTE TRANSPORT SERVICES

Buryak Evgeny, Selezneva Nadezhda

Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** The amount of demand for urban route passenger transport services is the basis for determining the transportation capacity of the transport system. The existing approaches to determining the demand for passenger transportation in most cases are based on data from field studies. The article proposes an approach to determining the demand for urban route passenger transportation using a new gravity function based on odd logic. The use of the proposed approach will make it possible not only to reduce labor costs, but also to predict the change in demand for transportation when both external and internal factors change.*

***Keywords:** demand, bus, route, urban transportation, passenger transport, transport system, transport services.*

Постановка проблемы. Информация о величине спроса населения на услуги городского пассажирского маршрутного транспорта (ГПМТ) является основной, исходной информацией для определения необходимой провозной возможности транспортной системы. Правильность ее определения определяет точность всего транспортного расчета, включающего проектирование транспортной сети, обоснование маршрутной системы, выбор видов транспорта и т. д. Знание величины спроса населения на услуги ГПМТ необходимо при проектировании транспортной сети, при организации перевозок пассажиров. Незнание потенциальных объемов перевозок приводит к их нерациональному распределению между видами транспорта, маршрутами движения, неверному определению необходимого подвижного состава, ухудшению качества обслуживания, усилению дискомфорта поездок, к повышению «транспортной усталости» и др.

Анализ исследований и публикаций. В области разработки методов определения спроса на услуги ГПМТ значительный вклад принадлежит Вельможину А. В., Володченко С. В., Гудкову В. А., Ефремову И. С., Лопатину А. П., Макарову И. П., Мальгину А. Н., Миротину Л. Б., Овечникову Е. В., Фишельсону М. С., Шелейховскому Г. В., Шмульяну Б. Л., Юдину В. А., Ямпольскому В. З. и др.; и ряду зарубежных ученых, таких как Вильсон А., Мартин Б., Мерлен П., Томлин Дж. и др. [1-8].

Информация о величине спроса населения на услуги ГПМТ и потоках в транспортной сети, главным образом, получается из наблюдений [1-8]. Однако, все более значимыми в практике планирования и управления ГПМТ становятся расчетные методы [1-8], в основе которых лежат гипотезы о закономерностях формирования и реализации пассажирских корреспонденции.

Цель исследования – развитие подхода к формированию спроса на услуги

городского маршрутного пассажирского транспорта.

Основные результаты исследования. Основным требованием рациональной организации пассажирских перевозок является полное и качественное удовлетворение потребностей населения в перевозках при эффективном использовании подвижного состава. Этого нельзя добиться, не зная и не изучив достаточно подробно эти потребности. Однако, несмотря на очевидность данного положения, до настоящего времени этому вопросу не уделялось должного внимания. Требования пассажиров до сих пор оставались малоизученными и, следовательно, зачастую неудовлетворенными.

Новые экономические условия, формирование рынка пассажирских услуг, появление и усиление конкуренции между государственными (муниципальными) и коммерческими организациями, способствовали появлению и закреплению в практике организации и планирования работы такого понятия как «услуга транспорта». Согласно существующим понятиям к услугам относят все виды труда, непосредственно не связанные с изменением и преобразованием форм материи и явлений природы и производящие особую потребительную стоимость, которая выражается в общественно полезной деятельности самого труда в различных отраслях общественного хозяйства [1-6].

Особенности деятельности по предоставлению услуг сводятся к следующим положениям:

- услуги не могут существовать вне процесса их предоставления (т. е. они не могут накапливаться);
- продажа услуг – это фактически продажа самого процесса труда, поэтому качество услуг определяется качеством самого процесса труда;
- услуги представляют собой конкретную потребительскую стоимость только в определенное время и в конкретном месте или направлении, что существенно ограничивает возможность их замены на рынке услуг;
- услуги транспорта относятся к услугам, завершающим и (или) предваряющим процесс материального производства.

Транспортные услуги, как и все прочие, основываются на семи основных положениях и правилах, а именно:

- каждая оказываемая услуга уникальна для получателя;
- в конечном итоге от оказанной услуги не остается ничего, кроме восприятия ее результата;
- услуга (или ее часть) не может быть рециклирована;
- услуги нельзя набирать про запас;
- оказанную услугу нельзя отремонтировать;
- оказанная услуга не может быть выполнена вновь;
- память о хорошей услуге мимолетна, плохая же услуга помнится долго.

Спрос на пассажирские услуги во многом зависит от развития имеющихся видов ГПМТ в регионе, степени их интеграции в единую систему, уровня тарифов по видам транспорта, ассортимента и качества услуг, представляемых возможным клиентам. Удельный вес транспортных услуг с развитием рыночной экономики и ее инфраструктуры, как правило, возрастает, что характерно практически для всех стран.

Просматриваются две тенденции в области организации пассажирских услуг:

1) увеличение и приспособление предлагаемых услуг к специфическим требованиям пассажиров;

2) активное формирование спроса на услуги транспорта с целью прибыльной реализации уже имеющихся услуг.

Различные группы пассажиров должны обслуживаться в соответствии с их конкретными потребностями. Пассажиры сами делают выбор соответствующих услуг, их количества и характера реализации.

Они определяют свои приоритеты, которые во многом зависят от качества предоставляемых услуг.

Закономерности формирования спроса населения на услуги ГПМТ обуславливаются рядом взаимозависимых факторов: количеством населения города и размером его территории; уровнем развития общества и его социальной структурой; уровнем развития общественного производства; сложившимся традиционным укладом жизни; характером расселения и размещения мест приложения труда; развитием техники, информации и связи; бюджетом свободного времени; уровнем реальных доходов населения; культурно-бытовыми и общественными запросами отдельных категорий людей; расширением возможностей отдыха и тягой человека к общению. Кроме того, представители разных социально-возрастных групп имеют различную потребность в передвижениях. Это зависит от профессионально-деловой активности, внепроизводственного общения, размера семьи, возраста и т. д. Объем передвижений городского населения зависят и от сезона года, месяца, дня недели и времени суток. В конкретных исторических условиях существуют определенные факторы, влияющие на формирование передвижений населения, приводящие к росту или снижению величины межрайонных корреспонденции. Это, прежде всего, изменение территориальных размеров населенного пункта, совершенствование конструкций транспортных средств, изменение стоимости проезда, рост автомобилизации населения, изменение социально-экономической ситуации в регионе.

Принято считать, что закономерности формирования спроса населения на услуги ГПМТ определяются его пространственной самоорганизацией [1-6], т. е. приспособлением к изменениям в транспортном обслуживании или размещению центров транспортного тяготения с учетом норм затрат времени на передвижения.

Спрос на услуги ГПМТ можно представить в виде многофакторной функции:

$$\Phi = f(A, B, L, \text{Л}, t, \eta, N_{mp}, M, C_{мин}, Ц, z, K_{\partial}, V_{\partial}), \quad (1)$$

где A – селитебная емкость районов отправления, чел.;

B – емкость районов прибытия, чел.;

L – дальность поездки, км;

Л – наличие личного автомобиля;

t – время сообщения между районами, мин.;

η – интенсивность движения ГПМТ, ед./ч;

N_{mp} – наличие различных видов ГПМТ;

M – количество маршрутов пассажирского транспорта, проходящих между транспортными районами города (плотность маршрутной сети);

$C_{мин}$ – стоимость минуты времени, руб.;

C – стоимость одной пассажирской услуги на городском транспорте, руб.;

z – затраты на эксплуатацию легкового автомобиля, руб.;

K_d – среднее количество поездок в день (подвижность населения);

V_s – эксплуатационная скорость сообщения, км/ч.

В общем, модели определения спроса на услуги ГПМТ предназначены, чтобы ответить на вопрос, как же система перевозок откликается на потребность в перемещении. Спрос определяет потребность в провозных способностях. Соответственно, модели спроса предназначены для того, чтобы ответить на вопрос, как пассажиры откликаются на изменение различных показателей транспортного процесса.

Далее проведено исследование наиболее часто употребляемых функций (экспоненциальной, гиперболической, модели закона Вебера-Фехнера), выражающих закономерности формирования спроса на услуги. Анализ полученных зависимостей позволяет сделать следующие выводы. Экспоненциальная зависимость выдает резко убывающие значения функции тяготения при изменении времени сообщения от 5 до 10 мин. Согласно этой зависимости, пассажиропотоки будут вовсе отсутствовать при удалении района отправления от центра тяготения на расстояние более чем 10 мин. езды на ГПМТ. Однако натурные обследования показывают, что это не так.

Гиперболическая функция также резко убывает при изменении времени сообщения от 5 до 15 мин. Натурные обследования позволяют утверждать, что время сообщения, равное 20-30 мин. соответствует наибольшему пассажиропотоку.

Используя модель закона Вебера-Фехнера, получаем экстремум функции тяготения, приходящийся на время сообщения 30 мин. Эта модель более точно отражает реальный процесс передвижения населения. Однако вызывает сомнения наличие «порогового времени», при достижении которого значение функции обращается в нуль.

Величина спроса на пассажирские городские перевозки является основной исходной информацией, используемой при проведении расчётов по выбору оптимальной схемы автобусных маршрутов и других транспортных расчетов. В связи с этим следует стремиться к максимальной адекватности модели определения спроса с реальной ситуацией. Новизна предлагаемого подхода состоит в том, что в нем используется вместо функции тяготения функция принадлежности района отправления к району прибытия, эквивалентная ей по смыслу, но различная по содержанию.

Для определения спроса на городские пассажирские перевозки применено гравитационное моделирование с элементами теории нечетких множеств [1-6]. Применение гравитационной модели осуществлялось с использованием четырех положений:

1. Все корреспонденции городского населения делятся на внутрирайонные и

межрайонные.

2. Внутрирайонные корреспонденции замыкаются внутри транспортных районов (не имеют значимости для целей исследования), а межрайонные осуществляются между заданными районами.

3. Наиболее детерминированными передвижениями городского населения являются передвижения трудящихся жителей к местам приложения труда и передвижения учащихся жителей к местам учебы в часы пик.

4. Определение спроса на услуги ГПМТ в утренние часы пик. Выбор утренних часов пик обусловлен тем, что непосредственно с работы или учебы домой возвращаются не все пассажиры, так как часть из них, около 10 % направляется с работы или учебы в магазины, библиотеки, театры и другие пункты, уменьшая тем самым относительное количество обратных поездок [1-6].

Модифицированная вероятностная гравитационная модель записывается в виде:

$$H_{ij} = W_i U_j A_i B_j \mu_x(t_{ij}),$$
$$\left(\begin{array}{l} W_i = \left[\sum_{j=1}^J U_j B_j \mu_x(t_{ij}) \right]^{-1} \\ U_j = \left[\sum_{i=1}^I W_i A_i \mu_x(t_{ij}) \right]^{-1} \end{array} \right), \quad (2)$$

где H_{ij} – величина спроса на услуги ГПМТ между транспортными районами i и j , пасс-мест;

A_i – селитебная емкость i -го района отправления, чел.;

B_j – емкость j -го района прибытия, чел.;

μ_x – функция принадлежности i -го района отправления к j -му району прибытия;

t_{ij} – средневзвешенное время сообщения между районами i и j , мин.;

X – множество районов отправления, тяготеющих к районам прибытия;

I – количество районов отправления;

J – количество районов прибытия;

W_i и U_j – балансировочные множители, решаемые итерационным методом.

Функция принадлежности $\mu_x(t_{ij})$ районов отправления и прибытия для города зависит от средневзвешенного времени сообщения t_{ij} между ними. Величина t_{ij} является нечеткой величиной в связи с тем, что между районами существует несколько связей (маршрутов) с различными значениями времени сообщения. Тогда i -й район отправления, тяготеющий к j -му району прибытия, принадлежит множеству X с некоторой степенью при условии, что время сообщения t_{ij} между районами находится в пределах

$$t_{\min} < t_{ij} < t_{\max}, \quad (3)$$

где t_{\min} и t_{\max} – нижняя и верхняя граница нечеткого множества X

соответственно.

Нижняя и верхняя границы t_{\min} и t_{\max} являются тоже нечеткими, так как для каждой пары районов пределы изменения характеристики t_{ij} различны. Можно принять, что t_{\min} и t_{\max} являются случайными величинами. Таким образом, для определения величин t_{\min} и t_{\max} необходимо собрать и обработать статистические данные по времени сообщения между всеми районами.

Выводы. Разработанные подходы к определению спроса на услуги ГПМТ с использованием новой функции тяготения, основанной на нечеткой логике, позволяют с незначительными трудозатратами на сбор исходных данных и проведение вычислительных работ:

- установить величину спроса на услуги ГПМТ и на его основе определить необходимое количество подвижного состава на маршрутах движения;
- проводить анализ влияния факторов (интервал движения, время и скорость сообщения) на закономерности формирования пассажиропотоков; учитывать изменение этих факторов при вариации планировочной структуры, реорганизации транспортной и маршрутной сетей города;
- прогнозировать изменение спроса на услуги ГПМТ при изменении различных факторов, влияющих на функцию принадлежности районов отправления к районам прибытия пассажиров.

Литература

1. Зырянов, В. В. Повышение эффективности управления городским пассажирским транспортом Ростова-на-Дону / В. В. Зырянов, Е. Ю. Семчугова, А. А. Литвина // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2013. – №2с(71). – С. 345-351. – Текст : непосредственный.
2. Корягин, М. Е. Равновесные модели системы городского пассажирского транспорта в условиях конфликта интересов / М. Е. Корягин. Новосибирск : Наука, 2011. – 140 с. – Текст : непосредственный.
3. Курганов, В. М., Грязнов, М. В. Обеспечение надежности в системе управления перевозками и производством на автомобильном транспорте: монография / В. М. Курганов, М. В. Грязнов – Магнитогорск : Магнитогорский дом печати, 2012. – 128 с. – Текст : непосредственный.
4. Ларин, О. Н. Методологические основы организации и функционирования транспортной системы региона: монография / О. Н. Ларин. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2007. – 207 с. – Текст : непосредственный.
5. Логистика: общественный пассажирский транспорт / под ред. Л. Б. Миротина. – М. : Экзамен, 2003. – 224 с. – Текст : непосредственный.
6. Основы логистики: учебное пособие / под ред. Л. Б. Миротина и В. И. Сергеева. – М. : ИНФРА – М, 2000. – 200 с. – Текст : непосредственный.
7. Селезнева, Н. А. Структура управления пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах / Н. А. Селезнева, Ю. В. Шеина // Научно-технические аспекты развития автотранспортного комплекса 2020 : Материалы VI международной научно-практической конференции в рамках 6-го Международного научного форума Донецкой Народной Республики «Инновационные перспективы Донбасса : Инфраструктурное и социально-

экономическое развитие». – 2020. – С. 136-141. – Текст : непосредственный.

8. Селезнева, Н. А. Эффективное управление пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах / Н. А. Селезнева, В. А. Тятых // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты : Материалы Пятой международной научно-практической конференции.– 2020. – С. 207–213. – Текст : непосредственный.

УДК 33

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ СПОСОБОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ ДЛЯ АГРОФИРМ ПРИДНЕСТРОВСКОЙ МОЛДАВСКОЙ РЕСПУБЛИКИ. ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Кеммель Любовь Владимировна

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»,
г. Тирасполь, Приднестровская Молдавская Республика

Аннотация. В научной статье рассмотрены особенности агробизнеса в Приднестровской Молдавской Республике, определены методы привлечения клиентов для предприятий аграрно-промышленного комплекса. Выделены современные способы удержания клиентов для сельскохозяйственных предприятий. Рассмотрены преимущества перехода предпринимателей к онлайн ведению бизнеса. Разработано практическое предложение для предпринимателей отрасли сельского хозяйства Приднестровской Молдавской Республики.

Ключевые слова: предприниматель, сельское хозяйство, продвижение, клиент, продукция.

THE USE OF MODERN METHODS OF ATTRACTING CUSTOMERS FOR AGRICULTURAL FIRMS OF THE PRIDNESTROVIAN MOLDAVIAN REPUBLIC. ADVANTAGES OF ONLINE PROMOTION OF AGRICULTURAL PRODUCTS

Kemmel Lyubov

State Educational Institution
«T.G. Shevchenko Pridnestrovian State University»,
Tiraspol, Pridnestrovian Moldavian Republic

Annotation. The scientific article examines the features of agribusiness in the Pridnestrovian Moldavian Republic, defines methods of attracting customers for enterprises of the agricultural and industrial complex. Modern ways of retaining customers for agricultural enterprises are highlighted. The advantages of the transition of entrepreneurs to online business are considered. A practical proposal has been developed for entrepreneurs of the agricultural sector of the Pridnestrovian Moldavian Republic.

Keywords: *entrepreneur, agriculture, promotion, client, products.*

Постановка проблемы. Агробизнес имеет определенные отличия от других сфер ведения предпринимательской деятельности во всех странах мира, в особенности, данные отличия заметны в Приднестровской Молдавской Республике, за счет заинтересованности государственных органов власти в развитии аграрно-промышленного сектора республики, функционированием различных Программ поддержки предпринимателей агробизнеса, большого вклада аграрно-промышленного сектора в продовольственную безопасность страны, благоприятных природных условиях, высокоплодородных землях и других отличительных факторов развития сельского хозяйства республики.

Цель исследования – исследование особенностей и обоснование необходимости использования современных способов привлечения клиентов для агрофирм Приднестровской Молдавской Республики. Выявление преимуществ онлайн продвижения продукции сельского хозяйства.

Основные результаты исследования. К основным особенностям сельскохозяйственного бизнеса можно отнести следующие:

а) сезонность спроса (на удобрения, посадочные материалы, другую сельскохозяйственную продукцию);

б) репутация для предпринимателей агробизнеса является важным элементом маркетинговой стратегии (использование различных инструментов маркетинга в сельском хозяйстве позволяет привлечь новых клиентов и удержать постоянных);

в) развитие сотрудничества с различными сегментами рынка (государственными органами, другими предпринимателями, отдельными потребителями). Различают следующие виды взаимодействия:

B2B («business to business» – «бизнес для бизнеса») – клиентами будут являться другие фирмы и предприниматели;

B2C («business to consumer» – «бизнес для конечного потребителя») – клиенты будут использовать товары для личного потребления.

B2G («business to government» – «бизнес для государства») – клиентами будут являться государственными органы и учреждения [1];

г) высокая популярность экологически чистой продукции (в Приднестровской Молдавской Республике фермерская продукция может получить еще большее признание и популярность как эко-продукция при использовании экологических органических удобрений для растениеводства, полученных от животноводства (крупного рогатого скота)).

Выделяют две группы методики привлечения клиентов:

– активные методы (продвижение производимой продукции сотрудниками предприятия, предложение товаров в телефонном режиме, организация направления информации о предприятии и производимой продукции по средствам электронной почты и другое);

– пассивные методы (наружная реклама, использование сети Интернет для распространения информации о производимой продукции и услугах, продвижение предприятия и продукции в различных поисковых сервисах сети

Интернет);

– комбинированные методы (использование в совокупности рекламирования продукции сотрудниками фирмы и активного продвижения информации о предприятии и товаре с использованием современных средств маркетинга).

Основными и наиболее эффективными методами в привлечении клиентов для предпринимателей агросектора Приднестровской Молдавской Республики могут стать:

1) проведение различных акций. Популярность среди населения набирают различные розыгрыши, лотереи (в особенности, проводимые в социальных сетях), скидки (на сезонную продукцию), промо-акции с апробацией и представлением продукции (потребители могут опробовать предлагаемую сельскохозяйственную продукцию, чтобы выбрать подходящие вкус, цвет, внешний вид и другие характеристики);

2) использование контент-маркетинга. Создание официальной страницы в социальных сетях для предпринимателя агробизнеса республики и активное ее ведение является экономным и действенным способом привлечения новых клиентов и поддержания обратной связи с постоянными клиентами (может использоваться как для продвижения производимой продукции внутри страны, так и на зарубежные рынки);

3) проведение презентаций. Совместно с промо-акциями возможна организация мини-выставок с производимой продукцией;

4) повышение экспертности предпринимателей агробизнеса республики. Участие и выступление предпринимателей в различных Приднестровских внутренних и международных конференциях, семинарах, круглых столах, а также ведение собственного блога, посвященного своей предпринимательской деятельности, повысит уровень профессионализма предпринимателя и привлекут внимание и доверие потребителей;

5) участие предпринимателей в различных мероприятиях республики, района и административно-территориальной единицы. Принятие участия в организуемых концертах, ярмарках, которые приурочены к международному, республиканскому или местному празднику позволит привлечь дополнительных клиентов.

С целью недопущения потери клиентов необходимо регулярно осуществлять обратную связь с потребителями через социальные сети, посредством телефонных звонков постоянным клиентам, важно проводить опросы и получать реальные отзывы о предприятии и производимой продукции, анализировать текущую ситуацию на внутреннем и внешнем рынках и предложения конкурентов, разрабатывать прогнозы и планы на краткосрочную, среднесрочную и долгосрочную перспективы.

Кроме того, что перед предпринимателями стоит задача привлечения новых клиентов, необходимо также учитывать необходимость удержания существующих, в особенности, постоянных клиентов.

Можно выделить современные способы удержания клиентов.

1. Инновационная стратегия – геймификация. Основная задача данной

стратегии состоит в вовлечении клиентов в определенную игру и предоставление регулярных вознаграждений за выполнение заданий, прохождении уровней. Высоко актуальна в настоящее время роста компьютеризации среди молодежи, использование геймификации как способа привлечения и удержания клиентов позволит привлечь внимание молодого поколения к продукции сельского хозяйства.

Среди заданий можно предложить следующие: подписка на страницу предприятия в социальных сетях, покупка товара определенной группы, опережение других клиентов в покупке товара и другое, за выполнение каждого из заданий будут предоставляться накопительные бонусы и реальные вознаграждения. Рост публичного рейтинга, азарт и соперничество позволит привлечь новых клиентов и повысит интерес к продукции у постоянных клиентов.

2. Персонализация клиентов – важный элемент взаимодействия производителей сельскохозяйственной продукции и потребителей. Предложения товаров должны быть основаны на предыдущих запросах покупателей, на личных запросах и вкусах. Кроме того, возможность создания личного списка пожеланий клиента и виш-листов способствует удержанию клиентов и выступает в качестве рекламы.

3. Программа лояльности и клуб клиентов – система накопительного эффекта, основанная на различных материальных и нематериальных вознаграждениях (бонусные и скидочные карты, индивидуальный подход к клиентам). Целью данного способа является построение долгосрочных отношений с клиентами и рекламирование продукции.

С помощью создания клуба постоянных клиентов появится возможность получить личные отклики и отзывы о продукции и предлагаемых товарах, выявить необходимость в выпуске новинок.

4. Контент-маркетинг – способы и приемы, необходимые для подготовки важной и полезной информации о предпринимателе и производимой им продукции. Получая необходимую и полную информацию о товарах, формируется доверительное отношение клиентов к продукции и фирмы, повышается узнаваемость, ускоряется время на принятие решения о покупке, в особенности, при первом взаимодействии покупателя с продавцом. При этом, в общении с клиентами необходимо не стать навязчивым.

5. Предоставление эксклюзивного и уникального продукта (изменение функций или подачи массового продукта) позволит выделить предпринимателя на фоне других, что даст преимущества по сравнению с конкурентами. Это может быть индивидуальная упаковка, дизайн, дополнительные услуги, брендированные подарки с символикой фирмы (ручки, календари, ежедневники и другое).

6. Проведение конкурсов и акций – покупка товаров в игровой форме позволит привлечь внимание клиентов, формирование сертификатов, викторин, розыгрышей заинтересует покупателей и будет пользоваться популярностью [2].

Переход от офлайн-бизнеса к его онлайн-продвижению состоит из нескольких этапов.

1. Определение целевой аудитории:

а) география поставок (внутри села, района, национальная и/или зарубежная);

б) социально-демографический портрет покупателя (пол, возраст, доход);

в) психологический портрет покупателя (поведенческие характеристики: частота покупок, факторы качества и цены продукции).

2. Выбор методов продвижения продукции:

а) SMM (продвижение в социальных сетях и других интернет-площадках) – необходима разработка контента, привлечение подписчиков;

б) лендинг (одностраничный сайт для продажи товаров с конкретно сформированным предложением, ссылкой для покупки товара);

в) email-рассылка (привлечение внимания с помощью взаимодействия с целевой аудиторией);

г) контекстная реклама (вывод сайта фирмы на первые места в поисковых запросах без использования SEO-продвижения, сервисы по настройке контекстной рекламы в крупнейших поисковых системах: «Google Реклама», «Яндекс. Директ»);

д) SEO-оптимизация (продвижение сайта фирмы в поисковых системах, получение результатов через 3–6 месяцев).

3. Прослеживание промежуточных результатов.

После запуска выбранного метода продвижения необходимо оперативно проводить контроль за достигнутыми результатами и сохранять курс или менять направление дальнейшего продвижения.

Преимущества онлайн-продвижения продукции сельского хозяйства.

1. Постоянный рост количества пользователей Интернет-ресурсами.

2. Большой вклад клиентов в создание бренда продукции и предпринимателя агробизнеса, своевременное и оперативное проведение опросов, онлайн-интервью с клиентами.

3. Распространение информации о продукции происходит быстрее, позволяет охватить большее количество потребителей (на внутреннем и внешнем рынках).

4. Покупка без привязки к определенному месту позволит сделать заказ из любой страны.

5. Маркетинг становится более гибким и появляется возможность корректировки рекламной стратегии под желания клиентов.

В Приднестровской Молдавской Республике помощь в организации онлайн-продажи продукции осуществляет НП «Торгово-промышленная палата Приднестровья» «Покупай Приднестровское-онлайн» [3].

Современным способом привлечения клиентов в сельскохозяйственном бизнесе может стать организация сельскохозяйственного туристического маршрута «шоп-тур» за натуральными продуктами [4].

Данное предложение даст дополнительную возможность оценить вкус и приобрести деревенские продукты, а сельским предпринимателям – расширить сбыт продукции. «Шоп-тур» за фермерскими деликатесами может стать ещё одной формой поддержки сельского малого бизнеса, при этом, туристы могут

не только увидеть, где произрастает продукт, но и самостоятельно его собрать для себя.

Попробовать, погладить, ощутить в полной мере, получить полное представление о том, что, как и где выращивают в сельских районах республики, богатыми национальными традициями, в том числе, в содержании личных подсобных хозяйств и торговле, строительстве и обустройстве индивидуальных домов.

Программу необходимо составить так, чтобы можно было увидеть и купить самые нужные продукты, не забывая о пользе – это могут быть продукты пчеловодства, рыбоводства, птицеводства, молочной и мясной продукции и другие.

Совместно с «шоп-туром» возможна организация и мини фото-тура для клиентов, живописные поля и земли, фруктовые сады и цветочные теплицы и другое.

Также, необходимо рассмотреть возможность разработки портативной цифровой мини-платформы обслуживания туристических программ для села (сельский туризм с учетом «шоп-туров»), которая будет предоставлять доступ маршрутам для отдыха и покупок, а также путеводителей по селам и сельским гостевым домам.

Выводы. С учетом особенностей осуществления агробизнеса в Приднестровской Молдавской Республике определены методы привлечения клиентов для предприятий аграрно-промышленного комплекса. Выделены современные способы удержания клиентов для сельскохозяйственных предприятий, а также рассмотрены преимущества перехода предпринимателей к ведению бизнеса онлайн.

Литература

1. Википедия. – URL: <https://ru.wikipedia.org/>.
2. Центр поддержки и развития предпринимательства, г. Москва [Электронный ресурс]. – URL: <https://blog.likecentre.ru/>.
3. Официальный сайт НП «Торгово-промышленная палата Приднестровской Молдавской Республики». – URL: <https://tiraspol.ru/>
4. Материалы круглого стола «Меры поддержки отраслей сельского хозяйства в различных странах мира и адаптация этих мер в Приднестровской Молдавской Республике» // Журнал «Экономика Приднестровья». – 2021. – № 11–12. – С. 51–75. – Текст : непосредственный.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ПРИМЕНЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

Иванова Елена Анатольевна, Лукьянова Яна Ярославовна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

***Аннотация.** Повышение эффективности деятельности промышленных предприятий возможно за счет совершенствования производственных процессов. Особую актуальность в последние годы приобретает инструменты бережливого производства. В работе рассмотрен подход к адаптации инструментов «Бережливое производство» на примере российских и зарубежных компаний, приведены примеры с описанием результатов. Исследованы факторы, сдерживающие внедрение модели в практику управления отечественных предприятий*

***Ключевые слова:** бережливое производство, производительность труда, производственный процесс, производственная система.*

FEATURES OF DEVELOPMENT AND APPLICATION OF LEAN PRODUCTION TOOLS

Ivanova Elena, Lukieianova Iana

Federal state budget higher education institution

«Don State Technical University»,

Rostov-on-Don, Russian Federation

***Abstract.** Increasing the efficiency of industrial enterprises is possible due to the improvement of production processes. Lean manufacturing tools have become particularly relevant in recent years. The paper considers an approach to the adaptation of Lean Manufacturing tools on the example of Russian and foreign companies, provides examples describing the results. The factors constraining the introduction of the model into the management practice of domestic enterprises are investigated.*

***Keywords:** lean manufacturing, labor productivity, production process, production system*

Постановка проблемы. В настоящее время на российском рынке наблюдается значительное усиление конкуренции среди промышленных предприятий, эта ситуация естественным образом вынуждает российские предприятия ежедневно искать способы повышения собственной эффективности и конкурентоспособности.

Применение инструментов бережливого производства на сегодняшний день является наиболее актуальным направлением для повышения эффективности собственной деятельности компаний. Данный подход позволяет компаниям повысить их эффективность бизнеса и конкурентоспособность, за счет

применения различных методик по всем основным функциям деятельности, этот подход позволит значительно сократить время производства заказа, снизить себестоимость продукции, и обеспечить необходимое качество продукта или услуги. Использование методик бережливого производства формирует особую культуру производства, которая позволяет обеспечить выполнение деятельности организации направленной на добавление ценности для клиента и исключения всех потерь производственного процесса.

Анализ исследований и публикаций. Развитие культуры бережливого производства как подхода к управлению организациями датируется 20-ми годами 20-го века, когда Урвик Л., Тейлор Ф. и Генри Форд определили фундамент классической школы менеджмента. В дальнейшем она развивалась в трудах японских исследователей: Таити Оно, Маасаки Имаи, Сиэго Синго, а также известных ученых, таких как – Эдвард Деминг, Джон Вумек. Большинство направлений бережливого производства изучались и нашими соотечественниками, среди которых О. Туровец, Д. Шехватов. Ю.

В России применение инструментов бережливого производства описывались в трудах Альтшулера И. Г, и Лапидуса В. А. Основы и классификация действий для внедрения инструментов бережливого производства, а также философию Кайдзен описана в работах Джона Вумека и Эдварда Деминга. Специфику основ бережливого производства и его особенностям посвящены труды Сиэго Синго и Таити Оно.

Цель исследования – анализ практики применения инструментов бережливого производства для повышения эффективности производственных процессов на предприятии.

Основные результаты исследования. Сегодня у правительства нашей страны также растет интерес к бережливому производству. Это связано с тем, что президент поставил перед Россией задачи по повышению конкурентоспособности национальной экономики. Так, в 2018 году указом президента Российской Федерации был утвержден национальный проект «Производительность труда», основной задачей которого является обеспечение роста производительности труда крупных и средних предприятий базовых отраслей (обрабатывающее производство, торговля, строительство, сельское хозяйство, транспорт). Подготовка универсального набора методик для внедрения и эксплуатации бережливого производства позволяет промышленным предприятиям добиваться роста производительности труда, а специфика таких методик позволяет легко использовать их предприятиями любых отраслей. Широкое применение подходов бережливого производства, а также повышение производительности предприятий базовых отраслей выводят национальную экономику страны на принципиально новый уровень.

Сегодня бережливое производство является одним из самых востребованных средств повышения производительности труда. В Соединенных Штатах Америки более 66 % предприятий успешно используют эти методы. По словам руководителя компании «Оргпром», одним из факторов такого использования бережливых технологий за рубежом является поддержка со стороны государства. Именно руководство страны должно оказать влияние и способствовать внедрению системы бережливого производства. Сегодня

применение принципов и подходов к внедрению бережливого производства для улучшения муниципального и государственного управления представляет большой интерес. Данная система достигла отличных результатов в производстве, в сфере услуг и была переименована в «Бережливое правительство» [1], адаптированное к потребностям государственных задач.

В Великобритании партнерство на базе Министерства промышленности также поддерживает внедрение бережливых методов с участием государственного финансирования. Данная структура раньше занималась разработкой цепочек поставок для автокомпонентов. Сейчас более 90% деятельности этой организации направлено на поддержку бережливых технологий [1,2].

Аналогичные системы существуют в Индии. В Мумбаи есть особый сервис доставки обедов на дому Dabbawala – глобальная уникальная логистическая компания. Dabbawala использует особую собственную систему красочных значков и разметки для пищевых блюд (визуальный менеджмент, который встроен в большинство подходов и методик бережливого производства).

Доставщики строго соблюдают сроки доставки заказов. Согласно статистике, транспортные ошибки происходят в пропорции к каждому шестому миллиону отправок [3].

Большая часть примеров бережливых технологий схожи, как и похожи способы их применения. Основной фокус – это повышение производительности труда, повышение качества продукции и снижение себестоимости [4, 5].

В России чаще всего существует четкое разделение между философской мыслью и инженерной. Анализ показывает, что принципы бережливых технологий российских предприятий легкой промышленности имеют практический характер.

При этом, для всех отраслей подход внедрения бережливого производства одинаков и представляет собой последовательность операций. На первом этапе мы анализируем варианты снижения потерь и увеличения эффективности предприятия, а далее разрабатываем стандарты для соблюдения технологического процесса производства.

Первыми компаниями, которые начали использовать технологии бережливого производства, были такие компании, как Группа ГАЗ, КАМАЗ, Иркутск, Русал, а в дальнейшем и Росатом, Евраз и др.

«ГАЗ» – одним из первых в России, начал внедрение системы бережливого производства. Данная система создавалась при поддержке специалистов из Тойоты и направлена на увеличение производительности труда с фокусом на клиента и сокращению всех типов потерь на производстве, вовлекая всех работников. Развитие системы производства способствовало увеличению производительности в 4 раза.

Трансформация производственной системы стартовала с привлечением японских консультантов и с декабря 2002 года по март 2003 предприятие в условиях сложной рыночной ситуации приступило к реализации улучшений на пилотном потоке.

Изменение требовалось реализовать по основным направлениям производственной системы:

В начале люди – один из самых важных активов. Сотрудники развивают

процессы и вкладывать ресурсы необходимо именно в людей. Дополнительно работник может развивать методы и технологию производства, для достижения целей компании.

Далее необходимо сфокусироваться на заказчике. Ключевым фактором эффективного бизнеса является удовлетворение потребности клиента.

Гемба – все внимание на площадку, где формируется ценность. Гемба – рабочее место с системой взаимосвязей. Важно понять проблему и увидеть ее самостоятельно и только после этого приступить к решению.

Кайдзен – культура непрерывных улучшений. Главное составляющей является постоянное поддержание, только этим можно сделать процесс производства эффективным.

Постоянное совершенствование – признак развивающейся организации, это подтверждает, что проблемы предприятия решаются, а не замалчиваются.

Основные направления производственной системы ГАЗ:

- отсутствие ошибок. Источником прибыли компании является высокое качество, поэтому компания старается предотвратить возникновение брака;

- условия труда без травм и стабильность. Стабильность – это еще и уверенность что никто не может быть уволен по причине обстоятельств, которые находятся вне его контроля;

- немедленная реакция. Быстрая реакция на меняющиеся требования клиентов и быстро менять свою производственную организацию, чтобы наилучшим образом удовлетворить все требования клиентов;

- по первому требованию клиента. У клиентов всегда есть возможность получать заказы по запросу, а поставщики стараются максимально удовлетворить их потребности;

- минимальная стоимость. Чтобы увеличить прибыль компании, она должна сокращать расходы, а не повышать цены. В противном случае вы рискуете потерять клиентов.

Вовлечение всех сотрудников в процесс оптимизации и постоянного совершенствования персонала, вот главная задача изменений. Поставив перед компанией глобальную цель «выйти на мировой уровень» и ряд промежуточных целей, команда реформаторов, вооружившись опытом Toyota и GAZ, заложила фундамент производственной системы КАМАЗа, в которую входят дистрибьюторы, сервисные центры и т. д. в дополнение к самой компании. Был издан приказ об участии отдельных производственных подразделений в развитии предприятия путем разработки персональных проектов. Трансформация производственной системы КАМАЗа стартовала в 2006 году [6]. Основная трудность при внедрении бережливых технологий заключалась в том, что не все сотрудники обладали гибким мышлением для перехода на новые принципы производства. Соответственно, одни показали лучшие результаты, в то время как другие – худшие.

Ключевые результаты за 5 лет:

- увеличение производительности более чем на 30 %;

- снижение уровня дефектов более чем на 45 %;

- экономический эффект в размере 20 миллиардов рублей;

- сокращение занимаемых производственных площадей свыше 300 тыс. м².

Госкорпорация Росатом – начала внедрение новой производственной системы для снижения издержек, повышения конкурентоспособности, изменения правил карьерного роста и что не мало важно повышения заработной платы сотрудников [7].

Производственная система Росатома ориентирована на работников и участие сотрудников в преобразованиях является основным фокусом развития производственной системы.

Методы нематериального вознаграждения включают:

- создание отличных и интересных условий для развития сотрудников, непрерывного обучения;
- рабочие встречи руководства предприятия с сотрудниками о развитии производственной системы, информирование через стенды информации и инфоцентры о результатах компании. Также важно все результаты освещать в СМИ особенно об успехах компании;
- передача части полномочий сотрудникам. Сотрудник чувствует себя важным для организации;
- дать сотрудникам возможность улучшить свою работу.

За данную работу сотрудник может получить благодарственное письмо от руководства или титул за лучшую рабочую группу, лучшее рабочее место, лучшая идея по системе 5S.

Сравнительный анализ реализации концепции проводится по следующим критериям:

- дата применения нового подхода;
- причины использования;
- методы и инструменты;
- проблемы, возникшие в процессе внедрения;
- как началось внедрение;
- основная идея;
- тиражирование опыта;
- достижения.

Как показал анализ, компании начали внедрять концепцию в разное время. Основной причиной этого было увеличение финансового положения компании и повышение конкурентоспособности. Непрерывное развитие и совершенствование предприятия, является основной задачей развития производственной системы.

Трансформация началась с обучения персонала и выбора пилотной площадки. Методы и активы компании используют одни и те же, это связано со схожими направлениями деятельности рассматриваемых предприятий.

Важными факторами недостаточной адаптации этих подходов было отсутствие опыта применения к российскому бизнес-сектору, а также отсутствие информации о внедрении и использовании.

Этот опыт был распространен посредством обучения работников. В будущем все изученные компании планируют продолжать следовать концепции «Бережливого производства». Большинство предприятий достигли результатов в пилотных потоках и тиражировали успешный опыт в других регионах.

Внедрение этой системы в Русала компании началось у него в 2006 году, и

основной задачей было устранение разделения управления на цеха и решение проблемы создания общего ценностного потока. Но в то же время все действия ведут к улучшению условий труда и повышению производительности труда. При этом важно повысить вовлеченность персонала в процесс изменений. В такой среде следует лучше выявлять и решать проблемы. Это не обошлось без негативных последствий: было уволено более 100 рабочих.

Ключевые достигнутые результаты:

- сокращение количества незавершенного производства до 70 %;
- производительность труда увеличилась свыше 30 %;
- время замены оснастки оборудования уменьшено на 45 %;
- используемая площадь сократилась до 39 %;
- рост продаж выше 30 %.

В начале реализации технологий бережливого производства во всех банках компании Сбербанк были созданы отдельные филиалы бережливого производства, направленные на обеспечение безопасного и быстрого локального внедрения производственной системы Сбербанка [8]. Были рассмотрены виды стимулов для участия в конкурсах проектов. Маркировка соответствует классическим шагам устройства 5s: сортировка (удаление ненужных предметов с рабочего места); поддержание порядка (рациональное расположение предметов: легко использовать, легко найти, легко вернуть на место); поддерживать чистоту (содержать предметы в чистоте); стандартизировать (навязывать стандарты работы); улучшать (стиль работы).

На основании анализа выше так же была внедрена и разработана корпоративная система подачи предложений по улучшению. Идея проекта заключается в возможности любого сотрудника банка выставить свою инновацию на «Биржа идей». Нововведения были проанализированы экспертами на предмет экономического эффекта, данные мероприятия улучшат внедрение стандартов работы, и сотрудники получают дополнительный доход.

Ключевые результаты внедрения:

- благодаря разработке стандартов, внедрению механизмов управления рабочей нагрузкой сотрудников была оптимизирована система мотивации и стандартизирована работа бухгалтерии (производительность труда повысилась на 40 %), ИТ-отделов (производительность труда повысилась на 20 %);
- экономический эффект составил 350 млн рублей;
- за счет трансформации розничной сети производительность труда увеличилась на 50 %, улучшилось качество работы, уменьшились очереди;
- введена должность клиентского менеджера, что привело к повышению качества обслуживания клиентов;
- для системы разработана программа обучения, проводится обучение по программам мирового стандарта и за 5 лет более 150 тысяч сотрудников прошли это обучение, работает более ста бережливых лабораторий, краудсорсинг и инновации стали нормой для банковских сотрудников.

ЧКПЗ: в результате внедрения инструментов бережливого производства снизился в 10 раз уровень брака готовой продукции и увеличит объем поставок на 70 %. А рост производительности труда составил не менее 40 %.

Согласно статистике, 35 % российских предприятий не достигли желаемых результатов при внедрении бережливого производства. Они столкнулись с ключевыми внутренними и внешними факторами развития [9].

Одним из таких факторов, сдерживающих развитие, является отсутствие государственной поддержки. Многие компании не внедрили и не распространили производственные системы, так как ждут помощи от государства. Отсутствие информации о практическом применении концепций. Источник сообщает об успешном использовании концепции на предприятиях, но не публикует инструкции по ее внедрению и дальнейшему использованию на предприятиях.

Основным внутренним фактором является нежелание компаний принимать и внедрять инновационные подходы к организации производства. Они неохотно принимают информацию, тормозящую развитие предприятия, тормозящую производственный процесс и тем самым препятствующую переходу на более высокие уровни. Обучение сотрудников считается важным вопросом. С одной стороны, работающий персонал не хочет учиться и совершенствоваться, а с другой стороны, этому процессу не хватает достаточного финансирования. Другой важной проблемой является непонимание всей концепции бережливого производства. Его часто признают набором инструментов, направленных на снижение себестоимости продукции, и глобальным подходом к корпоративному управлению для повышения качества выпускаемой продукции и сокращения ненужных затрат. Разве нет... Это результат отсутствия информационной базы. Некоторые источники могут содержать неточную информацию о концепциях. В результате внешние и внутренние факторы приводят к тому, что руководство компании использует лишь некоторые инструменты, а не вносит глобальные изменения. и методики развития бережливого производства.

Согласно приказу Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 20.06.2017 года № 1907 утверждены «Рекомендации по применению принципов бережливого производства в различных отраслях промышленности». Этот приказ позволяет предприятиям наиболее эффективно внедрять систему сокращения затрат, так как создает единые методики к применению инструментов бережливого производства в разных отраслях и в разных спецификах организаций [10].

Примеры из российской практики показывают, что системы бережливого производства обладают рядом преимуществ:

- благодаря системам на производство продукции тратится гораздо меньше ресурсов, не требуются большие запасы и резервирования;
- системы способствуют быстрому созданию продуктов и быстрому обмену денег, что очень важно в сегодняшних рыночных условиях;
- высокая согласованность процессов, что помогает избежать ненужных потерь;
- обеспечивается высокое стабильное качество.

Культура и подходы к развитию бережливого производства разрабатывается в каждой стране по своей дорожной карте, в зависимости от культурных различий и мировоззрения компаний.

В России же есть опыт успешного внедрения и применения бережливого производства. Все компании идут практически одинаковым путем развития в этом

направлении.

Бережливое производство применяется компаниями как эффективный способ выходы из кризиса в текущей рыночной ситуации и для увеличения конкурентоспособности предприятия.

Внедрение новой концепции обычно начинается с внедрения 5S на предприятии. Такие методы и инструменты, как кайдзен, визуальное управление и стандартизация, очень активно применяются в России.

Потребность в трансформации производственной системы предприятия обычно инициируется высшим руководством компании и чаще всего эта инициатива сталкивается с сопротивлением со стороны работников этого предприятия. Интересным фактом является то, что если инициатива исходит от сотрудников компании, то это свидетельствует о том, что концепция широко распространена в нашей стране.

Выводы. Основываясь на анализе приведенного выше опыта внедрения и применения инструментов бережливого производства, можно сделать вывод, что трансформация производственной системы следует начинать с изменения организационной культуры всего предприятия, а затем заниматься обучением работников, так как основными проблемами является недостаточная адаптация подходов к специфике нашей страны и непонимание персонала предприятий. Основная проблема, на наш взгляд, кроется в особенности российского менталитета.

Согласно мнению специалистов по внедрению инструментов бережливого производства, «самое главное – настроить людей и найти союзников, сотрудников с правильным пониманием, которые влияют на других коллег» [38].

Литература

1. Как работает Lean в России и других странах (с цифрами) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/lean-russia-usa.html (дата обращения: 15.02.2023). – Текст : электронный.

2. Hasle, P. Lean Production – An Evaluation of the Possibilities for an Employee Supportive Lean Practice. Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries 24 (1). – 2004. – p. 40 – 53. – Текст : непосредственный.

3. О пользе стандартов для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.leanforum.ru/library/r1/575.html> (дата обращения: 05.02.2023). – Текст : электронный.

4. Вучкович-Стадник, А. «Проникновение лин-идеологии должно быть стопроцентным» / А. Вучкович-Стадник ; беседовала К. Половинкина // Справ. по упр. персоналом. – 2009. – № 1 (январь). – С. 16–19. – Текст : непосредственный.

5. Кобаяси, И. 20 ключей к совершенствованию бизнеса. Практическая программа революционных преобразований на предприятиях // Пер. с япон. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2006. – 248 с. – Текст : непосредственный.

6. Друкер, П. Ф. Энциклопедия менеджмента, пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс». – 2004. – 432 с. – Текст : непосредственный.

7. Гастев, А. К. Как надо работать. Практическое введение в науку

организации труда / А. К. Гастев. – М. : URSS, 2011. – 477 с. – Текст : непосредственный.

8. Вайкок, М. А. Формирование системы показателей для оценки эффективности бизнес-процессов на промышленном предприятии / М. А. Вайкок // Экономика и современный менеджмент: теория и практика, 2016. – № 40. – С. 35–44. – Текст : непосредственный.

9. Вэйдер, М. Инструменты бережливого производства: мини-рук. по внедрению методик бережливого пр-ва / Майкл Вэйдер ; пер. с англ. [А. Баранов, Э. Башкардин]. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2017. – 124 с. – Текст : непосредственный.

10. Гагарский, В. А. Бизнес-процессы – основные понятия / В. А. Гагарский // Некоммерческое партнерство. Центр дистанционного образования «Элитариум». Санкт-Петербург [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.elitarium.ru/biznes_processy_osnovnye_ponjatija/ (дата обращения: 15.05.2022). – Текст : электронный.

УДК 658.15

ПРИМЕНЕНИЕ МОДЕЛИ АЛЬТМАНА ПРИ АНАЛИЗЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

**Иванова Елена Геннадиевна¹, Заглада Роман Юрьевич¹,
Зарубин Владимир Иванович²**

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Майкопский Государственный технологический университет»

г. Майкоп, Российская Федерация

***Аннотация.** В условиях массовой неплатежеспособности многих отечественных предприятий особое значение приобретают меры по предотвращению кризисных ситуаций, а также мероприятия, направленные на восстановление платежеспособности предприятия и стабилизацию его финансового состояния. В статье будет рассмотрена возможность применения формулы банкротства Альтмана, при анализе финансового состояния предприятия жилищно-коммунальной инфраструктуры на территории Донецкой Народной Республики. Данная модель способствует классифицировать неблагополучные предприятия, что вследствие помогает руководству при принятии управленческих решений.*

***Ключевые слова:** финансовый анализ, устойчивость предприятия, жилищно-коммунальное предприятие, банкротство, модель Альтмана, платежеспособность, классификация.*

APPLICATION THE ALTMAN MODEL IN ANALYZING THE FINANCIAL STABILITY OF HOUSING AND COMMUNAL INFRASTRUCTURE ENTERPRISES

Ivanova Elena¹, Zaglada Roman¹, Zarubin Vladimir²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic, Russian Federation

²Federal State Educational Institution
Higher Education «Maikop State Technological University»
Maykop, Russian Federation

Abstract. *In the conditions of mass insolvency of many domestic enterprises, measures to prevent crisis situations, as well as measures aimed at restoring the solvency of the enterprise and stabilizing its financial condition, are of particular importance. The article will consider the possibility of applying the Altman bankruptcy formula when analyzing the financial condition of the housing and communal infrastructure enterprise on the territory of the Donetsk People's Republic. This model helps to classify dysfunctional enterprises, which consequently helps management in making managerial decisions.*

Keywords: *financial analysis, enterprise sustainability, housing and communal enterprise, bankruptcy, Altman model, solvency, classification*

Постановка проблемы. В связи с вхождением Донецкой Народной Республики в состав РФ на основании Договора между Российской Федерацией и Донецкой Народной Республикой о принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта от 30 сентября 2022 года (ратифицирован Федеральным законом от 4 октября 2022 года № 372-ФЗ, вступил в силу 5 октября 2022 года, письмо МИД России от 05.10.2022 № 19696/дп), затянувшийся экономический кризис подходит к своему логическому завершению. Однако, одной из главных проблем является экономическая нестабильность развития производственной деятельности, что обусловлено рядом факторов, связанных с развернувшимися на территории ДНР боевыми действиями. В таких условиях можно смело говорить о том, что финансовая деятельность теперь занимает особое место в процессе развития предприятия, выполнении обязательств перед субъектами хозяйствования и государством. В качественной оценке финансового состояния предприятия большую роль имеют не только традиционные, привычные нам методы оценки, но и новые, к примеру: модель Альтмана. С помощью, которой мы имеем возможность выявить тенденции деятельности, определить слабые места, над которыми требует провести работу над усовершенствованием, и усилить развитие уже эффективных направлений работы.

Анализ исследований и публикаций. В международной практике для оценки финансового состояния предприятий широко используют математические модели, с помощью которых формируют обобщенный показатель финансового

состояния предприятия – его интегральную оценку, которая может служить индикатором инвестиционной привлекательности. Среди них заслуживают внимания модели Альтмана, Таффлера, Лиса, Чессера, Беермана, Спрингейта, Бивера и др. Возможности использования указанных моделей в деятельности предприятий рассматривают в своих трудах многие отечественные и зарубежные ученые, такие как М. Герасимчука, И. Бланка, А. Гайдуцкого, В. Глазунова, С. Гуткевича, Н. Денисенко и другие.

Цель исследования – рассмотреть возможность применения модели Альтмана при анализе финансового состояния предприятий жилищно-коммунальной инфраструктуры на территории ДНР.

Основные результаты исследования. При использовании модели Альтмана следует обратить внимание, что значения факторов существенно отличаются в результате особенностей российской экономики, поэтому механическое использование моделей Альтмана приводит к значительным отклонениям прогноза от реальности.

В российских реалиях модель использовать можно, но с поправкой на следующие факторы:

1. Необходимо учитывать специфику по отраслям и формам собственности.
2. Для периодов рецессии следует ориентироваться не на коэффициенты, а на фактическую доходность, структуру расходов и динамику чистой прибыли.
3. Бухгалтерская отчетность не всегда содержит достоверные сведения. Например, стоимость активов на конец отчетного периода и текущую дату может существенно различаться [1].

Однако, весомым преимуществом в использовании модели Альтмана является то, что переменные в модели отражают различные аспекты деятельности предприятия, возможно динамическое прогнозирование изменений финансовой устойчивости

Модель Альтмана (коэффициент Альтмана, индекс кредитоспособности) – модель прогнозирования банкротства, впервые представленная американским экономистом Эдвардом Альтманом в 1968 году. Данную модель целесообразно применять только при анализе банкротства предприятия, но и при общем анализе финансовой устойчивости предприятия. Существуют различные вариации данной модели: двухфакторная, пятифакторная, модифицированная пятифакторная, четырехфакторная и пятифакторная Z-модель. В статье авторы продемонстрируют возможность использования пятикомпонентной модели на примере Филиала «Горловкатеплосеть» ГУП ДНР «Донбасстеплоэнерго».

Z-счет Альтмана представляет собой пятифакторную модель и рассчитывается следующим образом:

$$Z - \text{счет} = 1,2K_1 + 1,4K_2 + 3,3K_3 + 0,6K_4 + K_5, \quad (1)$$

где K_1 – доля оборотного капитала в активах предприятия ОА/А

K_2 – доля нераспределенной прибыли в активах предприятия НП/А

K_3 – отношение прибыли от реализации к активам предприятия ЧП/А

K_4 – отношение рыночной стоимости обычных и привилегированных акций к кредиторской задолженности предприятия СК/ЗК

K_5 – отношение объема продаж к активам В/А.

Оценка вероятности банкротства предприятия дается в зависимости от значения Z-счета по шкале [2].

В рамках данного исследования оценка вероятности банкротства с применением модели Альтмана произведена на примере Филиала «Горловкатеплосеть» ГУП ДНР «Донбасстеплоэнерго» по модели Альтмана и представим расчеты в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ вероятности банкротства предприятия модели Альтмана

Показатель	На начало периода	На конец периода	Обозначение	На начало периода	На конец периода
Чистый оборотный капитал [(ф.1, стр.290) – (ф.1, стр.690)] /	(205 266 200,23)	(304 823 722,68)	K_1	–0,42	–0,49
общая величина активов (валюта баланса)	493 872 870,59	623 328 520,99			
Прибыль до налогообложения /	(23990126)	(96262407,82)	K_2	–0,05	–0,15
общая величина активов (валюта баланса)	493 872 870,59	623 328 520,99			
Нераспределенная прибыль /	(119 880 804,03)	(216 143 212,11)	K_3	–0,24	0,35
общая величина активов (валюта баланса)	493 872 870,59	623 328 520,99			
Собственный капитал (уставный капитал) /	(52 342 479,92)	(148 604 888,00)	K_4	–0,10	–0,19
обязательства (заемный капитал)	546 215 350,51	771 933 408,67			
Выручка от продажи /	65 010 027,00	297 444 800,40	K_5	0,13	0,48
общая величина активов (валюта баланса)	493 872 870,59	623 328 520,99			
Z-счет Альтмана (индекс кредитоспособности): Z – счет = $1,2K_1 + 1,4K_2 + 3,3K_3 + 0,6K_4 + K_5$,			Z	–1,29	–1,59

В зависимости от значения «Z-счета» по определенной шкале проводится оценка вероятности наступления банкротства в течение двух лет:

Если $Z < 1,81$, то вероятность банкротства очень высокая;

Если $1,81 < Z < 2,675$, то вероятность банкротства средняя;

Если $Z = 2,675$, то вероятность банкротства равна 0,5;

Если $2,675 < Z < 2,99$, то вероятность банкротства невелика;

Если $Z > 2,99$, то вероятность банкротства очень низкая.

В российской практике использование Z-счета Альтмана для оценки платежеспособности и диагностики банкротства не дает положительных результатов, т. к. искажаются вероятностные оценки, из-за различия внешних

факторов, оказывающих влияние на экономические показатели. Данная модель не учитывает влияния на финансовое состояние предприятия других важных показателей характеризуют рентабельность, деловую активность. Ошибка прогноза с помощью двухфакторной модели оценивается интервалом ΔZ и составляет $\pm 0,65$ или 3 из 19 оцененных предприятий [3].

Полученные результаты анализа свидетельствуют о том, что Филиал «Горловкатеплосеть» ГУП ДНР «Донбасстеплоэнерго» имеет высокую вероятность банкротства, но так как предприятие является филиалом государственного унитарного предприятия, которое действует в военных условиях и является единственным предприятием, поставляющим тепловую энергию жителям города Горловка предприятие, продолжает работать себе в убыток. Итоговый рейтинг финансового состояния Филиал «Горловкатеплосеть» по итогам анализа за период с 01.01.2020 г. по 31.12.2022 г. представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Итоговый рейтинг предприятия

Финансовые результаты на начало периода	Финансовое положение на конец периода									
	AAA	AA	A	BBB	BB	B	CCC	CC	C	D
Отличные (AAA)										•
Очень хорошие (AA)										•
Хорошие (A)										•
Положительные (BBB)										•
Нормальные (BB)										•
Удовлетворительные (B)										•
Неудовлетворительные (CCC)										•
Плохие (CC)										•
Очень плохие (C)	•	•	•	•	•	•	•	•	•	V
Критические (D)										•

Согласно анализу полученных результатов по модели Альтмана, мы видим, что: согласно рейтинговой шкале, финансовое состояние Филиала «Горловкатеплосеть» ГУП ДНР «Донбасстеплоэнерго» заслуживает оценку D (критическое положение) и C (очень плохие результаты) соответственно. Оценка произведена с учетом как значений ключевых показателей на конец анализируемого периода, так и динамики показателей, включая их прогнозируемые значения на последующий год. На основе двух указанных оценок рассчитана итоговая рейтинговая оценка финансового состояния организации. Финансовому состоянию присвоена оценка D – критическое. Рейтинг «D» свидетельствует о критическом финансовом состоянии организации. Большинство финансовых показателей значительно ниже нормы.

То есть, можно говорить о том, что существует высокая вероятность прекращения деятельности предприятия уже в краткосрочной перспективе (вероятность дефолта).

Выводы. Модель Альтмана следует использовать с осторожностью для

отечественных предприятий, поскольку Альтман основывал свою модель на статистической выборке американских предприятий. В Америке существует другой стандарт бухгалтерского учета (GAAP), поэтому коэффициенты немного отличаются. Однако его модель можно использовать и в качестве рекомендательной, поскольку она универсальна и включает базовые финансовые коэффициенты.

Необходимо отметить, что помимо модели Альтмана, существует множество других моделей оценки финансового состояния предприятия и угрозы банкротства. Часть из них созданы на основе модели Альтмана. Например, модель Таффлера и Тишоу, модель Лиса или Гордона Спрингейта. Часть были разработаны самостоятельно: метод Дюрана, девятифакторная модель Фулмера или шестифакторная модель Зайцевой.

К сожалению, все эти модели не универсальны, так как подбор параметров и коэффициентов идет эмпирическим путем (методом подбора) с использованием большого массива статистических данных. Но на сегодняшний день, эти модели широко используются, особенно для проверки платежеспособности предприятий. При оценке вероятности банкротства модель Альтмана работает. Однако нельзя забывать о том, что данная методика рассчитана на компании, работающие в условиях развитой экономики.

На основании проведенного анализа авторы хотели показать, что модель Альтмана самостоятельно не определит инвестиционную привлекательность предприятия, но отлично служит дополнением к основной методике оценивания финансового состояния предприятия. Также следует отметить, что применение данной модели может выступать важным фактором в принятии управленческих решений для кредиторов или инвесторов при вложении инвестиций в предприятие. Подводя итоги проделанной работы, можем говорить о том, что методика Альтмана в теории применима для оценки кредитоспособности предприятий, но на практике необходимо учитывать все факторы и прорабатывать формулу Альтмана индивидуально для каждого предприятия.

Литература:

1. Маркач, В. С. Проблемы применения зарубежных методик для анализа и оценки экономических процессов. / В.С. Маркач // *Фундаментальные научные исследования: теоретические и практические аспекты.* – 2021. – С. 332-335. – Текст : непосредственный.
2. Акулинин, Д. Ю. Методы оценки экономической эффективности корпоративного управления в современных Российских условиях. / Д.Ю. Акулин // *Экономика и финансы.* – 2019. – №1. – С. 155-186. – Текст : непосредственный.
3. Яруллин, Р. Р. Финансовые методы предупреждения банкротства предприятий. / Р.Р. Яруллин // *Актуальные проблемы и перспективы развития экономики в условиях модернизации.* – 2021. – С. 74. – Текст : непосредственный.

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ

Тухканен Татьяна Николаевна, Червенко Анна Михайловна

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донской государственный технический университет»
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

***Аннотация.** Основной целью логистики является доставка необходимого продукта надлежащего качества и количества в определенное место определенному потребителю с минимальными затратами. В статье показано, что логистический процесс конкретного предприятия разбит на подпроцессы, обеспечивающие закупку сырья и его транспортировку до собственного производства, внутрипроизводственное перемещение продукции до склада, внутрискладское движение продукции, обработку готовой продукции и ее сбыт. Раскрыты основы управления логистическими процессами в базовых компонентах логистической системы предприятия. Правильное управление базовыми компонентами в логистических процессах на предприятии держат деятельность компании и ее логистическую систему на определенном оптимальном уровне.*

***Ключевые слова:** логистический процесс, области логистики, управление.*

ORGANIZATION OF LOGISTICS PROCESS MANAGEMENT

Tukhkanen Tatyana, Chervenko Anna

Federal state budget higher education institution
«Don State Technical University»,
Rostov-on-Don, Russian Federation

***Abstract.** The main goal of logistics is to deliver the necessary product of proper quality and quantity to a certain place to a certain consumer with minimal costs. The article shows that the logistics process of a particular enterprise is divided into subprocesses that ensure the purchase of raw materials and its transportation to its own production, intra-production movement of products to the warehouse, intra-warehouse movement of products, processing of finished products and its sale. The basics of logistics process management in the basic components of the logistics system of the enterprise are disclosed. Proper management of the basic components in the logistics processes at the enterprise keeps the company's activities and its logistics system at a certain optimal level.*

***Keywords:** logistics process, logistics areas, management.*

Постановка проблемы.

Актуальность исследования обусловлена тем, что логистические процессы в логистической системе предприятия представляют собой сложный и четко работающий механизм. Залогом эффективного функционирования данного механизма является точность и качество работы каждого его элемента, напрямую зависящих от применения современных технологических и технических

инструментов, методов и средств.

Грамотный подход к организации управления логистическими процессами, начиная с закупки материалов, сырья и комплектующих, и завершая поставкой покупателю оказанных услуг на основании совершенствования и оптимизации логистических процессов на предприятии позволяет получить весьма заметную экономию оборотных средств и как дальнейший итог увеличение финансовых результатов компании.

Анализ исследований и публикаций. Теоретико-методологические разработки базируются на известных результатах и теоретических исследованиях отечественных и зарубежных ученых в области управления логистическими процессами на предприятии на основании методов их оптимизации.

В рамках данного исследования были изучены и проанализированы работы таких ученых как К. Лайсонс, М. Н. Григорьев, Л. С. Федоров, А. П. Тяпухин, А. М. Гаджинский, Г. Г. Левкин, И.А. Рачковская, Д. Дж. Бауэрсок и другие.

Цель исследования состоит в развитии теоретических и практических аспектов управления логистическими процессами.

Основные результаты исследования.

Сущность логистического процесса заключается в последовательной организации логистических операций, с учетом времени и выполнении намеченных целей в определенном плановом периоде.

Логистический процесс конкретного предприятия разбит на подпроцессы, обеспечивающие закупку сырья и его транспортировку до собственного производства, внутрипроизводственное перемещение продукции до склада, внутрискладское движение продукции, обработку готовой продукции и ее сбыт [1].

Движение материального потока проходит несколько этапов и на каждом из них управление имеет свою определенную специфику, исходя из которой целесообразно выделять пять основных областей логистики (рис. 1):

- логистика закупок;
- производственная логистика;
- распределительная логистика;
- транспортная логистика;
- информационная логистика.

Кроме основных областей логистики также выделяются:

- логистика складирования;
- логистика запасов;
- сервисная логистика;
- финансовая логистика;
- коммерческая логистика.

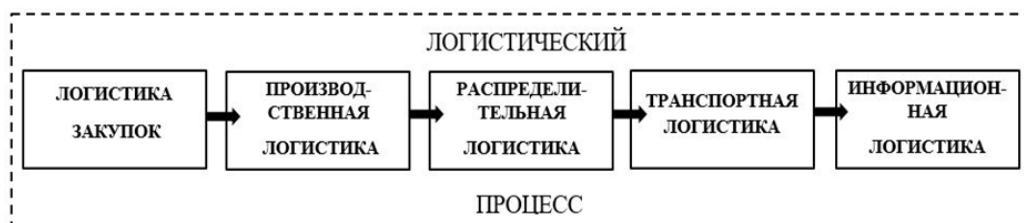


Рисунок 1 – Области логистического процесса

Логистика закупок представляет собой процесс движения материалов и сырья с рынков закупок до складов предприятия.

Закупка – необходимая функция в любом производстве, она включает в себя следующие цели:

- поддержание качества закупаемой продукции на оптимальном уровне;
- приобретение продукции по минимальной цене;
- поиск и сотрудничество с конкурентоспособными поставщиками;
- минимизация объема производственных запасов;
- совмещение закупочной деятельности с другими функциями.

Закупочная логистика должна осуществлять налаживание отношений с поставщиками, поставлять высококачественную продукцию, минимизировать время и материальные затраты на транспортировку, обеспечивать производство товаров наивысшего качества [2].

Производственная логистика подразумевает собой управление материальным потоком на всех стадиях производственного процесса, начиная от первоначального источника сырья, заканчивая сбытом готовой продукции.

Главная цель производственной логистики – минимизировать себестоимость производимой продукции.

Все задачи производственной логистики осуществляются не внутри всей логистической системы, а внутри конкретного производственного процесса.

Основные задачи производственной логистики следующие:

- планирование производства на основе анализа потребительских потребностей;
- разработка производственных заданий и графиков;
- контроль за соблюдением нормативов незавершенного производства;
- контроль качества готовой продукции;
- разработка и оптимизация производственных нововведений. [3].

Распределительная логистика представляет собой совокупность связанных между собой функций, применяемых в процессе распределения материального потока между различными покупателями [4].

Отличие распределительной логистики от обычного сбыта заключается в подчинении материального и информационного потока целям маркетинга и в объединении процесса распределения с производством и закупками.

Цели распределительной логистики следующие:

- обеспечить постоянное расширение предложения и конкурентоспособности товаров;
- поиск новых рынков сбыта и закрепление на старых;
- транспортировка товаров в назначенное место;
- постоянное совершенствование условий поставки;
- создание новых складов на рынках потребителя;
- поддержание необходимого уровня товарно-материальных запасов.

Большинство задач распределительной логистики связано с управлением материальными потоками. Для оптимизации распределения необходимо установить контроль за всеми элементами системы перемещения грузов. Грамотно построенная система распределения продукции на предприятии является одним из главных факторов успешного ведения бизнеса в условиях

жесткой конкуренции.

Транспортная логистика – это транспортировка необходимого количества товара в конкретное место, определенным маршрутом за конкретный период с минимальными издержками.

Транспортная логистика может осуществлять как внутрипроизводственные перевозки, так и внешние – сбыт готовой продукции.

Цель транспортной логистики заключается в обеспечении движения материальных потоков до получателя в конкретный срок с учетом оптимизации затрат [5].

К задачам транспортной логистики относятся:

– анализ пунктов доставки (в зависимости от расстояния до пункта доставки прокладывается необходимый маршрут с выбором определенного вида транспорта);

– анализ особенности грузов (при анализе характеристик транспортируемого груза производится выбор наиболее подходящего транспорта и маршрута передвижения);

– выбор необходимого транспорта (в зависимости от необходимого времени поставки груза производится выбор определённого транспортного средства);

– построение соответствующего маршрута (в зависимости от различных факторов, например, таких как географическое положение, особенности климата, особенности транспортируемого груза, прокладывается оптимальный маршрут);

– контроль груза во время транспортировки (отслеживание перемещения груза с внесением, при необходимости, поправок в маршрут передвижения) [6].

Проанализировав вышеописанные задачи транспортной логистики, можно сделать вывод о том, что при выборе транспортного средства необходимо учитывать множество различных факторов, каждый из которых нельзя оставлять без внимания.

У каждого транспортного средства есть свои преимущества и недостатки, которые могут повлиять как на эффективность доставки груза, так и на невыполнение сроков и условий поставки. В таблице 1 представлены преимущества и недостатки транспортировки груза различными транспортными средствами.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки различных видов транспорта

№	Критерии	Вид транспорта			
		автомобильный транспорт	железнодорожный транспорт	морской транспорт	воздушный транспорт
1	Скорость доставки	Средняя	Средняя	Низкая	Высокая
2	Грузоподъемность	Очень низкая	Высокая	Очень высокая	Высокая
3	Тариф	Низкий	Низкий	Высокий	Очень высокий
4	Мобильность	Высокая	Низкая	Низкая	Высокая
5	Сохранность груза при транспортировке	Средняя	Высокая	Высокая	Очень высокая

В зависимости от особенностей груза и сроков поставки можно выбрать

необходимый вид транспорта с учетом минимальных затрат на транспортировку.

Информационная логистика, в отличие от остальных областей логистики, занимается управлением не материальных потоков, а информационных. Информационная логистика занимается сбором, обработкой, хранением и распределением информации.

Главной целью информационной логистики является рациональное распределение информации по всей логистической сети в нужные сроки, в необходимом объеме, в нужном месте.

Эффективное применение информационной логистики заключается в использовании информационных технологий и в оптимальном управлении информационными потоками по всей логистической сети на всех уровнях управления.

Главная особенность информационной логистики кроется в том, что она является первичной и определяется все источники и каналы перемещения материалов и готовой продукции.

Информационный поток – это система циркулирующих сообщений между логистической системой и внешней средой, необходимых для эффективного управления и контроля логистических операций [7].

Все информационные потоки формируются совместно с материальными. Бывают случаи, когда материальный поток прибывает в место доставки, а документы на него еще не доставлены – такой материальный поток называется неотфактурованной поставкой. Случаются и обратные ситуации. Но если документы будут доставлены раньше самого груза, это даст дополнительную возможность лучше подготовиться к приемке товара.

Использование информационной логистики помогает ускорить и облегчить связь между партнерами, получить полную информацию о продукции и оптимизировать транспортировку грузов.

Логистика складирования отвечает за все перемещения продукции на складе, организацию склада и его эффективное использование, выбор процесса хранения продукции, управление товарно-материальными запасами на предприятии.

Логистика запасов отвечает за необходимость образования и расходов запасов и эффективное управление ими.

Основная цель логистики запасов – достижение необходимого уровня обслуживания потребителей, не увеличив при этом расходы на материальные запасы.

Сервисная логистика отвечает за управление сервисными потоками, формированию и оптимизации сервисных систем, удовлетворение запросов потребителей наиболее эффективным способом с минимальными затратами.

Финансовая логистика занимается эффективным управлением, планированием и контролем финансовых потоков, при помощи информации о движении материальных потоков.

Задачей финансовой логистики является изучение финансового рынка, определение потребности в финансовых ресурсах, управление финансовыми

потоками и создание систем обработки информации и финансовых потоках.

Коммерческая логистика отвечает за управление всех потоковых процессов, которые приносят прибыль в сфере обращения.

Даже с учетом того, что все вышеописанные области логистики обладают своими особенностями, они всегда остаются взаимосвязанными друг с другом и их общая концепция осуществляет управление всеми потоками в логистическом процессе. Эффективное решение задач логистического процесса можно получить только при взаимодействии всех областей логистики.

На основании исследования логистической деятельности коммерческого предприятия, отражающей все процессы от поставщика до конечного потребителя, представим основы управления логистическими процессами в базовых компонентах логистической системы предприятия на рисунке 2.



Рисунок 2 – Основы управления логистическими процессами в базовых компонентах логистической системы предприятия

От правильно организованной логистики зависит многое, начиная от своевременной подачи сырья на производство, отгрузки готового продукта, и заканчивая доведением до конечного потребителя товара в нужное время и с

наименьшей себестоимостью.

Но это возможно только в том случае если организация, желающая преуспеть в нынешней рыночной ситуации, должна систематически не только улучшать свою продукцию, но и усовершенствовать и оптимизировать логистические процессы, которые в свою очередь связаны одной конечной целью – сбыт продукции и получение прибыли.

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что правильное управление логистическими процессами на предприятии совершенствуют и оптимизируют деятельность компании и ее логистическую систему, что дает возможность наиболее результативно использовать ресурсы организации в целях повышения эффективности логистических процессов.

Литература

1. Гаджинский, А. М. Логистика : учебник / А. М. Гаджинский. – 23-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 136 с. – Текст : непосредственный.
2. Сулоева, А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений : учебное пособие / А. А. Сулоева. – М. : Русайнс, 2018. – 104 с. – Текст : непосредственный.
3. Фатхутдинов, Р. А. Производственный менеджмент : учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ, 2019. – 197 с. – Текст непосредственный.
4. Бауэрсок, Д. Дж. Логистика : интегрированная цепь поставок / Д. Дж. Бауэрсок, Д. Д. Клосс [пер. с англ.]. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес, 2018. – 640 с. – Текст : непосредственный.
5. Миротин, Л. Б. Маркетинг на транспорт е: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Л. Б. Миротин, А. К. Покровский. – М. : Издательский центр «Академия», 2018. – 272 с. – Текст : непосредственный.
6. Плужников, К. И. Транспортное экспедирование : учебник / К. И. Плужников. – М. : РосКонсульт, 2019 – 276 с. – Текст : непосредственный.
7. Мясникова, Л. А. Информационная логистика / Л. А. Мясникова. – М. : РИСК, 2018. – 68 с. – Текст : непосредственный.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Хамдохова Бэла Замратовна, Савицкая Инна Михайловна
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Майкопский государственный технологический университет»
г. Майкоп, республика Адыгея

***Аннотация.** Прогнозирование и планирование актуальны для обеспечения социально-экономической жизни. Для эффективного функционирования предприятия необходима плановая экономика и вместе с тем, также необходимо уметь учитывать те или иные особенности рынка и его динамику. С помощью прогнозирования можно выявить особенности и рассчитать шансы на успех и сберечь предприятие от банкротства, то есть, коротко говоря, выявить слабые и сильные стороны, взглянув на свое предприятие со стороны. Прогнозирование является средством, при помощи которого формируются цели предприятия, а также способы их достижения.*

***Ключевые слова:** прогнозирование, методы прогнозирования, предприятие, планирование, плановая экономика.*

FORECASTING AND PLANNING IN BUSINESS ACTIVITIES

Khamdokhova Bela, Savitskaya Inna
Federal State Budget Educational Institution
Higher education «Maykop State Technological University» in Maykop, Republic
of Adygea

***Annotation.** Forecasting and planning is relevant for ensuring socio-economic life. For the effective functioning of the enterprise, a planned economy is necessary and at the same time, it is also necessary to be able to take into account certain market features and its dynamics. With the help of forecasting, you can identify features and calculate the chances of success and save the company from bankruptcy, that is, in short, identify weaknesses and strengths by looking at your company from the outside. Forecasting is a means by which the goals of an enterprise are formed, as well as ways to achieve them.*

***Keywords:** forecasting, forecasting methods, enterprise, planning, planned economy.*

***Постановка проблемы.** Проблема заключается в том, что на данный момент прогнозированию и планированию на предприятиях не уделяется должное внимание. Чаще всего, решаются математические расчеты для дальнейших действий и не учитываются возможные риски. Следствием чего является отставание от нынешних тенденций и неправильный прогноз.*

В условиях рыночной экономики нужно иметь представление о финансовом состоянии. Благодаря анализу можно оценить состояние предприятия, состояние

капитала, выявить необходимость в дополнительном финансировании, степень риска, и используя имеющиеся данные, принять дальнейшие решения.

Плановая экономика является ключом для достижения успеха в предпринимательской деятельности, так как минимизирует риски банкротства. Следует знать основные методы прогнозирования, которые используются в хозяйственной практике предприятий.

Анализ исследований и публикаций. Основой данной статьи послужили работы отечественных экономистов и профессоров, таких как: Колмаков В. В., Бутакова М. М., Гранберг А. Г. и Кузьбожев Э. Н. Их труды содержат базовые знания плановой экономики и методы прогнозирования для оценки финансового состояния.

Цель исследования – рассмотреть экономическое прогнозирование и планирование и определить в чем их отличия, а также выявить основные методы прогнозирования.

Основные результаты исследования. Прогнозирование применяется в бизнес-среде для стратегического планирования, чтобы избежать значительных ошибок, неблагоприятных ситуаций или же достичь поставленных целей. Создание финансового прогноза – это определение необходимого финансового результата и наиболее вероятностных путей его достижения на основе накопленного опыта, при помощи экономических закономерностей, анализа данных и определения возможных перспектив развития.

Выбор методов прогнозирования обусловлен сферой применения, поставленными целями прогнозирования, доступности инструментов и наличия необходимого числа исходных данных.

Планирование и прогнозирование в предпринимательской сфере имеют тесную связь, так как создание прогнозов дает информацию для планирования. Прогнозы формируются для составления плана и с их помощью можно оценить возможные последствия.

Прогнозирование заключается в предопределении вероятного исхода развития бизнеса, охватывающий внутреннюю и внешнюю среду, а также не носит директивный характер. Планирование в свою очередь ориентируется только на внутренние факторы предприятия.

Процесс плановой экономики проходит в несколько этапов. Для начала необходимо создать цели составления прогноза, а также постановки задач. Далее проводится анализ, определяются критерии оценок, количественные и качественные показатели. Следующий этап заключается в выборе определенного метода. В завершающем этапе нужно принять решения для дальнейших действий.

Опишем методы прогнозирования, которые нашли широкое применение на предприятиях.

Метод экстраполяции – заключается в том, чтобы взять данные с предыдущего опыта и направить на будущие решения. Выявляется общая закономерность, которая независима во времени, сохраняется в долгосрочной перспективе и данные оценки можно проецировать на будущие результаты. Однако нужно учитывать несколько нюансов: сезонность продаж некоторых категорий товаров, циклические колебания экономики, уровень инфляции, макроэкономическую среду, а также влияние внешней среды.

Метод экспертных оценок – он основывается на интуитивной оценке на субъективной основе, на проведении опроса или же тестирования с последующей оценкой полученных результатов. Данный метод применяется тогда, когда нет возможности сделать математические зачеты, либо отсутствуют числовые показатели для оценки динамики за определенные периоды. И как у всех методов, способ экспертных оценок имеет ряд минусов: субъективность оценки экспертов, недостаток квалификаций и знаний, а также низкое качество знания проблемы. Если привлекается один эксперт, то включаются методы построения сценария, интервьюирование и акцентирование. А если привлекается несколько специалистов, то используется мозговой штурм, совещания и ситуационный анализ.

Моделирование – этот способ связан с построением модели на основе конкретных данных, а также их аналогов. По итогу получится макет, график, схема или же формула. Способ хорош тем, что, прежде чем принимать решения, можно смоделировать ситуацию, то есть спроецировать результат на модель. А также в процессе можно будет вносить корректировки. Это позволит избежать неудачного результата. Минусы заключаются только в сложностях расчета, но привлечение компьютерных технологий упрощают проблему.

Построение матрицы – представляет собой специальную таблицу, в которой целевая функция разбивается на несколько функций следующего уровня. Размер матрицы определяется, исходя из перечня подцелей. Исследуемое явление или объект зависят от множества факторов, которые разбиваются на группы по однородному признаку. Эти группы ранжируются по определенному критерию и потом оценивается влияние друг на друга. При оценке применяется балльная система.

Метод сценариев – данный метод включает метод управленческих решений для оценки вероятностного наступления того или иного события, а также возможных результатов. При этом анализируется действие управленческого решения на конечный прогнозируемый результат, часто с привлечением экспертов или использованием математических расчетов.

Статистический метод – этот способ включает методы средних и относительных величин, индексный метод, группировки и корреляционный анализ. Общим фактором является проведение математических расчетов на основе числовых показателей за прошлые и текущий периоды. Эти методы являются наиболее точными при условии полноты и достоверности исходных сведений.

В экономике также существует классификация методов прогноза.

По степени охвата задач методы прогнозирования подразделяются на общие и специализированные. Общие методы применяются для широко спектра проблем в различных сферах деятельности. Специализированные методы ориентированы на определенную сферу деятельности и не могут быть применены в иных целях, поскольку они не дают достоверных и точных результатов, либо же необходимы специфические вводные данные.

По информационной составляющей методы делятся на статистические, иногда их называют формализованные, и интуитивные. Статистические базируются на использовании сведений о динамике развития явлений, наиболее

достоверны, имеют короткие сроки выполнения, точность расчетов, минимизируют проблемы при сборе и оценке сведений. Интуитивные методы основаны на проведении аналогий, оценке имеющихся закономерностей. Необходимость экспертной оценки в соответствующей области, оцениваются схожие процессы и явления.

По признаку оценки выделяют качественные и количественные методы. Качественные – это, как правило, экспертные оценки, которые основываются на суждениях и умозаключениях, когда отсутствуют ретроспективные данные для расчетов. Количественные подразумевают собой возможность проведения расчетов на основе числовых показателей прошлых, а также текущего периодов и базируются на математических методах.

Методы прогнозирования имеют ряд проблем, которые нужно учитывать при выборе. Как правило, эти методы направлены на выявление исходных событий, однако это жизненно важный процесс, поскольку он дает возможность планировать деятельность предприятия. Тем не менее, существуют некоторые проблемы, которые необходимо учитывать.

Первая и важная проблема – это устаревшие данные. Все необходимые сведения, которые будут применяться при расчете будут считаться историческими, и нет гарантии того, что аналогичные тенденции сохраняться для дальнейших работ.

При прогнозировании нужно понимать, что невозможно просчитать и учесть абсолютно все факторы, которые повлияют на результат. Так, нельзя предсказать результаты биржевых торгов, рост уровня инфляции, ключевых ставок, процентов по кредитам и вкладам.

Стоит учитывать, что существует риск не принять во внимание фактор, который в настоящее время является незначительным или отсутствует вовсе, но уже завтра его влияние окажется значимым и повлияет на итоговый прогнозируемый результат.

Выбор методов прогнозирования на предприятии зависит от множества факторов, его целей, наличия и качества исходной информации, опыта экспертов и технических возможностей. Краткосрочные прогнозы не требуют применения большого количества методов или привлечения большого количества специалистов. Для них важна оперативность. В долгосрочной перспективе составление прогноза требует большого числа методов с применением компьютерного моделирования, математических и статистических расчетов.

Выводы. Выбор методов прогнозирования на предприятии зависит от множества факторов, его целей, наличия и качества исходной информации, опыта экспертов, а также технических возможностей. Краткосрочные прогнозы не требуют применения большого количества методов или привлечения большого количества специалистов. Для них главное оперативность. В долгосрочной перспективе составление прогноза требует немалого числа методов с применением компьютерного моделирования, математических и статистических расчетов.

Проблема выбора заключается в том, что методов существует немало и в них сложно ориентироваться, поэтому трудно сделать выбор, который подойдет для отдельного предприятия. Увеличивается сложность объектов

прогнозирования и число факторов, которые влияют на результат.

Для того чтобы достичь успеха в этой сфере нужны качественные данные и достоверная информация. А если информация отсутствует, то прогнозирование и составление плана не возможны. Результаты должны быть простыми, доступными, максимально точными и надежными.

Литература

1. Колмаков, В. В. Совершенствование подходов и методик анализа финансового состояния предприятия / В. В. Колмаков, С. Ю. Коровин // Вестник НГИЭИ. – 2016. – №5. – С. 67–73. – Текст : непосредственный.

2. Бутакова, М. М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов: учебное пособие / М. М. Бутакова. – Москва : КноРус, 2021. – 180 с. – Текст : непосредственный.

3. Гранберг, А. Г. Статистическое моделирование и прогнозирование: учебное пособие / А. Г. Гранберг. – Москва : Финансы и статистика, 1990. – 383 с. – Текст : непосредственный.

4. Кузьбожев, Э. Н. Экономическое прогнозирование (методы и модели): учебное пособие / Э.Н. Кузьбожев. – Курск : Курск. гос. техн. ун-т, 1997. – 84 с. – Текст : непосредственный.

УДК 354: 378.11

СИСТЕМА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУЩНОСТИ И СОДЕРЖАНИЯ ПОНЯТИЯ

Дариенко Оксана Леонидовна, Пехтерева Виктория Викторовна, Никрасова Оксана Васильевна, Курзина Наталья Владимировна

Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье определено, что главной целью развития нации и, соответственно, внутренне управленческой системы, является обеспечение общего благосостояния населения; подчеркнуто, что в условиях реформирования системы социальной защиты в Донецкой Народной Республике особое внимание следует уделить социальным услугам, предоставляемым государством. Обоснована тесная взаимосвязь сущности социальных услуг с индексом развития человеческого потенциала. Доказано, что именно социальные услуги влияют на уровень жизни населения, укрепляют доверие граждан к государству, обеспечивают укрепление стабильности и безопасности общества. Определена приоритетная роль нормативного правового регулирования в эффективной реализации системы социальных услуг в Донецкой Народной Республике.

Ключевые слова: система социальных услуг, государство, социальное обеспечение, благосостояние населения, закон, нормативные правовые акты, социальные службы

THE SYSTEM OF SOCIAL SERVICES: DETERMINING THE ESSENCE AND THE CONTENT OF THE NOTION

Darienko Oksana, Pekhtereva Victoria, Nikrasova Oksana, Kurzina Natalia

Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment

«Donetsk National Technical University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic

Abstract. *The article determines that the main goal of the development of the nation and, accordingly, the internal management system, is to ensure the general welfare of the population; it is emphasized that in the conditions of reforming the social protection system in the Donetsk People's Republic, special attention should be paid to social services provided by the state. The close relationship of the essence of social services with the human development index is substantiated. It is proved that it is social services that affect the standard of living of the population, strengthen citizens' trust in the state, and ensure the strengthening of stability and security of society. The priority role of regulatory legal regulation in the effective implementation of the system of social services in the Donetsk People's Republic is determined*

Keywords: *social services system, state, social security, welfare of the population, law, regulatory legal acts, social services*

Постановка проблемы. В статье 1 Конституции Донецкая Народная Республика провозглашена демократическим, правовым и социальным государством. Проблемы обеспечения и реализации этих положений являются одной из наиболее актуальных стратегических задач нашего государства на современном этапе. Без выработки путей достижения эффективной социальной политики, соответствующей стандартам, невозможно построить действительную, а не декларативную социальную государственность [1]. Политические и социально-экономические преобразования последних лет вызвали безработицу, бедность, детскую безнадзорность, а современные события – вынужденную миграцию и другие негативные социальные явления, приведшие к устойчивому росту численности населения, нуждающегося в социальных услугах.

Анализ исследований и публикаций. Социальные услуги являются предметом исследований таких ученых, как: Р. Гребби, В. Гошовской, О. Кочемировской и других исследователей. Сущности социальных услуг, их направленности на определенные категории потребителей, основ формирования политики, организации деятельности субъектов, предоставляющих социальные услуги, посвящены научные работы зарубежных исследователей Дж. Маккарти, Ч. Гор. Дж. Рингельмана, Р. Тофтисова-Матерон и других авторов.

О дискуссионности исследуемых вопросов свидетельствует неоднозначность понимания сущности социальных услуг и содержания их значения, как среди отечественных, так среди и зарубежных ученых. Вопросы продолжают находиться среди актуальных направлений научных поисков.

Цель исследования – определение сущности и содержания понятия «система социальных услуг».

Основные результаты исследования. Донецкая Народная Республика входит в эпоху радикальных экономических изменений, вызванных военными

действиями, перемещением больших групп граждан из зоны активных боевых действий, нестабильной экономической и политической ситуацией, поэтому численность лиц, находящихся в сложных жизненных обстоятельствах и нуждающихся эффективных социальных услуг со стороны государства, значительно возрастает. По мнению исследователей, социальная «нагрузка» на подавляющее большинство населения в период радикальных экономических изменений в значительной мере разрушила механизмы социального воспроизводства нации [2].

Распространение процессов децентрализации, то есть перекладывание ответственности государства за благополучие граждан на население, не способствует решению вопросов формирования адекватных моделей социальной политики, поскольку именно она определяет результат как социально-экономических преобразований, так и самого развития общества [1] и направлена на борьбу с бедностью, реформирование систем здравоохранения, образования, социальной защиты населения, ориентирована на сохранение человеческого капитала. А это, в свою очередь, будет способствовать экономическому росту, социальной справедливости, политической стабильности общества [1].

Обратимся к анализу дефиниции «социальная услуга», рассматриваемой в исследованиях ученых, работающих над этим вопросом.

Сущность социальной услуги заключается в определении ее как деятельности, имеющей все отличные характеристики услуги. А содержание определяется спецификой предмета и объекта применения действия, то есть непосредственной социальной направленностью услуг [3].

Различные трактовки и определения авторами дефиниции «социальная услуга» представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Определение учеными понятия «социальная услуга»

Автор	Сущность понятия
1	2
Я. С. Белевцова	Вид деятельности, направленной на удовлетворение основных социальных потребностей человека, предотвращение и преодоление сложных жизненных обстоятельств, которые он не способен преодолеть самостоятельно, с целью улучшения или воспроизводства его жизнедеятельности, содействие социальной адаптации, возвращению к самостоятельной жизни [4]
К. В. Дубич	Совокупность мероприятий, совместно формируемых и предоставляемых органами государственной власти, физическими лицами и негосударственными организациями, направленных на смягчение или преодоление сложных жизненных обстоятельств, социального положения отдельных лиц или групп населения и возвращение их к полноценной жизнедеятельности [5]
А. М. Михненко	Комплекс правовых, экономических, психологических, образовательных, медицинских, реабилитационных и других мероприятий, направленных на отдельные социальные группы или индивидов, которые находятся в сложных жизненных обстоятельствах и нуждаются в посторонней помощи, с целью улучшения или воспроизводства их жизнедеятельности, социальной адаптации и возвращения к полноценной жизни [6]

Продолжение таблицы 1.

1	2
В. М. Литвиненко	Деятельность соответствующих уполномоченных законом субъектов по восстановлению нормальной жизни человека, подвергнутого негативному воздействию сложных жизненных обстоятельств, путем устранения такого влияния или его максимального уменьшения [7]
Б. И. Сташков	Деятельность социальных служб, направленная на удовлетворение потребностей лица относительно его приспособления к существующей среде, реабилитации и возможности прожить полноценную жизнь [8]

Нам импонирует мнение авторов относительно того, что сущность социальных услуг наиболее тесно связана с показателем, характеризующим уровень жизни населения, индексу человеческого развития или индексу развития человеческого потенциала [3].

Социальные услуги бывают «простыми»: они не предусматривают предоставления постоянной или систематической комплексной помощи, например, консультирование или представительство интересов. «Комплексные» социальные услуги предусматривают постоянную или систематическую помощь (например, социальное сопровождение или социальная интеграция), а «специализированные» социальные услуги предоставляются определенной категории лиц (например, беженцам или ВИЧ-инфицированным лицам). Также существуют «вспомогательные» социальные услуги, предоставляемые в натуральном виде: продуктов питания, предметов и средства личной гигиены, одежды, обуви и т. д.

В условиях реформирования системы социальной защиты в Донецкой Народной Республике особое внимание следует уделить социальным услугам, предоставляемым государством, поскольку именно они влияют на уровень жизни населения, на основе которого можно косвенно оценить результативность государственных социальных расходов [3].

На сегодняшний день система предоставления социальных услуг в Донецкой Народной Республике характеризуется их низким качеством, отсутствием стандартов и несовершенством законодательной базы, медлительностью при внедрении инноваций и неэффективностью расходования бюджетных средств.

Стоит констатировать слабое нормативное правовое обеспечение предоставления социальных услуг населению. Фрагментарно упоминание о данном понятии законодателем представлено только в ст. 9 Закона «О налоговой системе» от 25.12.2015 г. № 99-ІНС, где указано, что социальные услуги представляют собой комплекс мероприятий по предоставлению помощи лицам, отдельным социальным группам, которые находятся в сложных жизненных обстоятельствах и не могут самостоятельно их преодолеть, с целью решения их жизненных проблем [9].

Сложившаяся ситуация в правовом поле, а также исключительная важность регламентации функционирования системы предоставления социальных услуг, требует подготовки соответствующей нормативной правовой базы, результатом которой должно стать принятие Закон «О социальных услугах». Указанный нормативный правовой акт (в унифицированной форме), на наш взгляд, должен

быть дополнен рядом положений:

- порядок организации предоставления социальных услуг;
- критерии деятельности поставщиков социальных услуг;
- вопросы осуществления контроля за соблюдением требований Закона;
- порядок регулирования тарифов на социальные услуги;
- порядок установления дифференцированной платы за социальные услуги;
- порядок проведения мониторинга и оценки качества социальных услуг;
- механизм предоставления социальных услуг путем социального заказа;
- порядок подготовки и переподготовки физических лиц, предоставляющих социальные услуги.

То есть, становится очевидным, что внедрение и реализация Закона «О социальных услугах» невозможно без принятия подзаконных нормативных правовых актов, требует согласованных действий государственных и негосударственных организаций и учреждений, налаживания диалога между центральным и местным уровнями власти.

С целью упорядочения социальных услуг, Министерством труда и социальной политики Донецкой Народной Республики должен быть разработан Классификатор социальных услуг, включающий их полный перечень с полным описанием (направление, тип, место, срок предоставления и получатель). В Классификаторе социальным услугам присваивается код, используемый в системе управления социальной поддержкой населения для каждого делового процесса и в Реестре поставщиков получателей социальных услуг.

Для удобства Реестр поставщиков и получателей социальных услуг должен быть представлен в качестве автоматизированной системы для информации о поставщиках и получателях социальных услуг, для учета и координации деятельности в этой сфере. Держателем Реестра является Министерство труда и социальной политики Донецкой Народной Республики. Ожидается также, что введение такого реестра повысит доступность социальных услуг для получателя и будет способствовать реализации принципа, согласно которого необходимая услуга следует за получателем, а не наоборот.

Право на получение социальных услуг должно предоставляться лицам и их семьям, попавшим в сложные обстоятельства и/или имеющим самый высокий риск попадания в них.

Поставщиками социальных услуг могут являться юридические и физические лица, физические лица-предприниматели, соответствующие критериям, определенным Правительством, и включены в Реестр поставщиков и получателей социальных услуг. Также право предоставления социальных услуг должно предоставляться государственным или коммунальным учреждениям, а также негосударственным, например, общественным или благотворительным организациям. При условии надлежащего правового и прозрачного регулирования такая организация системы социальных услуг будет способствовать демонополизации рынка социальных услуг.

Нормативное правовое регулирование социальных услуг в обязательном порядке должно закрепить процедуру определения потребностей населения: другими словами, кто и в каких социальных услуг нуждается. По результатам определения потребностей происходит разработка и выполнение программ

предоставления социальных услуг, после чего осуществляется организация, финансирование и, непосредственно, оказание социальных услуг. Важным этапом является мониторинг предоставления социальных услуг, оценка качества и контроля за соблюдением законодательных требований.

Эффективная реализация системы предоставления социальных услуг возможна при условиях кадрового и ресурсного обеспечения учреждений, занятых, данным видом деятельности, их коммуникации с центральными органами власти и между собой. Игнорирование этих вопросов может привести к тому, что не все нуждающиеся в социальных услугах, более того – имеют на них право, будут иметь равный доступ к ним.

То есть принятие Закона «О социальных услугах» послужит важной координацией усилий государственных и негосударственных партнеров для эффективного предоставления социальных услуг лицам, которые в них нуждаются.

Выводы. Таким образом, учитывая вышеизложенное, можно сделать ряд выводов:

- во-первых, современная система социальных услуг должна отвечать потребностям граждан и ориентироваться на улучшение качества их жизни;
- во-вторых, реализация эффективной системы предоставления социальных услуг невозможна без формирования действенного нормативного правового обеспечения;
- в-третьих, гарантированный государством пакет социальных услуг для наименее защищенных слоев населения укрепит доверие граждан к государству, обеспечит укрепление стабильности и безопасности общества.

Литература

1. Дариенко, О. Л. Предпосылки формирования и развития системы социальной защиты населения как приоритетного направления государственной политики / О. Л. Дариенко // Инженерная экономика и управление в современных условиях : материалы научно-практической конференции, приуроченной к 50-летию инженерно-экономического факультета (09 декабря 2019 г.). – Донецк : ДННТУ, 2019. – С. 75–84. – Текст : непосредственный.

2. Поклонова, Е. В. Социальная защита и поддержка населения: методическое обеспечение экономической оценки : монография / Е. В. Поклонова, В. А. Стародуб. – Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2019. – 168 с. – Текст : непосредственный.

3. Малофеев, И. В. Социальные услуги в системе социального обслуживания населения : монография / И. В. Малофеев. – 3-е изд., стер. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. – 172 с. – Текст : непосредственный.

4. Белевцова, Я. С. Механизм повышения качества социальных услуг на уровне местных органов власти : специальность : 25.00.02 «Механизмы государственного управления» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата наук государственного управления / Белевцова Яна Сергеевна. – Харьков, 2011. – 20 с. – Текст : непосредственный.

5. Дубич, К. В. Предоставление социальных услуг общественными организациями как эффективный механизм государственного управления /

К. В. Дубич // *Administrarea Publica (Public Administration)*. – 2015. – №. 1 (85). – С. 163–170. – Текст : непосредственный.

6. Механизмы взаимодействия общества и власти : учебник / А. М. Михненко, С. А. Кравченко, В. Ф. Мартыненко и др. – Киев : НАГУ, 2013. – 210 с. – Текст : непосредственный.

7. Литвиненко, В. Н. О содержании термина «социальные услуги» в теории законодательства / В. Н. Литвиненко // *Государство и право : юридические и политические науки*. – 2008. – Вып. 40. – С. 305–311. – Текст : непосредственный.

8. Сташков, Б. И. Право социального обслуживания : учебное пособие / Б. И. Сташков. – Киев : Знання, 2007. – 567 с. – Текст : непосредственный.

9. О налоговой системе [Электронный ресурс] : закон Донецкой Народной Республики 99-ІНС от 25 дек. 2015 г: действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2022. – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-parodnoj-respubliki/>. – Дата обращения : 25.10.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

УДК 339.138

СУЩНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ И ИХ РОЛЬ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

Гайдай Ирина Юрьевна¹, Немыкина Татьяна Владимировна¹,
Зарубин Владимир Иванович²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования
«Майкопский государственный технический университет»,
г. Майкоп, Российская Федерация

Аннотация. В данной статье рассматриваются особенности маркетинговых коммуникаций как действенного инструмента продвижения культурных услуг. Приводятся авторитетные мнения зарубежных и отечественных учёных по вопросам использования инструментов и технологий маркетинга учреждениями культуры. Обосновываются виды маркетинговых коммуникаций в социально-культурной сфере.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые коммуникации, социально-культурная сфера, учреждения культуры, культурный продукт, потребители, рынок.

THE ESSENCE OF MARKETING COMMUNICATIONS AND THEIR ROLE IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

Gaidai Irina¹, Nemykina Tatyana¹, Zarubin Vladimir²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Federal State Education Institution
Higher Education «Maykop State Technical University»
Maykop, Russian Federation

Abstract. *This article discusses the features of marketing communications as an effective tool for promoting cultural services. Authoritative opinions of foreign and domestic scientists on the use of marketing tools and technologies by cultural institutions are given. Substantiates the types of marketing communications in the socio-cultural sphere.*

Key words: *marketing, marketing communications, social and cultural sphere, cultural institutions, cultural product, consumers, market.*

Постановка проблемы. Рост качества и количества технологий в XXI веке сказался на маркетинговых коммуникациях учреждений социально-культурной сферы. Сегодня можно наблюдать: развитие, улучшение и расширение соответствующей инфраструктуры; совершенствование технической базы маркетинговых средств; применение компьютеризированных средств коммуникации; наличие на рынке труда подготовленных специалистов, получивших профессиональное образование в области маркетинга, рекламы, связей с общественностью [1]. В этой связи важно понимать, как именно следует использовать указанные возможности маркетинговых коммуникаций учреждениями сферы культуры.

Анализ исследований и публикаций. Американский учёный, экономист и маркетолог Филип Котлер в 1967 году впервые поднял вопрос о целесообразности осуществления маркетинговой деятельности в области культуры и искусства. Он утверждал, что все организации культуры, будь то музеи, библиотеки, театры или концертные залы, производят культурные товары и должны бороться как за внимание потребителя и за свою долю национальных ресурсов [2]. Впоследствии появились труды, посвящённые именно маркетингу в области культуры и искусства – это работы Моква, Меелилло, Дигглза, Рейсса. Вопросами исследования рекламы как элемента маркетинга в социально-культурной сфере занимались как зарубежные, так и отечественные ученые Ф. Котлер, У. Уэллс, Т. Кеглер, О. Н. Астафьева, Э. Э. Бочкарева, Т. В. Козлова, И. В. Алешина, Е. А. Ноздренко, А. П. Марков. Работы названных авторов являются значимым вкладом в изучение проблематики использования маркетинговых коммуникаций в социально-культурной сфере.

Цель исследования – определить современные особенности маркетинговых коммуникаций и их роль в деятельности организаций социально-культурной сферы.

Основные результаты исследования. Маркетинг в практике российских предприятий начал применяться в 90-х годах XX века, в то время, когда в Европе и в Америке он уже давно и прочно вошел в практику хозяйствования и широко применялся на предприятиях разных сфер деятельности [3].

В 1950-1980-х гг. специалисты в сфере маркетинга, преимущественно зарубежные, обосновали необходимость применения маркетинговых инструментов для успешного развития учреждений культуры (табл. 1).

Таблица 1 – Цитаты об использовании маркетинга в сфере культуры

Автор	Цитата из труда автора
Ф. Котлер	«Все организации культуры, будь то музеи, библиотеки, театры или концертные залы, производят культурные товары. Эти организации понимают, что должны бороться как за внимание потребителя, так и за свою долю национальных ресурсов».
К. Дигглз	«Цель маркетинга в сфере искусств – это ввести соответствующее количество людей в соответствующую форму контакта с художником и при этом добиться наилучшего финансового итога, совместимого с достижением данной цели».
Т. Левитт	«Исходное условие маркетинговой концепции в сфере культуры состоит в необходимости определения нужд и запросов потребителей; их удовлетворении в соответствии с собственной стратегией, а ожидаемый результат соответствовал поставленным целям».
Э. Хиршман	«Традиционная трактовка маркетинга не может быть применима к художественным продуктам из-за самой природы искусства. Художественные продукты в самих себе содержат причину своего существования, так как они не обязаны удовлетворять каким-либо иным потребностям помимо потребности художника в самовыражении».
Г. Л. Тульчинский	«Продукт массовой культуры обладает некими уникальными, неповторимыми свойствами, позволяющими его легко идентифицировать, а также такими характеристиками, которые позволяют его легко тиражировать».
Ф. Колбер	«Маркетинг культуры - искусство выхода на те сегменты рынка, которые заинтересованы в культурном продукте, и выбора для продукта таких переменных, как цена, место и продвижение, что позволит достичь целей, соответствующих миссии организации культуры».

Освоение маркетинга и большой интерес к нему как к науке позволил учёным выделить отдельные элементы данной отрасли, объединяющиеся в самостоятельные системы, взаимодействуя друг с другом и подчиняясь одной общей цели. Одним из главных элементов являются маркетинговые коммуникации, которые решают задачу взаимодействия со всеми целевыми группами, а также поддерживают функционирование рыночной системы, делая её более гармоничной и эффективной.

В сфере культуры и искусства рынок составляют следующие субъекты:

- 1) организации культуры и искусства, которые создают условия для творчества или же реализуют творчество;
- 2) потребители, которые желают удовлетворить свои культурные нужды;
- 3) дистрибьютеры, которые распространяют предметы искусства;
- 4) государство, которое создаёт законодательную базу и другие институциональные условия существования культуры искусства;
- 5) спонсоры (коммерческие и некоммерческие организации, которые финансируют сферы культуры и искусства) [4].

Маркетинговые коммуникации в социально-культурной сфере следует рассматривать как управление процессом продвижения товара (культурного продукта) на всех его этапах жизненного цикла (зарождение идеи, создание, продажа, во время потребления, после потребления культурного продукта). Для наибольшей эффективности коммуникационные программы следует разрабатывать специально для каждого сегмента, рыночной ниши и даже отдельных клиентов. При этом очень важным является обратная связь между учреждением культуры и посетителями (отзывы на сайте, комментарии к публикациям в социальных сетях, предложения в книге отзывов, прямые комментарии сотрудникам, публикации в СМИ и т.д.).

Главной целью маркетинговых коммуникаций в социально-культурной деятельности является продвижение и продажа культурных услуг (культурного продукта), которые включают в себя мероприятия по планированию сбытовой, товарной, ценовой, коммуникативной политики. По мнению основоположника теории маркетинга Филиппа Котлера, маркетинговые стратегии в культурной сфере следует разрабатывать и реализовывать сразу после возникновения идеи новой услуги [5].

Маркетинговые коммуникации социально-культурной сферы направлены, прежде всего, на прямую и обратную связь с общественностью, которая уже заинтересована культурным продуктом, либо находится в поиске подходящего «товара» для удовлетворения своих потребностей. Для эффективной реализации маркетинговых решений учреждениям культуры необходимо коммуницировать не только с потребителями (потенциальными и реальными), но и с собственными сотрудниками. Виды маркетинговых коммуникаций в социально-культурной сфере представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды маркетинговых коммуникаций социально-культурной сферы

Профессиональный подход к продвижению продукции культуры должен выражаться в обращении к потребителю как к личности. Согласно мнению И. В. Алешинной, потребители получают большую часть установок, ценностей, вкусов, моделей поведения, предпочтений, символических значений через обучение. Культура и социальный класс обеспечивают обучение потребителя через образование, семью, друзей. В процессе маркетинговых коммуникаций происходит также обучение потребителя, и, следовательно, он может изменить свои знания, навыки, отношение к услугам и товарам [6].

Продвижение продукции культуры должно соответствовать требованиям современного общества, а именно:

- 1) обозначить спрос на данный вид культурного продукта;
- 2) создавать новые личностные потребности в духовном и культурном росте в обществе.

Функции, цели и задачи элементов комплекса маркетинговых коммуникаций многообразны [7]. Они имеют ряд принципиальных различий, влияющих на эффективность решения стоящих перед учреждениями культуры коммуникационных задач [8]. В таблице 2 представлены характеристики элементов маркетинговой коммуникации (даны американскими учёными У. Уэллсом, Дж. Бернетом и С. Мориарти [9, 10]), демонстрирующие особенности составляющих элементов комплекса маркетинговых коммуникаций в области ожидаемого результата, типа контакта с потребителем и продолжительности ответной реакции от него на то или другое маркетинговое решение.

Таблица 2 – Характеристики элементов маркетинговой коммуникации

Элемент маркетинговой коммуникации	Ожидаемый результат	Контакт с потребителем	Продолжительность ответной реакции
1. Личная продажа	Продажи	Прямой	Краткая
2. Реклама	Изменение отношения и поведения	Полупрямой	Средняя или длительная
3. PR	Изменение поведения	Полупрямой	Длительная
4. Прямой маркетинг	Изменение поведения	Полупрямой	Краткая
5. Места продаж и упаковка	Изменение поведения	Прямой	Средняя

Следовательно, продвижение культурного продукта должно проходить с использованием современных технологий маркетинга, сотрудниками со специальной подготовкой, системно, с обращением к потребителю как к личности и активным использованием элементов творчества.

Выводы. Основной задачей маркетинговых коммуникаций является привлечение потребителей в организацию культуры. Внедрение маркетингового инструментария и технологий в деятельность учреждений сферы культуры предполагает реализацию определённой стратегии, которая оптимизирует деятельность. Это обеспечивает эффективную связь между учреждениями культуры и той частью населения, которая им обслуживается.

Литература

1. Гайдай И. Ю., Савицкая И.М. Немыкина Т.В. Особенности рекламы как основного элемента маркетинговой деятельности в сфере культуры // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы VII Международной научно-практической конференции, г. Горловка, 25 марта 2022 г. / отв. ред. Е. П. Мельникова, Е. Ю. Руднева, О. Л. Дариенко / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». – Горловка: ГОУВПО ДОННТУ, 2022. – 489 с. – С. 179-185. – Текст: непосредственный.
2. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер – Москва: Альпина Паблишер, 2014. – 211 с. – Текст : непосредственный.
3. Быстрова, О.А. Продвижение культурного продукта в системе маркетинга социально-культурной сферы / О.А. Быстрова – Тюмень: Аналитика культурологии № 27, 2013. – 164–168 с. – Текст : непосредственный.
4. Платонова, Ю. Ю. Особенности маркетинга в сфере культуры / Ю. Ю. Платонова // Челябинск: Два комсомольца. – 2012. – № 3. – С. 5–15. – Текст : непосредственный.
5. Котлер, Ф. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств / Ф. Котлер, Дж. Шефф — М.: Классика-XXI, 2004. – 688 с. – Текст : непосредственный.
6. Алешина, И.В. Поведение потребителей / И.В. Алешина – Москва, Экономист, 2006. – 525 с. – Текст : непосредственный.
7. Марков, А.П. Проектирование маркетинговых коммуникаций: рекламные технологии, связи с общественностью, спонсорская деятельность / А.П. Марков – С.-Петербург. Гуманитарный ун-т профсоюзов. – Санкт-Петербург, СПбГУП 2005. – 400 с. – Текст : непосредственный.
8. Дукельский, В.Ю. Музейная коммуникация: модели, технологии, практики / В.Ю. Дукельский – Москва, 2010. – 199 с. – Текст: непосредственный.
9. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика: Пер. с англ. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. – 736 с. – (Серия «Теория и практика менеджмента»). – Текст : непосредственный.
10. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб: Питер, 2001. – 864 с. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»). – Текст: непосредственный.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЛИЗИНГА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Агарёва Анастасия Сергеевна, Устименко Сергей Владимирович,
Мельникова Елена Павловна**

Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования «Донецкий
национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В статье исследованы теоретические основы многоаспектности понятия «лизинг» и уточнено его содержание. Проведен анализ и оценка системы нормативно-правового обеспечения лизинговой деятельности в Донецкой Народной Республике и Российской Федерации. Осуществлена сравнительная характеристика, определены особенности государственного регулирования лизинга и предложены направления по его совершенствованию.*

***Ключевые слова:** лизинг, финансовая аренда, анализ, нормативно-правовое обеспечение, разночтение, предмет лизинга, законодательство*

COMPARATIVE ANALYSIS OF THE LEGAL SUPPORT OF LEASING IN THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC AND THE RUSSIAN FEDERATION

Agareva Anastasia, Ustimenko Sergey, Melnikova Elena

Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** The article examines the theoretical foundations of the multidimensional concept of «leasing» and clarifies its content. The analysis and evaluation of the system of regulatory and legal support of leasing activities in the Donetsk People's Republic and the Russian Federation has been carried out. A comparative characteristic is carried out, the features of state regulation of leasing are determined and directions for its improvement are proposed.*

***Keywords:** leasing, financial lease, regulatory support, discrepancy, subject of leasing, legislation*

***Постановка проблемы.** Постоянное обновление производства является одним из главных требований современной экономики, которое характеризуется стремительным изменением технологий ввиду обострения конкуренции производителей, повышением требований потребителей к качеству продукции и услуг. Это побуждает прибегать к альтернативным методам финансирования расходов на обновление материальной базы и*

модификацию производства. Одним из таких инструментов является лизинг.

В экономической литературе и законодательных документах приведено немало определений понятия «лизинг». Отсутствие однозначности в подходах к трактованию данного понятия приводит к неэффективному использованию его на практике. Существует ряд различий между определениями лизинга относительно налогообложения и осуществления правового регулирования имущественных отношений, возникающих на основании заключения договора лизинга. Однако правовые разночтения требуют унификации понятия лизинга и его приведения к единому согласованному содержанию, что и предопределяет актуальность и важность настоящего исследования. Особую актуальность данная проблема приобретает в рамках Договора между Российской Федерацией и Донецкой Народной Республикой о принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образования в составе Российской Федерации нового субъекта от 30.09.2022 года, согласно которому на территории ДНР вступают в действие законодательные и иные нормативные правовые акты Российской Федерации [1].

Анализ исследований и публикаций. Многие отечественные и зарубежные ученые исследуют лизинговую деятельность. Вопрос теоретических основ лизинговых операций рассматривается в трудах таких ученых, как А. Аюпов, Г. Вознюк, И. Грищенко, А. Загородний, А. Левченко, Н. Рязанова, Г. Холодный и других. Трактовка понятия «лизинг» приведена в таких нормативно-правовых документах: Закон ДНР «О финансовой аренде (лизинге)» от 21.05.2021 г. № 285-ПНС, ФЗ РФ «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.01.2002 г. № 10-ФЗ, Гражданский кодекс ДНР 13.12.2019 г. № 81-ПНС, Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ и др.

Цель исследования – сравнительный анализ нормативно-правового обеспечения в сфере лизинговой деятельности в Донецкой Народной Республике и Российской Федерации.

Основные результаты исследования. Лизинг – многоаспектное и многогранное понятие, категория с неоднозначным толкованием.

Суть лизинга весьма удачно охарактеризовал Аристотель, полагавший что «чаще всего богатство заключается в рентабельном использовании собственности, а не во владении ею как таковой». Конечно, Аристотеля нельзя рассматривать как основоположника лизинга, но до него никто лучше не смог выразить философский смысл, который лежит в основе данного кредитно-финансового инструмента, получившего большое распространение в странах Западной Европы за последние 20 лет [2].

Любое определение лизинга является ограниченным и не может учесть всех форм проявления этого кредитного инструмента. Но есть смысл привести определение лизинга данное Европейской федерацией национальных ассоциаций по лизингу оборудование (Евролизинг), лизинг – это договор аренды завода, промышленных товаров, оборудования, недвижимости для использования их в производственных целях, тогда как товары приобретаются арендодателем, и он сохраняет за собой право собственности.

Таким образом, лизинг становится сложной триединой торгово-

финансово-кредитной операцией, одной из форм аренды машин и оборудования, одним из способов финансирования инвестиций и активизации сбыта, основанный на сохранении права собственности на товары за арендодателем. Его применение связано с «расщеплением» функции собственности, то есть отделением владения имуществом от пользования им [3].

Лизинг можно рассматривать с разных точек зрения: организационно-правового, экономического, инвестиционного, инновационного и т. д. Содержание той или иной точки зрения определяется целью формирования лизинговых отношений. Одни ученые рассматривают лизинг как своеобразный способ кредитования предпринимательской деятельности, другие – полностью отождествляют его с долгосрочной арендой или одной из ее форм, которая в свою очередь сводится к наемным или подрядным отношениям, третьи считают лизинг завуалированным способом купли-продажи средств производства или права пользования чужим имуществом, а четвертые интерпретируют лизинг как действия за чужой счет, то есть управление чужим имуществом по поручению доверителя [4].

Некоторые из авторов [5, 6] считают наиболее полным определение термина «лизинг», сформулированное в Конвенции о международном финансовом лизинге УНИДРУА, которая была принята в 1988 г. в Канаде. В данной Конвенции финансовый лизинг определяется как операция, в которой одна сторона (лизингодатель) [4]:

- на условиях другой стороны (лизингополучателя) заключает договор (договор поставки) с третьей стороной (поставщиком), согласно которому лизингодатель получает производственное оборудование, средства производства или другое оборудование (оборудование) на условиях, одобренных лизингополучателем;

- заключает договор (договор лизинга) с лизингополучателем, предоставляя лизингополучателю право пользования оборудованием при условии выплаты лизинговых платежей.

Международный рынок лизинговых услуг берет свое начало с 80-90-е годов XIX века. Первые лизинговые сделки были осуществлены американской компаний Bell Telephone Company в 1877 г., решившей сдавать свои телефоны в аренду. В последствие стали появляться лизинговые компании, для которых лизинг стал основным видом деятельности, а не элементом маркетинговой политики. Современными центрами мирового рынка лизинговых услуг являются США, Западная Европа и Япония, осуществляющие порядка 93 % объема лизинговых сделок в мире.

Мировой финансовый кризис предопределил стремительный рост объемов потребления лизинговых услуг в различных странах мира. Крупнейшие страны в 2021 году констатируют рост объема лизинговых сделок на 16,6 % (с 1099,77 млрд долл. в 2020 г. до 1282,73 млрд долл. в 2021 г.). Более 95 % мирового объема приходилось на три региона: Северную Америку, Европу и Азию. На рисунке 1 представлены данные об объемах лизингового рынка стран-лидеров по годовому объему лизинга в 2021 г.

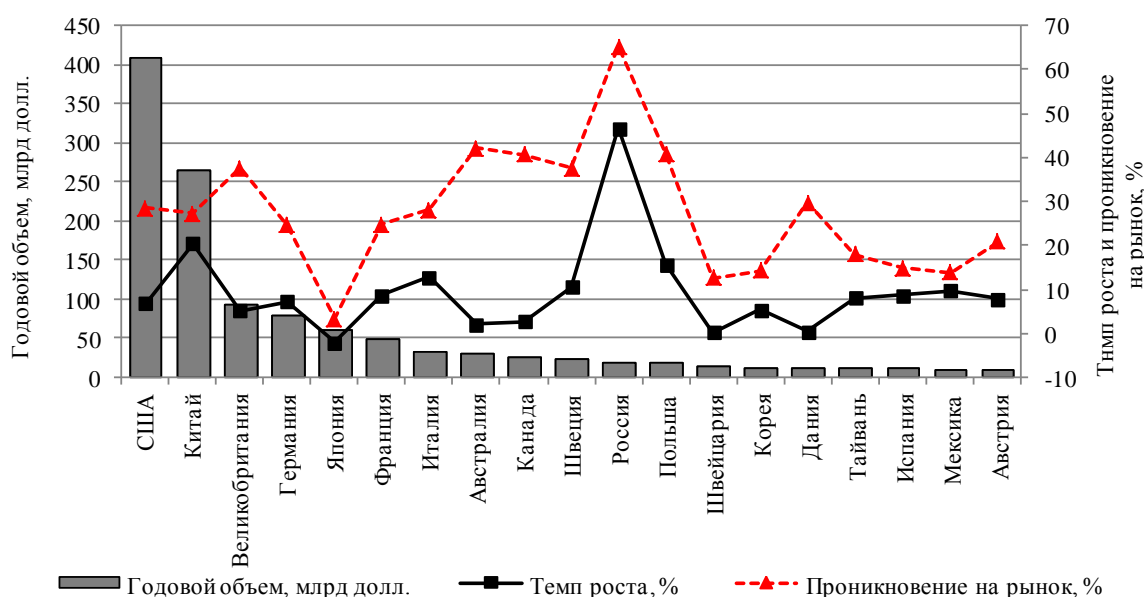


Рисунок 1 – Характеристика рынка лизинговых услуг по странам мира за 2021 г.

Анализ мирового рынка лизинговых услуг свидетельствует о его широкой распространенности. Лизинговая деятельность в Донецкой Народной Республике датируется 2020 годом, с принятием Закона ДНР «О финансовой аренде (лизинге)» от 21.05.2021 г. № 285-ПНС [9]. При этом, как уже было отмечено выше, нормативные правовые акты Донецкой Народной Республики действуют на территории ДНР до окончания переходного периода или до принятия соответствующего нормативного правового акта Российской Федерации и (или) нормативного правового акта ДНР. В этой связи имеет смысл проведение анализа правового поля осуществления лизинговой деятельности.

Основные нормативно-правовые акты, реагирующие сферу лизинговых отношений в ДНР и в РФ, представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Обзор законодательной базы, регулирующей лизинговую деятельность в Донецкой Народной Республике и Российской Федерации

№ п/п	Нормативно-правовой акт	Основные вопросы, которые регулируются этим актом
1	2	3
Донецкая Народная Республика		
1	Гражданский кодекс ДНР от 13.12.2019 г. № 81-ПНС [7]	Параграф 6 посвящен финансовой аренде (лизингу): особенности реализации договора финансовой аренды, его предмет, ответственность сторон
2	Закон ДНР «О налоговой системе» 18.01.2016 г. № 99-ПНС [8]	Регламентирует особенности налогового учета предметов лизинговой деятельности, особенности применения амортизации, специальные налоговые режимы для тех, кто осуществляет лизинговые операции в отрасли сельского хозяйства
3	Закон ДНР «О финансовой аренде (лизинге)» от 21.05.2021 г. № 285-ПНС [9]	Узаконил этот вид деятельности в Республике. Закон устанавливает особенности договора лизинга, субъекты лизинга и его формы, правовой статус лизинговых компаний, экономические и правовые основы лизинговых правоотношений, а также меры государственной поддержки лизинговой деятельности

Продолжение таблицы 1.

1	2	3
4	Распоряжение Правительства ДНР от 07.08.2020 г. № 191 «О создании государственного унитарного предприятия «Республиканская лизинговая компания» [10]	Согласно распоряжению основной целью и предметом деятельности лизинговой компании ГУП «Республиканская лизинговая компания» является удовлетворение общественных потребностей юридических и физических лиц в предоставлении услуг в сфере финансовой аренды (лизинга) в ДНР
Российская Федерация		
1	Гражданский кодекс РФ от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ [11]	Параграф 6 посвящен финансовой аренде (лизингу): особенности реализации договора финансовой аренды, его предмет, ответственность сторон
2	Федеральный закон от 29.01.2002 г. № 10-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» [12]	Законом определены правовые и организационно-экономические особенности лизинговой деятельности в РФ
3	Федеральный закон от 8.02.1998 г. № 16-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге» [13]	Определяет принципы применения лизинга в РФ в соответствии с международными положениями. При этом, согласно ст. 1 РФ в соответствии со ст. 20 Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге заявляет о намерениях применения норм своего гражданского законодательства
4	Налоговый кодекс РФ (часть 2) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ	Устанавливает особенности налогообложения лизинговой деятельности в РФ
5	Федеральным законом от 29.11.2021 г. № 382-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации» [14]	Исключает специальные правила амортизации предметов лизинга; предусматривает отнесение лизинговых платежей к прочим расходам (если в них включена выкупная стоимость, для учета затрат ее нужно вычесть)
6	Федеральный закон от 03.02.1996 г. № 17-ФЗ «О банках и банковской деятельности» [15]	Предусматривает возможность осуществления кредитными организациями лизинговых операций; регламентирует деятельность органов управления кредитной организации, осуществляющей лизинговую деятельность
7	Приказ Минфина России от 25.04.2019 г. № 199 «О признании утратившим силу приказа Министерства финансов Российской Федерации от 17.02.1997 г. № 15 «Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга» [16]	С 2022 г. признается утратившим силу приказ 1997 г. об отражении в бухучете операций по договору лизинга, поскольку, начиная с бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2022 г. применяется ФСБУ 25/2018 «Бухгалтерский учет аренды».
8	Постановление Правительства РФ от 7.08. 2021 г. № 1313 «Об утверждении Правил предоставления государственной поддержки лизинговым организациям в целях возмещения недополученных доходов при уплате лизингополучателем лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) высокотехнологичного оборудования и техники» [17]	Устанавливает правила предоставления государственной поддержки лизинговым организациям в целях возмещения недополученных доходов при уплате лизингополучателем лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) высокотехнологичного оборудования и техники

Как было отмечено выше, в Гражданском кодексе ДНР и РФ представлены нормы о договоре финансовой аренды (лизинга), объединенные в параграф 6. Несмотря на то, что законодателем не предусмотрено большое количество нормативно-правовых актов, регулирующих непосредственно договор финансовой аренды (лизинга), Гражданским кодексом не предусмотрено принятия дополнительных законодательных актов, как это имеет место в отношении некоторых других гражданско-правовых договоров. Договор финансовой аренды (лизинга) рассматривается в Гражданском кодексе как отдельный вид договора аренды (имущественного найма), поэтому его регулирование за пределами норм, представленных в параграф 6, предусматривает использование общих положений об аренде. Таким образом обеспечивается полное и комплексное регулирование договора финансовой аренды (лизинга).

В целом можно отметить, что нормативно-правовая база, регулирующая лизинговую деятельность в Российской Федерации гораздо шире и полнее, нежели в ДНР. Это объясняется, в первую очередь, длительностью развития лизинговой деятельности в России. Для ДНР деятельность по финансовой аренде (лизингу) еще не получила достаточно широкого распространения в виду ее высокой риск-ориентированности в условиях экономической и военно-политической нестабильности.

При этом, по данным Министерства финансов ДНР в 2022 году субъектам хозяйствования посредством услуги финансовой аренды (лизинга) были предоставлены возможности обновления и модернизации материально-технической базы, переоснащения производственных мощностей и обновления основных фондов.

ГУП ДНР «Республиканская лизинговая компания» является единственным предприятием в Республике, осуществляющим лизинговую деятельность. Предметами лизинга являются сельскохозяйственная, дорожная, строительная, коммунальная, а также специальная техника и транспортные средства [10].

Услуги финансовой аренды (лизинга) юридическим лицам и физическим лицам – предпринимателям предоставляются на следующих условиях:

- авансовый платеж – не менее 20 % от стоимости имущества, передаваемого в лизинг;
- доход лизингодателя – от 6 до 8 % в год;
- срок лизинга – до 5 лет;
- срок поставки – от 1 до 5 месяцев.

Анализ нормативно-правового обеспечения лизинговых отношений позволил выявить ряд нерешенных вопросов в действующих актах.

Законодатель, как в ДНР, так и в РФ оставляет открытым вопрос лизинга недвижимости. Гражданский кодекс устанавливает ограничения на применение земельных участков в качестве предмета лизинговой деятельности. Здесь происходит правовая коллизия, поскольку Земельный кодекс предусматривает отчуждение строений непосредственно вместе с земельным участком. То есть, если предметом лизинга выступает здание или сооружение, расположенное на земельном участке, принадлежащем продавцу здания на праве собственности, то

лизингодатель должен приобрести у продавца не только здание, но и земельный участок, который в лизинг передан быть не может. В этой связи законодателю целесообразно предусмотреть запрет только на передачу в лизинг незастроенных земельных участков и внести соответствующие поправки в Гражданский кодекс.

В Федеральном законе от 29.01.2002 г. № 10-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» недостаточно полно прописано понятие «лизинговые платежи», нет разделения на график оказания лизинговых услуг и график оплаты лизинговых платежей [12]. Неоднозначность понятия «лизинговый платеж» и отсутствие понятий начисления лизинговых платежей и уплаты лизинговых платежей приводит к значительным сложностям на практике.

Данный Федеральный закон предусматривает применение сублизинга – форма передачи лизингополучателем предмета лизинга в срочное возмездное пользование. Большинство исследователей и практиков справедливо критикуют законодателя за введение и использование данного понятия. Использование в договорно-правовой терминологии приставки «суб», предполагает, что некий «субдоговор» по своему предмету должен быть аналогичен первоначальному договору (например, субаренда, субподряд). Такое положение вещей принципиально невозможно в случае с лизингом: лизингополучатель не приобретает имущество в собственность, а лишь сдает полученное в лизинг имущество в поднаем.

Выводы. Таким образом, проведенный сравнительный анализ нормативно-правового обеспечения лизинга в Донецкой Народной Республике и Российской Федерации свидетельствует о значительном количестве препятствий на пути имплементации данного финансово-кредитного инструмента, связанных с наличием правовых коллизий в законодательных актах, регулирующих этот вид деятельности. Развитие лизинговой деятельности на территории Донецкой Народной Республики предопределяет военно-политическая ситуация, характеризующаяся высокой риск-ориентированностью всех видов хозяйственной деятельности. В сложившихся условиях возрастает риск неплатежеспособности, который в современных условиях может быть минимизирован путем развития рынка лизинга используемой техники на основе разработки действенного механизма определения неплатежеспособности лизингополучателя и возвращения оборудования в собственность лизингодателя с целью последующего заключения лизингового соглашения в отношении данного актива.

Учитывая выше изложенное, можно отметить, что необходимым условием развития лизинга на современном этапе является совершенствование нормативно-правового регулирования, создание финансового и организационного обеспечения лизинговых операций.

Литература

1. О ратификации договора между Российской Федерацией и Донецкой Народной Республикой о принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта [Электронный ресурс] : закон Донецкой Народной Республики № 423-ПНС от 03.10.2022 : действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой

Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2022. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/423-iins-zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-ratifikatsii-dogovora-mezhdu-rossijskoj-federatsiej-i-donetskoj-narodnoj-respublikoj-o-prinyatii-v-rossijskuyu-federatsiyu-donetskoj-narodnoj-respubliki/>. – Дата обращения: 10.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

2. Любимов, Е. А. История развития правового регулирования договора лизинга в России / Е. А. Любимов // Аллея науки. – 2019. – Т. 1., № 10 (37). – С. 474–485. – Текст: непосредственный.

3. Ибрагимова, Д. А. Сходства и различия в правовом регулировании лизинга в России и за рубежом / Д. А. Ибрагимова // *Cognitio Rerum*. – 2022. – № 11. – С. 84–88. – Текст: непосредственный.

4. Судьина, Е. Р. Нормативно-правовое регулирование сделок международного финансового лизинга / Е. Р. Судьина // *Экономика и бизнес: теория и практика*. – 2019. – № 6-2. – С. 127–130. – Текст: непосредственный.

5. Журавлева, Т. Г. Проблемы правового регулирования договора финансовой аренды (лизинга) и пути их совершенствования / Т. Г. Журавлева // *Colloquium-Journal*. – 2020. – № 3-10 (55). – С. 86–89. – Текст: непосредственный.

6. Бабаева, З. Ш. Нормативно-правовое регулирование лизинга в России / З. Ш. Бабаева // *Совершенствование учета, анализа и контроля как механизмов информационного обеспечения устойчивого развития экономики*. – 2018. – № 6. – С. 8–11. – Текст: непосредственный.

7. Гражданский кодекс Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] : закон Донецкой Народной Республики № 81-ПНС от 13.12.2019 : действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2022. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/grazhdanskij-kodeks-donetskoj-narodnoj-respubliki/>. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

8. О налоговой системе [Электронный ресурс] : закон Донецкой Народной Республики № 99-ПНС от 25.12.2015 : действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2022. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakon-o-nalogovoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/>. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

9. О финансовой аренде (лизинге) [Электронный ресурс] : закон Донецкой Народной Республики № 133-ПНС от 24.04.2020 : действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2022. – Режим доступа: <http://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-finansovoj-arende-lizinge/>. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

10. О создании государственного унитарного предприятия «Республиканская лизинговая компания» : утв. Распоряжением Правительства ДНР № 191 от 07.08.2020. – Электрон. дан. (1 файл: 137 Кб). – Донецк : [б. и.], 2022. – Систем. требования: Acrobat Reader. – Текст : электронный.

11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)

[Электронный ресурс] : Федеральный закон № 14-ФЗ от 26.01.1996 : действующ. ред. // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации. . – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/kodeks/GK-RF-chast-2/?ysclid=lbwmg1zp8b794364692>. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

12. О финансовой аренде (лизинге) [Электронный ресурс] : Федеральный закон № 10-ФЗ от 29.01.2002 : действующ. ред. // КонсультантПлюс. – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_20780/?ysclid=lbwmorlko2497751097. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

13. О присоединении Российской Федерации к Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге [Электронный ресурс] : Федеральный закон № № 16-ФЗ от 08.02.1998 : действующ. ред. // КонсультантПлюс. – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17783/?ysclid=lbwmuh0kiu527164491. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

14. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс] : Федеральный закон № 117-ФЗ от 05.08.2000 : действующ. ред. // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации. . – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/?ysclid=lbwmxx0td6783340922. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

15. О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации : Федеральный закон № 382-ФЗ от 29.11.2021 : действующ. ред. // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации. . – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_421955/?ysclid=lbwn04ro8947310883. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

16. О банках и банковской деятельности : Федеральный закон № 17-ФЗ от 03.02.1996 : действующ. ред. // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты в Российской Федерации. . – Электрон. дан. – Москва, 2022. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5842/?ysclid=lbwn2rfn8j80565693. – Дата обращения: 12.12.2022. – Загл. с экрана. – Текст : электронный.

17. О признании утратившим силу приказа Министерства финансов Российской Федерации от 17.02.1997 г. № 15 «Об отражении в бухгалтерском учете операций по договору лизинга» : утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации № 119 от 25.04.2019. – Электрон. дан. (1 файл: 211 Кб). – Москва : [б. и.], 2022. – Систем. требования: Acrobat Reader. – Текст: электронный.

18. Об утверждении Правил предоставления государственной поддержки лизинговым организациям в целях возмещения недополученных доходов при уплате лизингополучателем лизинговых платежей по договорам финансовой аренды (лизинга) высокотехнологичного оборудования и техники: утв. Постановлением Правительства Российской Федерации № 1313 от 07.08.2021. – Электрон. дан. (1 файл: 517 Кб). – Москва : [б. и.], 2022. – Систем. требования: Acrobat Reader. – Текст : электронный.

ТЕХНОЛОГИЯ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Гайдай Роман Федорович¹, Татаринцева Галина Владимировна¹,
Кулебякин Захар Сергеевич¹, Салуквадзе Ирина Николаевна²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, Луганская Народная Республика

Аннотация. В данной статье подчеркивается, что разработка и принятие управленческих решений является важной составной частью любой управленческой деятельности. Это сложный технологический процесс, который заключается в соблюдении соответствующей процедуры и исполнении обязательных действий. Решение рассматривается как продукт управленческой деятельности, а его разработка и принятие – как процесс, ведущий к появлению этого продукта.

Ключевые слова: технология, управленческие решения, процесс, разработка, последовательность, этапы, организация, менеджер.

MANAGEMENT DECISION-MAKING TECHNOLOGY

Gaidai Roman¹, Tatarintseva Galina¹, Kulebyakin Zakhar¹, Salukvadze Irina²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Lugansk Vladimir Dahl State University,
Lugansk, Lugansk People's Republic

Abstract. This article emphasizes that the development and adoption of managerial decisions is an important part of any managerial activity. This is a complex technological process, which consists in following the appropriate procedure and performing mandatory actions. The decision is considered as a product of management activity, and its development and adoption - as a process leading to the emergence of this product.

Key words: technology, management decisions, process, development, sequence, stages, organization, manager.

Постановка проблемы. Принятие решений присутствует при осуществлении всех управленческих функций, поскольку и при планировании, и при организации, и при мотивации, и при контроле необходимо принимать управленческие решения. Действительно, не приняв соответствующего решения, нельзя реализовать ни одну из перечисленных выше функций

управления. При принятии решения перед руководителем стоят две задачи: выработать возможные варианты решений и из них выбрать наилучшее.

Сложная экономическая и политическая обстановка, сложившаяся в Республике, заставляет тщательней и взвешенно принимать различные решения, составлять планы развития, оценивая существующую реальность.

Анализ исследований и публикаций. Изучением вопросов, связанных с рассматриваемой проблемой, занимались многие отечественные и зарубежные ученые, среди которых Дашкова И.А., Ткаченко И.В., Захарченко Н.С., Юкаева В.С., Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. [1-3]. Работы названных авторов являются значимым вкладом в изучение технологии принятия управленческих решений, и требуют дополнения в связи с современным развитием методологии и инструментария принятия управленческих решений, усиления их влияния на сферу хозяйствования.

Целью данного исследования является обоснование теоретических и методических основ, обобщение информации и разработка практических рекомендаций по использованию в процессе принятия управленческих решений технологий и инструментария менеджмента.

Основные результаты исследования. Управленческое решение – решение, которое принимается в сфере управления. Оно направлено на решение проблемы и достижение вероятной цели, для реализации которой нужно найти такой вариант действий и способ их выполнения, с помощью которого результат, к которому изначально стремились, станет реальным. Определение понятия управленческого решения отечественными учеными приведено в таблице 1.

Таблица 1– Определение понятия управленческое решение

Автор	Формулировка понятия
Чуйкин А. М.	Решение в узком смысле слова – это выбор альтернативы определенного варианта действий для достижения цели. Решения в широком смысле слова включают создание представления задания, формулирование альтернатив, их оценку, выбор и реализацию выбранной альтернативы.
Хмиль Ф. И.	Управленческие решения – это совокупный результат творческого процесса и действий коллектива для решения конкретной ситуации, возникшей в связи с функционированием системы.
Савицкая Г. В.	Под управленческим решением понимают выбор альтернативы; акт, направленный на решение проблемной ситуации. В конце концов, управленческое решение представляется как результат управленческой деятельности. В широком понимании управленческое решение рассматривают как основной вид управленческой работы, общность взаимосвязанных, целеустремленных и логично – последовательных управленческих действий, которые обеспечивают управленческих заданий.
Фатхутдинов Р. А.	Управленческое решение – как результата анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели системы менеджмента. Импульсом управленческого решения является необходимость ликвидации, уменьшения актуальности или решения проблемы, т.е. приближение в будущем действительных параметров объекта к желаемым, прогнозируемым.

Управленческое решение можно рассматривать как вид деятельности, которая происходит в управляемой подсистеме и связана с подготовкой, выбором и принятием определенных вариантов действий, т.е. это вид работы в самом аппарате управления, определенный этап процесса управления. В другом понимании управленческое решение является выполнением предусмотренных действий управляющей системы по отношению к управляемой.

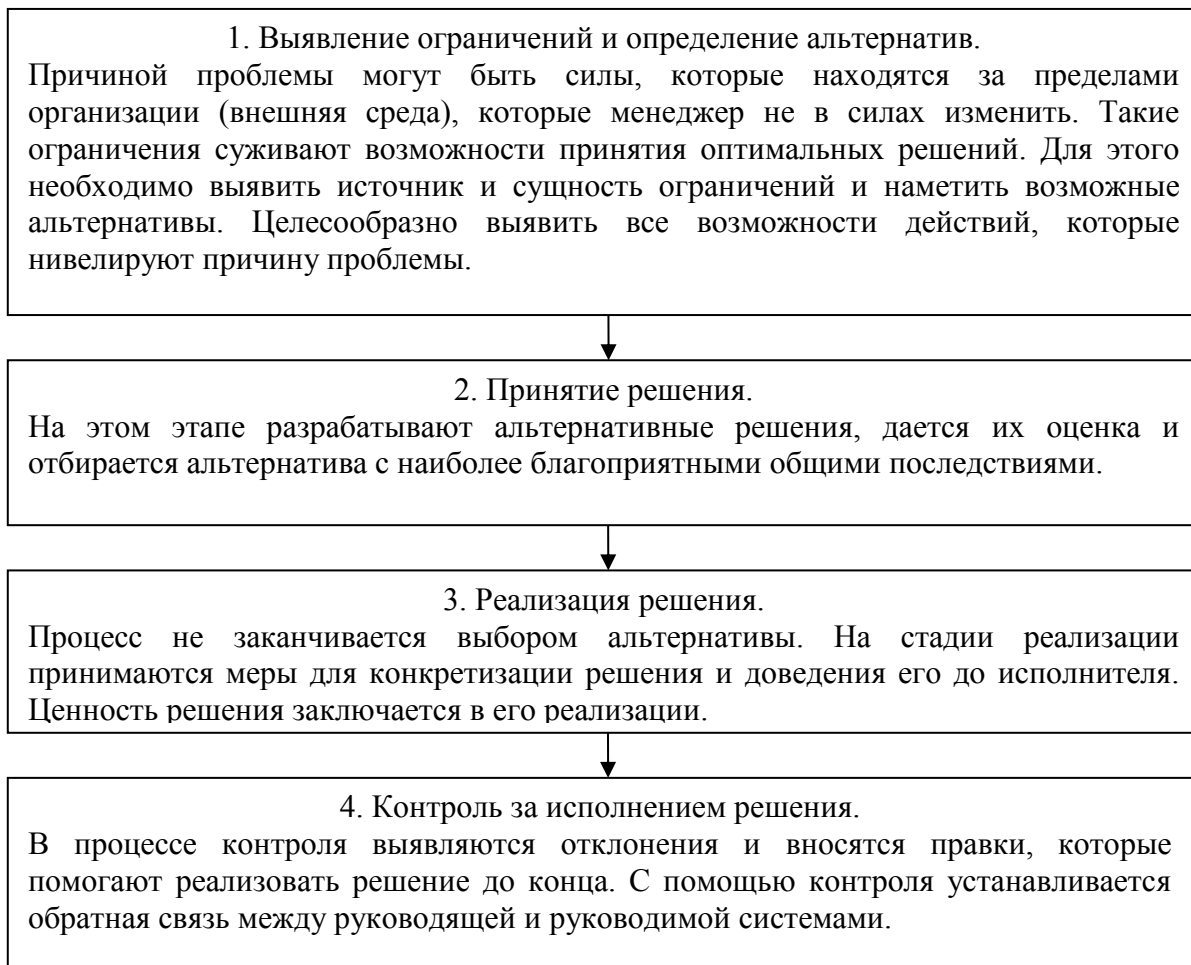
Потребность в принятии решения возникает в связи с внешними и внутренними обстоятельствами. Решение – это ответственная реакция на внутренние и внешние влияния, которые направлены на решение проблем и максимальное приближение к намеченной цели. Реализация целей любой организации обеспечивается путем принятия и выполнения множества решений.

Процесс принятия решений сложный и имеет много разных сторон. Он включает в себя целый ряд стадий и операций. Вопросы о том, сколько и какие стадии должен пройти каждый процесс принятия решений, какое конкретное содержание каждой из них, – противоречивые и не одинаково решаются менеджерами. Это зависит от квалификации руководителя, ситуации, стиля руководства и культуры организации [4].

Одним из показателей деятельности менеджера является его способность принимать обоснованные решения. Так как менеджеры выполняют четыре функции управления, они имеют дело с постоянным потоком решений по каждой из них, т. е. планирование, организация, мотивация и контроль. Разработка и принятие решений – это творческий процесс в деятельности руководителей. Он, как правило, включает в себя ряд стадий:

- 1) разработку и постановку цели,
- 2) изучение проблемы,
- 3) выбор и обоснование критериев качества
- 4) оценку возможных последствий принятых решений,
- 5) рассмотрение вариантов решений,
- 6) выбор и конечное формулирование решений,
- 7) принятие решений,
- 8) доведение решения до исполнителя,
- 9) контроль за исполнением решения [5].

Для руководителя принятие решения не есть самоцель. Основным является разрешение определенной проблемы. Для этого очень часто требуется не одно, а определенная последовательность решений и, затем, их осуществление. Поэтому решение – не одномоментный акт, а результат процесса, развивающегося во времени и имеющего определенную структуру. Процесс принятия решения – это циклическая последовательность действий субъекта управления, направленных на разрешение возникающих проблем и заключающихся в анализе ситуации, генерации альтернатив, принятии решения и организации его выполнения. Последовательность процесса принятия решений показана на рисунке 1.



У истоков любого решения находится проблемная ситуация, которая требует своего решения. Задание менеджера на этом этапе заключается в анализе проблемной ситуации, в изучении положения дел и целей, первичном формулировании критериев решения. Процесс постановки проблемы состоит из выявления этой проблемы и ее оценки.

Выявление проблемы – это понимание того, что возникло отклонение от ранее установленных планов. Источники, из которых менеджер может узнать о существовании проблемы, включают собственный взгляд и анализ информации. Мнение других менеджеров и подчиненных также важный источник при выявлении проблемы.

Управленческие решения, как правило, принимаются в условиях высокой неопределенности, дефицита информации, поэтому субъект управления не всегда может объективно установить критерии оценки и приоритеты их важности. Учитывая это, на практике часто используют модели, которые позволяют принимать не оптимальные, а удовлетворительные решения. Предпочтение обычно отдается тому решению, которое уже субъектам управления известно и дало приемлемые результаты [6].

Подход к принятию управленческого решения заключается в соблюдении соответствующей процедуры и исполнении обязательных действий, которые приведут к логическому завершению этих действий (рис. 2.)

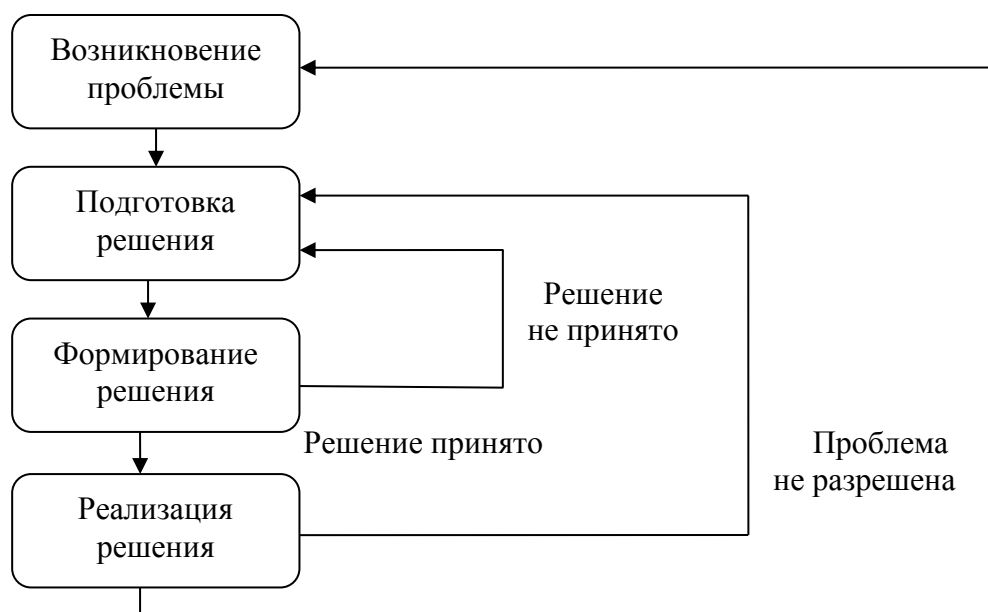


Рисунок 2 – Этапы принятия управленческих решений

Форма принятия управленческого решения зависит от количества лиц, которые осуществляют выбор из представленных альтернатив конечного решения. Если это один человек, то решение будет единоличным. Поскольку в современном менеджменте чаще встречаются сложные ситуации и проблемы, что требуют многостороннего комплексного анализа, т. е. участия группы менеджеров (специалистов), то появляются групповые или коллективные решения, называемые коллегиальными [5].

Если решение формируется и вырабатывается группой специалистов, необходимо организовать работу таким образом, чтобы каждый из специалистов сохранил индивидуальные положительные черты своей деятельности, направив их на решение данной проблемы. Причем размер группы должен быть оптимальным, поскольку большие группы часто оказываются малоэффективными. У них отсутствуют возможности для живой дискуссии, сложными представляются возможности создания условий для всестороннего обсуждения. Руководитель призван создать в работе дух творческого поиска, обмена мнением, здоровой критики, поиска решения с учетом реальной обстановки, а не руководствуясь правилом взаимных уступок, давления авторитетом и т.п. Из множества вопросов, подлежащих решению, необходимо выбрать самые важные, от которых зависит успешное решение проблемы.

Разработка детального процесса выработки и формирования решений предполагает необходимость овладения методологией научно-исследовательской работы, которая состоит в применении методов научного познания и материалистического подхода к проблемам, использования основных, свойственных науке логических принципов: анализа (классификационного, причинного, диалектического) и синтеза, индукции и дедукции, аналогии, построения научных гипотез, методов прогнозирования [6] и т.д. Научный подход к принятию решений не совместим с утилитаризмом,

рутиной, случайностью, неуместной импровизацией и субъективизмом.

Управленческие решения классифицируют по многим признакам. Классификация дает возможность определить не только содержание и форму, а и роль, место каждого решения в управлении организацией и выбрать тип решения соответственно ситуации, которой оно касается. А алгоритм принятия управленческого решения дает возможность лицам, которые принимают решение последовательно подготовить, разработать, оценить, проконтролировать и реализовать решение.

Выводы. Итак, разработка управленческих решений является важной составной частью любой управленческой деятельности. Это сложный технологический процесс, от итогов которого во многом зависит деятельность организации. Решение можно рассматривать как продукт управленческой деятельности, а его разработку и принятие – как процесс, ведущий к появлению этого продукта. Выработка научного подхода к принятию решения определяют необходимость разработать определенный план в виде взаимосвязанных между собой процессов подготовки, обоснования, принятия, ввода решений в деятельность, контроля за их качеством и результатами.

Литература

1. Дашкова, И. А. Менеджмент. Методы принятия управленческих решений / И. А. Дашкова, И. В. Ткаченко, Н. С. Захарченко. – Москва : Юрайт, 2020. – 276 с. – Текст : непосредственный.
2. Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений / В. С. Юкаева, Е. В. Зубарева, В. В. Чувикова. – Москва : Дашков и Ко, 2016. – 324 с. – Текст : непосредственный.
3. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – Москва : Вильямс, 2016. – 672 с. – Текст : непосредственный.
4. Гончаров, В. И. Менеджмент: учебное пособие / В. И. Гончаров. – Минск: Современная школа, 2016. – 635 с. – Текст: непосредственный.
5. Глухов, В. В. Менеджмент: для экономических специальностей / В. В. Глухов. – Санкт-Петербург : Питер Пресс, 2017. – 600 с. – Текст : непосредственный.
6. Гайдай, И.Ю. Методы прогнозирования при принятии управленческих решений / И. Ю. Гайдай, М. Е. Корнеев, Г. В. Татаринцева, О. В. Малышенко // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты: материалы VII Международной научно-практической конференции, г. Горловка, 25 марта 2022 г. / отв. ред. Е. П. Мельникова, Е. Ю. Руднева, О. Л. Дариенко / Автомобильно-дорожный институт ГОУВПО «ДОННТУ». – Горловка : ГОУВПО ДОННТУ, 2022. – 489 с. – С. 172–179. – Текст : непосредственный.

РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫМИ СРЕДСТВАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Санжара Людмила Николаевна¹, Трубчанин Владимир Викторович¹,
Халед Хамуда²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Университет науки и техники Хуари Бумедьен, Алжир, Алжир

Аннотация. В статье изучены подходы к трактовке понятия «управление основными средствами». Рассмотрены некоторые аспекты управления основными средствами с позиции системного и процессного подходов. Исследованы положения теории капитала, теории инвестиций, теории организации, что позволило определить закономерности, являющиеся основой управления основными средствами предприятия.

Ключевые слова: основные средства, управление, капитал, инвестиции, системный подход, воспроизводство.

DEVELOPMENT OF THE THEORY OF MANAGEMENT OF FIXED ASSETS OF AN ENTERPRISE

Sanzhara Ludmila¹, Trubchanin Vladimir¹, Khaled Hamouda²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Houari Boumediène University of Science and Technology,
City Algeria, Algeria

Abstract. The article studies approaches to the interpretation of the concept of «fixed asset management». Some aspects of fixed assets management from the standpoint of system and process approaches are studied. The provisions of the theory of capital, the theory of investments, the theory of organization are considered, which made it possible to determine the patterns that are the basis for managing the fixed assets of an enterprise.

Key words: fixed assets, management, capital, investments, systematic approach, reproduction.

Постановка проблемы. В условиях функционирования современных предприятий возникает проблема управления основными средствами как в теоретическом, так и в практическом аспектах. С изменением отношений собственности, разнообразием организационно-правовых форм бизнеса, методов влияния финансового механизма на эффективность производства и

стремлениями товаропроизводителей к изготовлению качественной и конкурентоспособной продукции актуализировались вопросы эффективного управления предприятием, в том числе в части обеспечения оптимального формирования и управления основными средствами.

Обеспечение успеха деятельности предприятия в стратегической перспективе зависит, в том числе, и от способности совместить процедуры приобретения, обновления, использования и выбытия основных средств путем формирования и развития эффективного механизма управления ими.

Анализ исследований и публикаций. Научной основой изучения данной темы являются исследования, нашедшие свое отражение в трудах таких ученых-экономистов, как Ф. Хедоури, П. Друкер, А. Файоль, Р. А. Фатхутдинов, А. И. Барановский, Л. Д. Буряк, А. М. Поддерегин, М. В. Сирьк, В. В. Кобзев, М. К. Измайлов и др.

Несмотря на большое количество и разноплановость научных источников, анализ показал, что вопросы управления основными средствами остаются актуальными и требуют дальнейшего исследования.

Основные результаты исследования. В экономической литературе процесс управления рассматривается как последовательность логически взаимосвязанных действий, которые обеспечивают достижение поставленных целей путем преобразования ресурсов на «входе» системы в продукцию или услуги на «выходе». Под процессом управления следует также понимать серию взаимосвязанных действий – общих функций менеджмента: планирования, организации, мотивации и контроля. В данных определениях говорится о непрерывном и целенаправленном характере процесса управления, осуществляемого аппаратом менеджмента организации, а также его связи с функциями, целями и ресурсами, необходимыми для его реализации. Управление, по словам П. Друкера [1], это «особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и продуктивную группу».

В системе управления различают организацию управления, управленческий процесс, инструменты управления, стиль управленческой работы.

Организация управления состоит из совокупности подразделений в области управления и их взаимосвязи с подчиненными подразделениями, а также друг с другом.

Управленческий процесс – это последовательность взаимосвязанных актов управленческой деятельности. Взаимосвязанные виды деятельности образуют единые функции, цепи которых создают цепи отдельных управленческих действий.

Стиль управленческой работы связан с личностными качествами работников аппарата управления.

По определению А. Файоля управлять – значит вести предприятие к цели, стараясь наилучшим образом использовать его ресурсы [2].

Относительно понятия «управление основными средствами» стоит отметить, что ученые до сих пор не сформировали единого мнения (табл. 1) [3].

Таблица 1 – Трактовка понятия «управление основными средствами»

Автор	Трактовка понятия
Шедловский Р.	Формирование политики интересов использования и воспроизводства основных средств
Колесов О.	Методология, позволяющая увеличить производственную мощность предприятия исключительно за счет использования передовых информационных технологий, не прибегая к закупкам нового оборудования
Наконечный Б.	Сводится к тому, чтобы обеспечить своевременное воспроизводство и повышение эффективности использования основных средств. При этом необходимо учитывать, что основные средства подвергаются не только физическому износу, но и, что особенно важно, моральному износу, когда практически еще новые машины или оборудование дают более низкие показатели по сравнению с вновь созданными. Моральный износ прежде всего касается активной части основных производственных средств и в меньшей степени их пассивной части
Кунц Г., О'Доннел С.	Целью управления является обеспечение максимально эффективного использования основных средств при минимальных затратах на их содержание и обслуживание
Фальцман В., Крылатых Э.	Создание необходимого объема и структуры основных средств и обеспечение выбора оптимального варианта их обновления

В определении Шедловского Р. не указано, с какой целью должна формироваться политика. Колесов О. рассматривает под управлением только увеличение производственной мощности без закупок нового оборудования. Наконечный Б. особое внимание уделяет моральному износу. Кунц Г. и О'Доннел С. сосредоточили внимание на минимизации затрат на содержание и обслуживание основных средств. Фальцман В. и Крылатых Э. рассматривают только объем и структуру с целью выбора оптимального варианта обновления основных средств.

Система управления основными средствами включает следующие элементы (рис. 1):

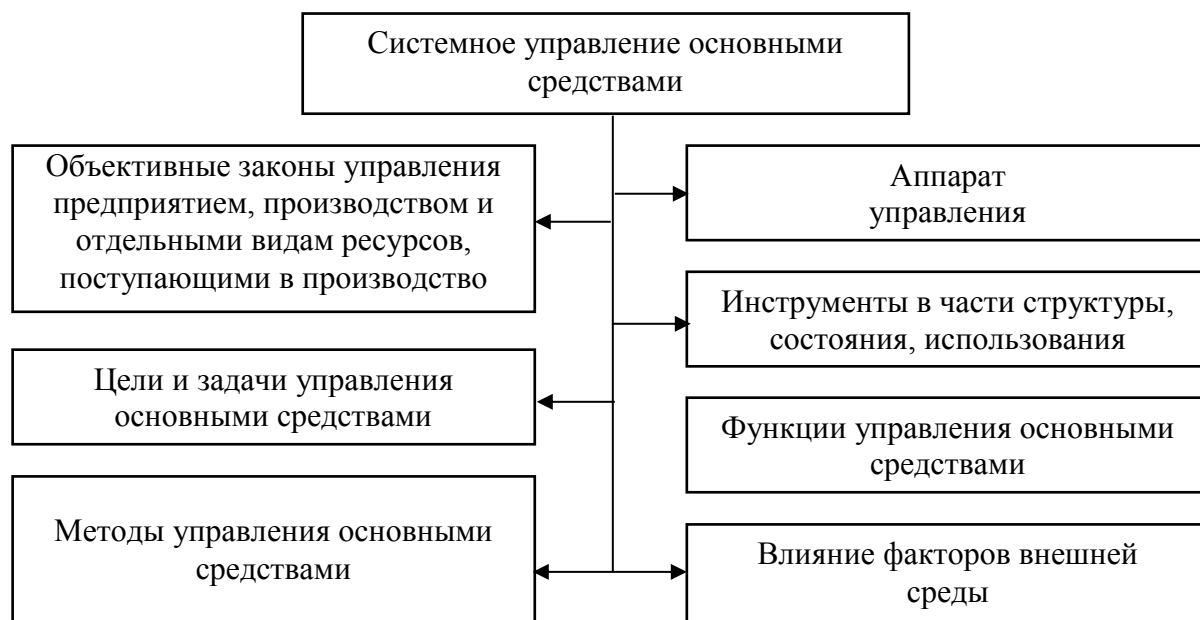


Рисунок 1 – Элементы системы управления основными средствами предприятия

1. Объективные законы управления предприятием, производством и

отдельными ресурсами, привлекаемыми в производство. Принципы управления основными средствами: целеустремленность, системность, непрерывность, взаимозависимость, постоянство, единовластие, учет в управлении потребностей и интересов работников, экономичность, комплексность, адаптивность [4].

2. Аппарат управления (персонал). На большинстве отечественных предприятий, как правило, не назначают сотрудников, деятельность которых полностью связана с управлением основными средствами, из-за чего этим занимаются работники со значительно более широкими должностными обязанностями, что приводит к существенным проблемам в данной сфере.

3. Цели и задачи управления основными средствами. К целям управления основными средствами относятся обеспечение роста производства за счет повышения его эффективности, выпуск конкурентоспособной продукции, своевременная замена физически или морально устаревшего оборудования.

4. Функции управления основными средствами предусматривают выполнение управленцами определенных руководящих действий, а именно планирование, организацию деятельности, мотивацию сотрудников и контроль.

5. Методы управления основными средствами: экономические, социально-психологические, организационно-распорядительные.

6. Воздействие факторов внешней среды, наиболее значимыми из которых являются правовые факторы, инновационно-инвестиционная активность, наличие и стоимость финансовых ресурсов, информационная прозрачность рынка и др.

7. Инструменты в части структуры, состояния, использования: техническое переоснащение; модернизация; ремонт; амортизация; освоение новых видов продукции и услуг; повышение квалификации персонала; система стимулирования.

С позиции процессного подхода управление основными средствами – это процесс формирования и реализации политики обеспечения их рациональной структуры и состояния, повышения экономической эффективности использования в соответствии с возможностями предприятия, динамикой изменений в рыночной среде для достижения стратегических целей деятельности предприятия.

Понятие «основные средства» в классических и современных научных теориях используется в содержательном смысле понятия «капитал». Также величину основных средств предприятия следует рассматривать как результат инвестиций в предыдущие периоды. Кроме того, обеспечение устойчивого развития современного предприятия нельзя рассматривать без увязки с процессами воспроизводства материальной основы производства, то есть основных средств.

По мнению Олейник Е.В., теоретическую основу современной концепции управления основными средствами формируют классические и современные теории капитала, теории инвестиций и теории организации.

Понимание эволюции указанных научных теорий дает возможность определить основные закономерности развития реальных процессов обновления основных средств и обеспечить их использование при формировании

эффективной системы управления на отечественных предприятиях.

1. Теории капитала были и остаются базовыми в процессе исследования механизмов функционирования экономических субъектов в условиях рыночной экономики. Они формируют основу для современного понимания закономерностей развития капитала (основных средств) предприятия.

Согласно этим теориям основной капитал, используемый предприятием:

– представляет собой ранее производимый продукт, а, следовательно, общий уровень развития науки, техники, технологии, производства в значительной степени определяют характеристики используемых в стране основных средств;

– имеет характеристики, связанные с характеристиками человеческого и финансового капитала предприятия;

– увеличивается и обновляется в соответствии с цикличностью развития экономики страны.

2. Теории инвестиций в основные средства на микроуровне. Величина основного капитала является результатом той инвестиционной политики, которую осуществляет предприятие.

Осуществляемые предприятием инвестиции в основные средства:

– обеспечивают формирование базового ресурса предприятия (основных средств), состояние которого определяет характеристики других видов ресурсов (трудовых, нематериальных);

– являются результатом соотношения внутренней потребности предприятия и внешних макроэкономических условий, а это означает, что решение вопроса активизации инвестиционной деятельности лежит в плоскости общеэкономической ситуации;

– должны обладать количественно-качественными характеристиками, отвечающими требованиям отрасли, рынка, современному этапу развития НТП.

3. Теории развития организации. Понимание закономерностей развития организаций и теоретическое объяснение условий обеспечения устойчивого развития дает возможность определить системные характеристики производственного потенциала современной конкурентоспособной компании.

Ключевые моменты теорий развития организации:

– количественные и качественные характеристики основного капитала следует рассматривать как основу развития, а в отдельные периоды – как основу выживания предприятия;

– основные средства в общей классификации ресурсов важны при формировании успешной бизнес-модели предприятия;

– основной капитал остается материальной основой функционирования современного предприятия, имеющей стратегическое значение;

– развитие или саморазвитие требует улучшения не только нематериальных и интеллектуальных ресурсов, но и материальных, в соответствии со стратегическими задачами предприятия.

В табл. 2 представлены содержательные характеристики современной концепции управления основными средствами с позиций системного подхода и с учетом достижений научных теорий.

Таблица 2 – Теоретическая база современной концепции управления основными средствами [5]

Теории капитала	Теории инвестиций	Теории развития организаций
– основные средства – один из видов капитала предприятия; – увеличение капитал-ных благ происходит неравномерно; – накопление капитала имеет постоянную тенденцию к расширению производства; – доход предприятия является производной от стоимости капитальных товаров; – чем выше становится заработная плата, тем активнее она заменяется капиталом, технически сложными основными средствами	– инвестиции в основные средства являются основным направлением осуществляемого на предприятии инвестирования; – инвестиции в основные средства зависят от многих факторов; – увеличение объема основных средств требует большого объема инвестиций, привлеченных на долгосрочной основе; – инвестиции в основные средства характеризуются нестабильностью; – инвестиции в основные средства все чаще рассматриваются через призму альтернативного их размещения на финансовом рынке; – инвестиции в основные средства должны осуществляться в соответствии с планами и стратегиями	– основные средства являются важным индикатором способности предприятия к саморазвитию; – основные средства относят-ся к стратегическим ресурсам предприятия; – количественно-качествен-ные характеристики основ-ных средств определяют способность предприятия создавать добавочную стоимость; – развитие современного предприятия происходит на основе взаимовлияния материальных и нематериальных активов

Выводы. Происходящие экономические изменения создают объективные условия для трансформации методов и подходов к управлению основными средствами предприятия. Правильная постановка проблемы позволяет предприятию сформировать управленческие задачи, принять управленческие решения, разработать мероприятия развития конкурентных преимуществ и адаптации к нестабильным условиям хозяйствования.

Отечественные предприятия нуждаются в неотложном решении проблемы воспроизводства основных средств, что возможно исключительно при учете достижений современной науки. Процесс управления основными средствами должен выстраиваться с учетом содержания теории капитала, теории инвестиций и теории организаций.

Литература

1. Файоль, А. Общее и промышленное управление / А. Файоль. – Москва : Контроллинг, 1992. – 112 с. – Текст : непосредственный.
2. Эффективное управление: пер. с англ. / П. Друкер. – Москва : Гранд, 2002. – 304 с. – Текст : непосредственный.
3. Сирьк, М. В. Сущность управления основными средствами на полиграфических предприятиях Украины / М. В. Сирьк // Экономика и предпринимательство: формирование инновационных моделей развития: материалы междунар. наук-практ. конф., г. Херсон, 7–8 июня. 2013 г. – Херсон : Издательский дом «Гельветика», 2013. – С. 90–91. – Текст : непосредственный.
4. Кобзев, В. В. Система принципов управления основными средствами / В. В. Кобзев, М. К. Измайлов // Организатор производства. – 2021. – Т.29. – № 2. – С. 67–76. – Текст : непосредственный.
5. Олейник, Е. В. Управление основными средствами предприятия сквозь призму классических и современных теорий / Е. В. Олейник // Актуальные проблемы экономики. – 2015. – №6 (168). – С. 47–53. –Текст : непосредственный.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРИМЕРЕ ОТЕЛЯ ЕВРОПА

Ляшенко Марина Сергеевна, Прокопец Татьяна Николаевна
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

***Аннотация.** В работе проведен стратегический анализ деятельности гостиничного предприятия с использованием таких инструментов как SWOT-анализ, PEST-анализ, анализ стратегий развития отеля. В статье особое внимание уделяется анализу внешней среды предприятия, так как для нынешней ситуации в мире необходимо гостиничному предприятию быть готовым к различным действиям и использовать самые эффективные и актуальные методы по поддержке данной организации.*

***Ключевые слова:** Стратегический анализ, факторы, возможности и угрозы, сильные и слабые стороны, поддержание бизнеса, повышение эффективности.*

ANALYSIS OF THE COMPANY'S ACTIVITIES ON THE EXAMPLE OF THE EUROPA HOTEL

Lyashenko Marina, Prokopets Tatiana
Rostov State University of Economics (RINH),
Rostov-on-Don, Russian Federation

***Annotation.** The paper provides a strategic analysis of the activities of a hotel enterprise using such tools as SWOT analysis, PEST analysis, analysis of hotel development strategies. The article pays special attention to the analysis of the external environment of the enterprise, since for the current situation in the world it is necessary for a hotel company to be ready for various actions and use the most effective and relevant methods to support this organization.*

***Keywords:** Strategic analysis, factors, opportunities and threats, strengths and weaknesses, business maintenance, efficiency improvement.*

***Постановка проблемы.** В связи с появлением серьезных конкурентов, а также с рядом изменений, которые происходят в данный момент во внешней среде, которые значительно влияют на предприятие. Необходимо защитить свое положение, изучив всю ситуацию на рынке, проанализировав внутреннюю и внешнюю среду, выделив самые важные эффективные стороны организации.*

***Анализ исследований и публикаций.** Для предприятий свойственно стремление работать с максимальной экономической отдачей. Это заставляет внедрять наиболее эффективные методы управления бизнесом. Каждое предприятие заинтересовано в стабильности, платежеспособности, возможностях экономического роста. Для таких целей необходим анализ деятельности и разработка стратегий и усовершенствования.*

***Цель исследования** – провести анализ деятельности предприятия с целью разработки стратегических альтернатив его развития. Объектом анализа выступает гостиничное предприятие бизнес-отель Европа. Основными клиентами являются бизнесмены и туристы, для которых является наиболее важным наличие*

конференц-залов, а также высокий уровень комфорта и завышенные требования.

Для оценки качества предоставляемых услуг в отеле Европа необходимо провести стратегический анализ для определения сильных и слабых позиций отеля, а также какие возможности можно осуществить для реализации целей и какие угрозы препятствуют деятельности предприятия.

Основные результаты исследования. В ходе анализа деятельности предприятия, который будет проведен в данном исследовании, будут проанализированы все слабые и сильные стороны функционирования организации, чтобы можно было в дальнейшем разработать план по усовершенствованию и повышению эффективности его деятельности.

В период роста конкуренции предприятие должно постоянно поддерживать свою конкурентную позицию на рынке, а также повышать и совершенствовать качество предоставления услуг. Для каждого предприятия наибольшее значение имеет хорошая производительность труда, а для этого необходимо проводить анализ деятельности предприятия, оценивать текущую позицию организации, определить все преимущества и недостатки, выявить риски, а исходя из этого, составить прогноз на будущий план.

В таблице 1 представлен SWOT-анализ организации, в котором проанализированы все возможные угрозы и возможности для данного предприятия.

Таблица 1 – SWOT-анализ отеля Европа

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<p>Низкая стоимость услуг (номерного фонда). Хорошая репутация. Наличие ресторана с панорамными окнами, банкет-зала. Сотрудничество с контрагентами. Хорошее качество номеров по низкой цене. Наличие постоянных гостей (система лояльности: скидки, подарки в честь дня рождения). Удобное месторасположение. Хороший опыт работы, имидж предприятия. Быстрая регистрация гостей. Наличие конференц-залов</p>	<p>Наличие плохих отзывов. Отсутствие обновления. Отсутствие рекламы. Низкая производительность труда (горничные не успевают выполнять свою работу). Маленькое кол-во штатных единиц (горничных). Отсутствие ассортимента дополнительных услуг для бизнес-отеля. Нехватка парковочных мест (т.к. на территории отеля общая городская парковка для города). В наличии только один номер для лиц с ограниченными возможностями. Маленькое кол-во дополнительных развлекательных услуг (экскурсии, организация праздников). Отсутствие в ресторане обедов, ужинов, заказов столов. Ресторан функционирует только на завтраки и банкеты. Отсутствие высококвалифицированного персонала со знанием иностранных языков. Высокая текучесть кадров службы СПИР, горничных, охраны. Отсутствие формы для персонала. Старый номерной фонд, который требует ремонта.</p>
Возможности (O)	Угрозы (T)
<p>Создание рекламы не только по сети Интернет. Активизировать работу в социальных сетях (Вконтакте), обновить сайт отеля. Расширить свои точки, свою сеть. Повышать профессионализм персонала. Создание своей парковки (не общей для города). Эффективное и выгодное сотрудничество в рекламе с другими предприятиями. Охват новых целевых групп (заинтересовать новых клиентов). Усовершенствование технологий в создании и предоставлении новых услуг. Уход с рынка прямых и сильных конкурентов.</p>	<p>Появление новых конкурентов на рынке. Изменение потребностей и вкуса потребителей. Экономические факторы (курс рубля, который определяет покупательскую способность населения и характер покупок, уровень налогообложения). Социально-демографические факторы (распределение населения по уровню доходов), предпочтения и мотивация целевых потребителей. Политические (законодательные акты). Отсутствие квалифицированных кадров.</p>

Составлено автором

Проведя анализ сильных и слабых сторон, можно сделать вывод о том, что:

- следует укреплять и поддерживать свои сильные стороны;
- развивать уровень качества предоставления услуг;
- поддерживать свою известность;
- обновлять номерной фонд;
- поддерживать конкурентную позицию на рынке;
- чтобы защищаться от угроз, нужно постоянно анализировать внешние факторы.

Далее проведем анализ стратегий предприятия и представим их в таблице 2.

Таблица 2 – Анализ стратегий

SO-стратегии	WO-стратегии
<p>Открытие нового предприятия в удобном местоположении.</p> <p>Повышение конкурентоспособности бизнеса: создать свою частную парковку, повысить профессионализм персонала, создать рекламу не только по сети интернет и усовершенствовать свои технологии в предоставлении услуг потребителям.</p> <p>Увеличение прибыльности бизнеса.</p> <p>Рост привлекательности услуг для клиентов.</p> <p>Привлечение новых клиентов</p>	<p>Разработка и использование рекламной политики.</p> <p>Разработка системы лояльности для клиентов (скидки и акции).</p> <p>Повышение заработной платы (горничным) за счет чего повысится производительность труда.</p> <p>Набор дополнительного персонала(горничных) за счет чего повысится производительность труда.</p> <p>Создать несколько номеров разных категорий для лиц с ограниченными возможностями.</p> <p>Разработать систему организаций развлекательных услуг (сотрудничество с экскурсионными предприятиями, прокат велосипедов).</p> <p>Открыть ресторан для гостей (включительно на обеды и ужины)</p>
ST-стратегии	WT-стратегии
<p>Провести профессиональную переподготовку персонала по мере необходимости, прохождение курсов, для администраторов: с экономическим/финансовым уклоном. Свои сильные стороны могут обеспечить защиту от угрозы отсутствия квалифицированных кадров: вкусная еда в ресторане, качество, отличный шеф-повар, который готовит и создает блюда на высочайшем уровне, качество предоставления услуг, низкая стоимость номерного фонда.</p> <p>За счет постоянного обновления и улучшения качества услуг, за счет конкурентных преимуществ можно защитить свое предприятие от появления новых конкурентов на рынке</p>	<p>За счет постоянной текучести кадров увеличивается отсутствие квалифицированных кадров. Тогда нужно провести профессиональную переподготовку персонала.</p> <p>За счет того, что меняются потребности и вкусы потребителя, то есть у клиента может появиться желание посетить более известное заведение.</p> <p>Тогда нужно повысить свою репутацию и известность за счет внедрения рекламы не только по сети Интернет.</p> <p>А также за счет отсутствия частной парковки (так как не всегда имеются в наличии места), гости не будут являться посетителями данного заведения из-за неудобства, в связи с чем изменится покупательская способность.</p> <p>Чтобы снизить появление новых конкурентов на рынке нужно расширять свою сеть, становиться более известными и повышать свое конкурентное преимущество.</p> <p>Чтобы снизить политические факторы нужно следить за внешними угрозами, а также в случае появления этого фактора(пандемии) иметь способности и возможности работать и получать прибыли (доставка из ресторана от отеля).</p> <p>Разработать систему мотивации для сотрудников</p>

Составлено автором

Итак, за счет улучшения и повышения качества предоставляемых услуг в отеле будет возможность защитить предприятие от появления новых конкурентов.

На основании проведенного анализа стратегий можно выделить рекомендации по улучшению деятельности отеля: расширять свою сеть; развивать свою маркетинговую стратегию путем развития рекламы не только в сети Интернет для нового числа поток целевой аудитории; заниматься квалификацией персонала, а также следить за новыми тенденциями и спросом клиентов.

Далее проведем PEST-анализ предприятия для того, чтобы проанализировать внешние факторы, которые могут повлиять на деятельность организации, анализ поможет учесть влияние факторов внешней окружающей среды на наше предприятие. Представим его в табл. 3

Таблица 3 – PEST-анализ

Политические факторы		Экономические факторы	
Угрозы	Возможности	Угрозы	Возможности
Ужесточение государственного контроля над деятельностью предприятий гостиничной деятельностью, а также над ИП. Сложная налоговая система, приводящая к установлению высоких цен на услуги	Будущее и текущее законодательство, регулирующие правила работы в отрасли (государственная поддержка предприятий). Налоговая политика (тарифы и льготы). Субсидирование государством регионов	Кредитно-денежная и налогово-бюджетная политика страны. Уровень инфляции. Уровень конкуренции	Доступная система лояльности для кредитов. Уровень развития предпринимательства и бизнес-среды. Благоприятная экономическая ситуация
Социокультурные факторы		Технологические факторы	
Угрозы	Возможности	Угрозы	Возможности
Отсутствие квалифицированных кадров. Демографические изменения. Негативные изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы	Бренд, репутация, имидж предприятия. Ориентация на качество предоставления услуг. Изменение в предпочтениях клиентов	Изменения в патентном законодательстве и индустрии. Средние затраты государства и компаний на научные исследования	Доступ к новейшим технологиям, лицензирование, патенты. Уровень инноваций и технологического развития отрасли. Изменение рекламных технологий, развитие бесконтактной оплаты

Составлено автором

Проведя PEST-анализ предприятия, выделив различные внешние факторы, которые могут влиять на организацию, можно сделать вывод о том, что среди важных возможностей для предприятия являются: уровень развития предпринимательства; налоговая политика; будущее и текущее законодательство (например, государственная поддержка предприятий).

Был выделен список внешних угроз, которые в наибольшей степени могут повлиять на предприятие. Среди данного списка можно выделить угрозы, на которые предприятию стоит обратить наибольшее внимание и иметь ряд возможностей, которые помогут устранить их.

Ниже представлены данные угрозы:

– налоговая система, которая может привести к установлению высоких цен

на услуги,

- ужесточение государственного контроля,
- уровень конкуренции,
- отсутствие квалифицированных кадров.

Выводы. Чтобы защищаться от угроз, отелю необходимо регулярно проводить PEST-анализ, анализировать внешние факторы, следить за интересами и требованиями своих клиентов для того, чтобы вовремя устранить и ликвидировать недостатки, улучшить свои слабые стороны, вовремя влиться в какое-либо непредвиденное событие. Стоит в дальнейшем разработать схему по совершенствованию организации и технологии предоставления услуг, чтобы поднять и усилить свою конкурентную позицию. Ведь за счет своих сильных сторон можно выиграть в конкурентной борьбе и ликвидировать сильных конкурентов.

Проведя несколько видов анализа отеля Европа, можно сделать вывод о том, что предприятие обладает такими сильными сторонами, как низкая стоимость номерного фонда, высокое качество номеров, удобное месторасположение, а также предоставление гостям широкого ассортимента дополнительных услуг.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что перед управляющими отелями стоит задача по поддержанию своего бизнеса в ситуации сильной конкурентной борьбы. Прежде всего, отельерам необходимо использовать всевозможные методы по привлечению гостей. Чтобы привлечь клиентов необходимо использовать систему лояльности, необычное предложение для привлечения и удержания клиентов, а также за счет уникального торгового предложения и основных услуг можно в дальнейшем быть конкурентоспособным предприятием и вести конкурентную борьбу с выигрышной позицией.

Литература

1. Крючков, В. Н. Методологические аспекты SWOT-анализа / В. Н. Крючков // Journal of new economy [Электронный ресурс]. – 2005. – №10. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/metodologicheskie-aspekty-swot-analiza>. – Текст : электронный.

2. Кувылина, Т. В. Изменение методов анализа среды предприятия в условиях пандемии на примере PEST-анализа / Т. В. Кувылина, В. В. Черепанова // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – №6 (96). – Часть 1. – С. 75–77. – Текст : непосредственный.

3. Официальный сайт отеля «Европа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://europahotel.ru/>.

ГЕНЕЗИС ФЕНОМЕНА РЕЛИГИОЗНОЙ КОММУНИКАЦИИ В НАУЧНОЙ МЫСЛИ

Дариенко Оксана Леонидовна¹, Ивлев Иоанн Викторович¹,
Луаи Мохаммед Раджаб Аль-Обайди²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика
²Технологический институт, г. Багдад, Ирак

Аннотация. В статье осуществлена классификация исследований в области религиозных коммуникаций в четыре логических блока и представлен их комплексный анализ. На основе проведенного исследования сделан вывод об отсутствии комплексного представления о роли религиозной коммуникации в миссионерско-пропагандистской деятельности христианских церквей в научной мысли.

Ключевые слова: религиозная коммуникация, Православная церковь, интернет-коммуникации, проповедь, информационная война

GENESIS OF THE PHENOMENON OF RELIGIOUS COMMUNICATION IN SCIENTIFIC THOUGHT

Darienko Oksana¹, Ivlev Ioan¹, Luay Mohammed Rajab AL-Obaidi²

¹Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic
²Institute of Technology, City Baghdad, Iraq

Abstract. The article classifies research in the field of religious communications into four logical blocks and presents their comprehensive analysis. Based on the conducted research, it is concluded that there is no comprehensive understanding of the role of religious communication in the missionary and propaganda activities of Christian churches in scientific thought.

Keywords: religious communication, Orthodox church, internet communications, preaching, information warfare

Постановка проблемы. В условиях демократизации социальных процессов современного общества значительно возрастает интерес к религии, как общественному феномену, снимаются искусственные препятствия, отделяющие верующего человека от религиозных ценностей. Новые исторические реалии информационного общества, учитывая, что сущность феномена религиозной коммуникации раскрывается в реализации потребностей, стремлений верующих, мировоззренческих ориентиров религиозных общин, побуждают религиозные организации к активной работе в виртуальном пространстве. Религиозная Интернет-коммуникация ускоряет

информационный обмен, расширяет познавательные возможности, как отдельного человека, так и религиозного сообщества в целом, обеспечивая его идеологическую целостность.

Анализ исследований и публикаций. Предметом теоретических и практических исследований в данном направлении посвящены труды Азначевой Е. Н., Баевой И. В., Грошко Ю. Н., Кондратовой М. Д., Максимовой Т. М., Резникова Р. Ф., Саломатовой Ю. Н., Черничкина Д. А. и др.

Цель исследования – исследование генезиса религиозных коммуникаций в научной мысли.

Основные результаты исследования. Проблема роли религиозной Интернет-коммуникации в миссионерской деятельности христианских церквей находится на пересечении религиоведческого, философского и социально-коммуникационного дискурсов, что позволяет классифицировать источники в данном направлении в несколько логических блоков и дать их комплексный анализ.

К первому блоку относят труды, характеризующие сущностные признаки религиозной коммуникации и ее функциональную направленность.

Ко второму блоку относятся исследования, посвященные вопросам религиозно-философского осмысления, проблемы места и роли религиозных коммуникаций в социально-коммуникационной системе общества.

Третий блок образуют научные публикации, монографии, посвященные анализу социально-коммуникационной обусловленности развития современного глобализационного мира в целом и роли религиозного фактора в его становлении в частности.

В четвертый блок вошли научные исследования по конкретным аспектам проявления религиозных коммуникаций и их пропагандистской направленности.

Христианская Интернет-коммуникация по своей этико-религиозной направленности базируется на теоретическом наследии представителей ранней, средней и поздней патристики (II–VIII вв.: Ориген, Климент Александрийский, Василий Великий, Григорий Богослов, Григорий Нисский, Псевдо-Дионисий Боецкий, Иоанн Дамаскин, являющихся представителями как восточной, так и западной ветви христианства).

Христианские теологи и философы периода раннего Средневековья оставили свои исследования проблем речевой деятельности и языка как его орудия. В данную эпоху авторитет ораторского искусства в обществе оставался достаточно высоким: на смену античной риторике, базировавшейся на гражданском и судебном красноречии, приходит гомилетика – искусство церковной проповеди, поддерживаемой авторитетом церкви, нашедшее свое отражение в творчестве Августина Аврелия [1].

У Антония Великого [2] искусство коммуникации служит для духовных наставлений последователей, а в письмах и наставлениях Василия Великого [3] раскрыто нравственное содержание разных уровней религиозной коммуникации – сущность молитвы как общения с высшей Божественной сущностью, нравственное содержание межличностной коммуникации.

Сущность христианской гомилетики как искусства пастырского

красноречия находит свое отражение в каждом из христианских направлений. Православные богословы акцентируют внимание на боговдохновении проповеди. В теоретике православного богословия П. Флоренского [5] представлены идеи по осмыслению сущности вербальной и невербальной систем в христианской коммуникации, считавшего, что католики – это люди зрительного типа, протестанты – слухового. Православие же представляет собой гармоничное равновесие зрительного и слухового типа, поэтому в православии пение сочетается с живописью. Такой взгляд обусловлен, прежде всего, конфессиональной принадлежностью самого мыслителя, но все же он не лишен теоретического обоснования.

Вопросы религиозных коммуникаций в различных аспектах их проявления находятся в фокусе современных религиоведческих и социально-коммуникационных исследований. Комплексный анализ особенностей восприятия Православной церкви в средствах массовой информации позволил выявить их общие и отличительные черты. Общими чертами являются формы проявления виртуализации и медиатизации, которые могут быть представлены в религии, культуре, искусстве; они являются процессами, характеризующими развитие общества в XXI веке; напрямую связаны с активным использованием СМИ в религиозной сфере и информатизацией общества; виртуализация религии, медиатизация религии не заменяет традиционные формы коммуникации в Православной церкви – они являются реакцией на требования времени. В качестве отличительной черты можно выделить более широкое содержание медиатизации. Главное отличие в восприятии Православной церкви в светских и религиозных средствах массовой информации проявляется в том, что авторы материала светских медиа чаще стремятся влиять на реципиентов на когнитивном уровне (логическом, критическом, аналитическом), тогда как конфессиональные издания демонстрируют влияние в большей степени на аффектном, чувственном уровне.

Определяя роль Интернета в религиозной коммуникации христианских конфессий, можно отметить, что церковные объединения всех христианских конфессий – епархии, приходы, монастыри, учебные заведения активно создают свои сайты, благодаря чему выстраивается собственная информационная политика. В этот процесс включены социальные сети и блогосферы, как для презентации литературы конфессионального направления, так и миссионерской работы. Представленность конфессий во Всемирной сети в современных условиях не ограничивается только официальными сайтами церквей, поскольку идет активное освоение киберпространства, результатом которого является открытие сайтов епархий, монастырей, а также реализация активной коммуникации через блоги и социальные сети.

Особенности проявления коммуникационной функции религии в христианских конфессиях анализирует в своих исследованиях М. Петрушкевич [6], рассматривая проблему связи средств передачи информации и особенностей построения систем коммуникации христианских конфессий; анализируя конфессиональные изменения коммуникации под влиянием современных информационных технологий, особенности восприятия конфессиональной коммуникации, изменения в сознании верующих. Автор

отмечает, что основными источниками информации о различных вероисповедных особенностях конфессий в современном мире являются, прежде всего, средства массовой информации, религиозная литература и встречи с миссионерами, однако постепенно теряется роль традиционных храмовых форм религиозной коммуникации [6].

Анализу сущности религии как «коммуникативно-парадигмальной» модели коммуникации в культуре посвящены работы Е. Юнусовой [7]. В частности, автор предлагает следующие модели религиозной коммуникации – две модели вертикальной коммуникации: теистическая модель, обозначающая движение Бога навстречу человеку и получающая свое осуществление в модусе откровения, и антропологическая модель, которая воплощает движение человека навстречу Богу и осуществляется в модусе молитвы; а также, три модели горизонтальной коммуникации, а именно: межличностная (Я и Другой), социальная (Я и сообщество) и межконфессиональная модель (сообщество и сообщество) [7].

Большой интерес в вопросах раскрытия отдельных аспектов проявления религиозных Интернет-коммуникаций представляют научные исследования Л. Выговского, Л. Гарас, В. Заболотной, К. Лученко. В частности, механизмы формирования оптимизации отношений власти и религиозных институций на пути поиска общественного диалога раскрыты Л. Гарасом [8]. Автор подчеркивает, что диалог между государством и религиозными организациями и религиозная толерантность в коммуникации между разными конфессиями выступает предпосылкой общественного согласия, что способствует гармонизации социально-политических проблем и стабилизации окружающей социальной действительности. Л. Выговский анализирует влияние постмодерна на процесс трансформации содержания и форм функционирования религиозного комплекса в современных условиях [5]. Регулятивный потенциал духовно-нравственных ценностей в условиях глобализации раскрыт в исследованиях В. Заболотной [5]. Роль Интернета в информационно-коммуникационной деятельности Православных церквей проанализирована в научных изысканиях К. Лученко [8].

Второй блок исследований посвящен особенностям проявления религиозных Интернет-коммуникаций в социально-коммуникационной системе общества.

В современной западноевропейской философской мысли теоретическое обоснование реализации различных аспектов социальных коммуникаций раскрыто в исследованиях Ю. Габермаса. Активный анализ сущности коммуникации, места религиозных коммуникаций в системе социальных коммуникаций и их классификационных характеристик осуществляется в трудах С. Бориснева, М. Василика, Е. Зарецкой, В. Конецкой. Авторы придерживаются позиции, что коммуникация является явлением системным, структурным, социальным, историческим, психологическим и т. д., соответственно, она выступает важным фактором в формировании и развитии общественных отношений. Не существует общества без коммуникации, оно является тем процессом, который обеспечивает образование общества. В частности, В. Конецкая подчеркивает значение коммуникации как основного

средства общественного взаимодействия, определяя ее как интер-субъективный процесс конституирования значений, путем формирования общности представлений для двух и более субъектов на основе их взаимного соглашения.

Различные формы представления религии в СМИ проанализированы в научных и научно-методических публикациях А. Бойко [9].

Трансформация языковых форм религиозной культово-богослужебной деятельности раскрыта в трудах Н. Мечковской [10], отмечающей, что с точки зрения семиотики, язык и религия – это две самобытные знаковые системы, обладающие своим содержанием и способом передачи этого содержания. Автор выделяет имеющиеся в каждой религии два главных направления коммуникации: вертикальный (от Бога через пророка (наставника, священника) к людям) и горизонтальный (коммуникация в рамках религиозной общины) уровни.

С точки зрения В. Лубского [5], религиозная коммуникация охватывает различные процессы взаимодействия: общение, социализацию, развитие связей между отдельными верующими, между религиозной общиной и духовенством, между религиозными организациями разного вероисповедания.

Третий блок исследований занимают научные труды, посвященные анализу религиозно-коммуникационной обусловленности развития современного глобализационного мира. Следует подчеркнуть, что формирование системы религиозной Интернет-коммуникации является логическим следствием активного развития современного информационно-коммуникационного общества, что требует внимания к исследованиям, ориентированным на анализ социально-коммуникационной составляющей современных социальных трансформаций.

Среди ученых, разделяющих идею возникновения нового общества, заслуживает особого внимания позиция основателя теории постиндустриализма Д. Белла [11]. Переход к «постиндустриальной или информационной эре» Д. Белл связывает с третьей технологической революцией, основанной на четырех новациях: замена механических, электрических и электромеханических систем на электронные; превращение информации в цифровую форму; миниатюризация; активное внедрение программного обеспечения.

С развитием электронных средств массовой информации, информационных технологий и усовершенствованием компьютерной техники в коммуникативистике и социологии, расширяется поле научной дискуссии о функциях средств массовой информации, роли информации в жизни общества и ключевых тенденций построения информационного общества. Основные идеи по становлению современной информационной цивилизации раскрыты М. Маклюэном [12], обнаружившим, что в современную информационную эпоху не только телевизионное восприятие, но и вся жизнедеятельность социума осуществляется по принципу мозаичного резонанса: средствами массовой информации и компьютера, так называемая «глобальная деревня». В современном информационном обществе политическая и экономическая борьба уступают борьбе за доступ к информационным ресурсам, что приводит к переходу военных противостояний в информационное пространство. Учитывая

доминантное значение информации в современном мире, М. Маклюэн отметил, что истинно тотальная война – это война, осуществляемая с помощью информации.

П. Дракер в своей концепции информационного общества соотносит общественный прогресс с тремя этапами изменения роли знания в обществе: первый этап связан с применением знаний для разработки орудий труда, технологий и организации промышленного производства; второй этап общественного развития – с применением знаний к процессам организованной трудовой деятельности; на третьем (современном) этапе знания становятся основным условием производства [13].

Теоретической основой анализа современных Интернет-коммуникаций как своеобразной знаковой реальности стали идеи, раскрытые в трудах М. Постера и Ж. Бодрияра. В частности, М. Постер [14] утверждает, что распространение информационных технологий (следовательно, и электронного способа обмена информацией) оказало глубокое влияние на наш образ жизни, на то, что мы думаем о самих себе, на нашу «сеть социальных связей». Автор предложил собственную модель изменений в обществе, основанную на различных способах (модусах) обмена символами (устного, письменного и электронного обмена сообщениями). В частности, в своих исследованиях он раскрывает идею символичности религиозной Интернет-коммуникации, как одну из доминантных.

Опасности новой информационно-коммуникационной реальности отмечает Ж. Бодрийяр [15], введший в научный обиход термин «симулякр» для обозначения специфического режима конституирования, восприятия и воспроизводства знаковых комплексов имеющейся культуры. Симулякры – это образы, поглощающие и вытесняющие реальность, поэтому существует определенное состояние цивилизации, когда симулякры уже не образуют какую-либо отдельную сферу знаковых реальностей, а становятся тотальным и всеобщим режимом функционирования любой знаковости как таковой – независимо от ее происхождения и первоначального содержания. Событие, творящее современную историю – это дискретная совокупность личностных усилий людей, которым удастся выйти за пределы симулякров, – этот тезис стал основой анализа знаковой природы религиозных Интернет-коммуникаций.

Существенный вклад в развитие идей нового информационно-коммуникационного общества внесла концепция Э. Тоффлера [16], выделяющего в истории цивилизации три волны: первая волна – аграрная (до XVIII в.); вторая – индустриальная (до 1950-х гг. XX ст.); третья – пост- или супериндустриальная (начиная с 1950-х годов). Э. Тоффлер описывает процесс отмирания индустриальной цивилизации в терминах «техносферы», «социосферы», «информационной» и «властной сферы», показывает, какие кардинальные изменения в современном мире претерпевает каждая из обозначенных сфер.

Религиозная Интернет-коммуникация является логическим следствием современной информационно-коммуникационной революции и неотъемлемой составляющей сетевых Интернет-коммуникаций, содержание которых раскрыто в концепции « сетевого общества», разработанной М. Кастельсом [17].

Главный аргумент М. Кастельса состоит в том, что «информационная эпоха» предшествует формированию нового информационного общества, возникающего за счет быстрого развертыванию сети компьютерных информационных технологий и в функционировании которого ведущее значение имеют информационные потоки. Среди прочего М. Кастельс отмечает, что пребывание в сети – условие полноценного участия в жизни современного общества.

В то же время активное развитие современного информационного общества несет в себе не только позитивные моменты. В частности, Ф. Уэбстер [18] подчеркивает опасности манипулятивного влияния Интернет-технологий на массовое сознание.

На проблемах реализации теории мультикультурализма акцентируют внимание П. Саух и Ю. Саух [5], отмечая, что межкультурная коммуникация, построенная на концепции поликультурного образования, создает особое коммуникационное поле смыслового сечения. В процессе общения с «Другим» и его культурой проявляется взаимодействие индивида с социально обусловленными ролями, ценностями, нормами и обычаями, установками и ожиданиями, которые личность должна выбирать и воспроизводить, чтобы достичь идентичности в сложном процессе взаимного признания. Социальный запас знаний, полученный человеком в процессе межкультурной коммуникации, выступает условием принятия и понимания Другого.

При этом важно отметить, что религиозные Интернет-коммуникации (в зависимости от целей коммуникантов и реципиентов) могут иметь как конструктивную, так и деструктивную направленность: с одной стороны они способствуют утверждению религиозной идентичности, с другой – могут выступать действенным средством разжигания религиозных конфликтов.

Четвертый блок исследований посвящен конкретным проблемам реализации пропагандистского влияния путем привлечения современных религиозных Интернет-коммуникаций.

В философской мысли область исследования «виртуального» охватывается двумя исконными философскими вопросами: о разрешении противоречия между абсолютным становлением и неизменным Бытием, и о связи уникального и универсального, обладающего способностью к постижению в аффективных и трансцендентных состояниях человека.

В западной философской мысли «виртуальное» как научная проблема стала объектом внимания в исследованиях Д. Белла, М. Кастельса, Н. Лумана, Р. Барта, Ж. Бодрийера. Проблема виртуальной реальности актуализирована в трудах российских ученых А. Бодрова, П. Браславского, А. Воронова, Р. Вилкова, О. Елховой, А. Заморкина, Д. Иванова, А. Кириллова, Е. Ковалевской, И. Корсунцева, В. Ладова, А. Малышко, Н. Носова, М. Опенкова, С. Орехова, Э. Таратуты, А. Фандеевой, С. Хорунжего. В частности, в отечественных исследованиях виртуальной действительности внимание сосредотачивается на вопросах исторических принципов становления парадокса виртуальной действительности, категорий соотношения понятий «виртуальное» и «реальное» в философской мысли, положительные моменты и угрозы виртуального для человека.

Для анализа сущности виртуального феномена в религиозной коммуникации существенным стал вывод П. Богачевского о том, что анализ ситуации, когда сознание человека является виртуальным промежуточком между «реальностью – средой» и «реальностью – телом», включенным в эту среду, позволяет утверждать, что виртуальность здесь оказывается условием сохранения сознанием человека целостной картины мира [5].

В частности, А. Карина отмечает, что «виртуальная реальность играет роль напоминания о существовании забвения бытия в формах его представления и, таким образом, является условием поиска истины. Связи между элементами виртуальной реальности не локализируются, пространство и время находятся в процессе постоянной смены, каузальные отношения нарушаются» [19].

Е. Уханов [20] акцентирует свое внимание на виртуальном пространстве сетевых коммуникаций, отмечая, что специфика компьютерной, сетевой виртуальной реальности как динамической незавершенной среды, расположенной в зоне медиации, взаимозависимостей и взаимодействий человека и мира, созданной информационными технологиями, заключается в том, что знаки, формирующие этот тип виртуальной реальности, являются симулякрами. В результате в виртуальной реальности сочетаются противоречивые тенденции: высокий уровень креативности и угроза замещения реальности экранным миром.

Анализ пропагандистских стратегий манипулирования общественным сознанием в системе христианских Интернет-коммуникаций обусловил необходимость обращения к исследованиям Г. Лебона, В. Джемса, З. Фрейда, Г. Тарда, Г. Блумера, Э. Карнетти, С. Сигеле, А. Назаретяна.

Г. Лебон [21], классифицируя виды толп, выделяет религиозно направленную секту как однородную толпу, объединенную общностью верования, хотя и имеющую разный профессиональный состав, воспитание и среду обитания.

Общей чертой человеческих сообществ, определяющих их стремление к определенной цели, с точки зрения Г. Тарда, является подражание. В частности, он указывает, что «взаимное подражание, когда основой его служат схожие убеждения и, особенно, подобные психологические состояния, являются подлинным усилением интенсивности, свойственной этим убеждениям и этим состояниям, у каждого из тех, кто переживает их одновременно с другими» [22]. Но если подражание в группе осознанно, то в толпе, управляемой эмоциями, подражание бессознательно, неуправляемо, и поэтому опасно.

Проблема массового поведения, среди прочих, стала темой исследований американского социолога Г. Блумера [5]. Автор отмечает, что в толпе индивиды постоянно бессознательно взаимодействуют друг с другом, иррационально внушая друг другу определенную идею, представленную извне лидером или манипулятором, поэтому поступок или действие всегда предшествует его рациональному осмыслению. Э. Карнетти [5] характеризует толпу как «массу открытую» и «массу закрытую», соответствующую религиозной группе, поэтому для больших мировых религий характерно стремление к «закрытой

массе», которая лучше сохраняет свои качественные показатели под давлением внешнего воздействия и подвергается соответствующему управлению.

С. Сигеле [23] предстает толпу как деструктивное явление, управляемое умелым манипулятором, в котором индивид, благодаря своей анонимности, способен на любые (даже преступные) поступки.

Российский исследователь А. Назаретян [24] характеризует массовое сознание через анализ феномена циркулярной реакции, определяемой как передачу эмоционального состояния на психофизиологическом уровне контакта между организмами; как следствие – исчезают индивидуальные разногласия, снижается роль личностного опыта и здравого смысла.

Феномен виртуальной реальности в конкретных ситуациях его проявления взаимосвязан с информационной войной как эффективной коммуникативной технологией воздействия на массовое сознание, активно используемое в религиозно-пропагандистской деятельности. Понятие «информационная война» синтетическое, вобравшее в себя ряд явлений исторического развития человечества, находящего свою реализацию в разных уровнях коммуникативного взаимодействия масс, народов, социальных групп. Ключевым определением, формирующим дальнейшие научные обобщения понятия «информационная война», является тезис древнекитайского мыслителя Сунь-цзы: «война – это путь заблуждения».

Тема информационной войны, ее средств и стратегий реализации является объектом активных исследований в российском научном дискурсе. Среди российских ученых в процессе работы над данной проблемой стоит отметить С. Бухарина, Н. Брусницына, С. Зелинского, Н. Волковского, И. Панарина, В. Прокофьева, С. Расторгуева.

Анализ феномена информационной войны используется в двух основных аспектах – как информационно-психологическая война, которая может осуществляться как в процессе непосредственной коммуникации, так и в виде скрытых воздействий с использованием средств виртуальной реальности; сетевая война – манипулятивные воздействия с активным привлечением технических (компьютерных) средств, которые могут иметь вид как направленного коммуникативного акта без возможности обратной связи (просмотр информации на конкретном профессиональном сайте), так и диалогической коммуникации (чат).

Так, в трудах С. Бухарина [25] даны определения стратегий информационного противоборства. Н. Брусницын [26] основное внимание уделяет вопросам информационных операций через призму пропаганды, психологического воздействия и дезинформации. Автор раскрывает особенности психологических манипуляций в процессе ведения информационной войны, определяя ее как войну влияния на мышление.

Исследование Н. Волковского [27] сосредоточены на выяснении сущностных особенностей развития информационной войны как социально-коммуникационного явления в историческом контексте.

С. Зелинский [28] идентифицирует негативные информационно-психологические воздействия, прежде всего, как манипулятивные действия на личность, ее представление и эмоционально-волевую сферу, на групповое и

массовое сознание, определяя информацию как основной двигательный механизм ведения психологических войн.

В исследованиях И. Панарина [29] акцент делается на информационно-психологических войнах как целенаправленной выработке и распространении специальной информации, что оказывает непосредственное влияние на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения определенной территории или государства.

Исследования Н. Волковского [27] и С. Расторгуева [30] содержат анализа информационных угроз в сети Интернет. С. Расторгуев предлагает рассматривать сущность информационной войны в сети как скрытое целенаправленное информационное влияния с использованием специальных средств технического направления информационных систем с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере.

Информационная война является формой конфликта, в которой происходят атаки на информационные системы противника, где одним из основных методов ведения информационных операций является информационное влияние, оказываемое в целях информационного управления. Автор определяет веб-среду как главное средство реализации информационных противоборств и психологических воздействий в современную эпоху активного развития информационно-коммуникационных технологий.

Выводы. Таким образом, констатируя несомненный вклад выше рассмотренных работ, которые дают основательный базовый материал для дальнейших научных изысканий по проблемам религиозных коммуникаций, отметим, что в научном мнении отсутствует комплексный анализ роли религиозной коммуникации в миссионерско-пропагандистской деятельности христианских церквей во всех ее проявлениях.

Литература

1. Августин, Аврелий. Христианская наука или основания священной герменевтики и церковного красноречия / Аврелий Августин. – Санкт-Петербург : Библиополис, 2006. – 512 с. – Текст : непосредственный.

2. Смирнова, Е. А. Антоний Великий. Поучения / Е. А. Смирнова. – Москва : Сретенский монастырь, 2008. – 704 с. – Текст : непосредственный.

3. Париманчук, Никон. Василий Великий. Примите слово мое : сб. писем / Никон Париманчук. – Москва : Сретенский монастырь, 2007. – 384 с. – Текст : непосредственный.

4. Флоренский, П. А. У водоразделов мысли : (черты конкретной метафизики) / П. Флоренский. – Москва : Академический проект. – Т. 2. – 2013. – 607 с. – Текст : непосредственный.

5. Петрушкевич, М. С. религиозные коммуникации: христианский контекст : монография / М. С. Петрушкевич. – Острог : Изд-во нац. универ. «Острожская академия», 2011. – 228 с. – Текст : непосредственный.

6. Юнюсова, Е. И. Коммуникативное пространство религии в европейской культуре : специальность 09.00.04 «Философская антропология, философия культуры» : автореферат диссертации на соискание ученой степени

кандидата философских наук / Юнусова Евгения Иосифовна. – Харьков, 2005. – 17 с. – Текст : непосредственный.

7. Гарас, Л. М. Влияние религиозного фактора на становление гражданского общества : специальность 09.00.03 «Социальная философия и философия истории» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Гарас Людмила Николаевна. – Симферополь, 2007. – 16 с. – Текст : непосредственный.

8. Лученко, К. В. Интернет в информационно-коммуникационной деятельности религиозных организаций России : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Лученко Ксения Валерьевна. – Москва, 2009. – 22 с. – Текст : непосредственный.

9. Бойко, А. А. Политика и религия в зеркале прессы / А. А. Бойко // Научные записки Института журналистики КНУ им. Т. Шевченко. – Киев, 2005. – Т. 17. – С. 25–35. – Текст : непосредственный.

10. Мечковская, Н. Б. Язык и религия. Лекции по философии и истории религии / Н. Б. Мечковская. – Москва : Агенство «ФАИР», 1998. – 352 с. – Текст : непосредственный.

11. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – Москва : Academia, 2004. – 944 с. – Текст : непосредственный.

12. McLuhan, M. Understanding Media : The Extensions of Man / M. McLuhan. – New York : McGraw Hill, 1964. – 359 p. – Текст : непосредственный.

13. Drucker, P. F. Post-Capitalist Society / P. F. Drucker. – New York : Harper-Collins Publ., 1993. – 232 p. – Текст : непосредственный.

14. Poster, M. The Mode of Information : Poststructuralism and Social Context / M. Poster. – Cambridge : Polity Press, 1990. – 234 p. – Текст : непосредственный.

15. Бодрийяр, Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бордийяр ; перевод О. А. Печенкина. – Тула : ООО «Тульский полиграфист», 2013. – 204 с. – Текст : непосредственный.

16. Toffler, A. The Adaptive Corporation / A. Toffler. – Aldershot : Gower, 1985. – 217 p. – Текст : непосредственный.

17. Castells, M. The Information Age : Economy, Society and Culture / M. Castells. – The Power of Identity. Blackwell Publishers, 1998. – 355 p. – Текст : непосредственный.

18. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества / Ф. Уэбстер ; пер. с англ. М. В. Арапова, Н. В. Малыхиной; под ред. Е. Л. Вартановой. – Москва : Аспект Пресс, 2004. – 400 с. – Текст : непосредственный.

19. Карина, О. В. Виртуальная реальность : онтологический статус : специальность 09.00.01 «Онтология, гносеология, феноменология» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Карина Елена Николаевна. – Харьков, 2004. – 21 с. – Текст : непосредственный.

20. Уханов, Е. В. Сетевые коммуникации и социальное самоопределение индивида : специальность 09.00.03 «Социальная философия и философия

истории» : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Уханов Евгений Валерьевич. – Харьков, 2010. – 16 с. – Текст : непосредственный.

21. Лебон, Г. Психология масс : хрестоматия / Г. Лебон ; сост. Д. Я. Райгородский. – Самара : Изд. дом «БАХРАХ-М», 2006. – 381 с. – Текст : непосредственный.

22. Тард, Г. Социальная логика / Г. Тард ; пер. М. Цейтлин. – Санкт-Петербург : Соц.-психол. центр, 1996. – 500 с. – Текст : непосредственный.

23. Сигеле, С. Преступная толпа: опыт коллективной психологии / С. Сигеле. – Москва : КСП+, 1998. – 320 с. – Текст : непосредственный.

24. Назаретян А. Г. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи : лекции по социальной и политической психологии / А. Г. Назаретян. – Санкт-Петербург : Питер, 2003. – 190 с. – Текст : непосредственный.

25. Бухарин, С. Н. Методы и технологии информационных войн / С. Н. Бухарин, В. В. Цыганов. – Москва : Академический Проект, 2007. – 382 с. – Текст : непосредственный.

26. Брусницын, Н. А. Информационная война и безопасность / Н. А. Брусницын. – Москва : ВитаПресс, 2001. – 279 с. Текст : непосредственный.

27. Волковский, Н. Л. Журналистика в информационных войнах (Исторические истоки и современные тенденции) : специальность 10.01.10 «Журналистика» : автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук / Волковский Николай Лукьянович. – Санкт-Петербург, 2003. – 37 с. – Текст : непосредственный.

28. Зелинский, С. А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс / С. А. Зелинский. – Санкт-Петербург : Скифия, 2008. – 280 с. – Текст : непосредственный.

29. Панарин, И. Н. Технология информационной войны / И. Н. Панарин. – Москва: «КСП+», 2003. – 320 с. – Текст : непосредственный.

30. Расторгуев, С. П. Философия информационной войны / С. П. Расторгуев. – Москва : Вузовская книга, МПСИ, 2003. – 300 с. – Текст : непосредственный.

**ПРИМЕНЕНИЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ДЛЯ ОЦЕНКИ
КАЧЕСТВА КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ
ООО «ЛАКОНД»)**

**Куликова Алёна Алексеевна¹, Дариенко Оксана Леонидовна¹,
Маськова Наталья Геннадьевна²**

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Федеральное государственное образовательное учреждение высшего образования «Майкопский Государственный технологический университет»

г. Майкоп, Российская Федерация

Аннотация. В статье представлены результаты оценки качества кондитерской продукции предприятия ООО «Лаконд» с применением статистических методов контроля и управления качеством. На основе диаграммы Парето определены преобладающие виды брака мучнистых и сахаристых изделий. Применение данного инструмента в комплексе с причинно-следственной диаграммой Исикавы позволило выявить резервы для повышения эффективности контроля качества продукции на предприятии.

Ключевые слова: кондитерская продукция, брак, диаграмма Парето, диаграмма Исикавы, система управления качеством, контроль качества.

**APPLICATION OF STATISTICAL METHODS FOR ASSESSING THE
QUALITY OF CONFECTIONERY PRODUCTS (BY THE EXAMPLE OF LLC
«LAKOND»)**

Alyona Kulikova¹, Oksana Darienko¹, Maskova Natalia²

¹Automobile and Road Institute of the State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National Technical University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Federal State Educational Institution of Higher Education «Maykop State Technological University»

Maykop, Russian Federation

Annotation. The article presents the results of the quality assessment of confectionery products of the company «Lacond» using statistical methods of quality control and management. On the basis of the Pareto diagram, the prevailing types of marriage of powdery and sugary products are determined. The use of this tool in combination with the Ishikawa causal diagram allowed us to identify reserves for improving the efficiency of product quality control at the enterprise.

Keywords: confectionery products, marriage, Pareto diagram, Ishikawa diagram, quality management system, quality control.

Постановка проблемы. Кондитерский рынок Донецкой Народной Республики в течение последних лет хоть и не достаточно интенсивно, но стабильно развивается. Это свидетельствует, во-первых о модернизации

кондитерского производства, как традиционных, так и новых кондитерских изделий, а во-вторых о росте спроса на данную продукцию. При этом стоит отметить, что конкуренция в данной отрасли достаточно высока. В этой связи одним из приоритетных направлений обеспечения конкурентных преимуществ является высокое качество кондитерских изделий.

Анализ исследований и публикаций. Фундаментальные основы управления качеством продукции заложены в трудах зарубежных и отечественных ученых, среди которых: Уильям Эдвардс Деминг, Джозеф М. Джуран, Каору Исикава, Генити Тагути, Джон ван Эттингер, П. М. Куликов, И. В. Поповиченко, Г. М. Рыжакова Е. А. Уткин, А. А. Черчата и другие. Несмотря на значительное количество исследований в данной сфере, остаются практически неосвещенными и нерешенными проблемы согласования указанных наработок с особенностями деятельности кондитерских предприятий.

Цель исследования – оценка качества кондитерской продукции отечественного производителя на основе применения статистических методов контроля и управления качеством.

Основные результаты исследования. Согласно генеральной стратегии развития, приоритетной задачей предприятия ООО «Лаконд» является выпуск высококачественной и гарантированно безопасной кондитерской продукции путем поддержания необходимых условий для ее производства и при четком соблюдении требований законодательных актов и внутренних нормативных документов, а также в соответствии с требованиями международных стандартов системы менеджмента качества ISO 9000 и ISO 9001, а также системы менеджмента безопасности продуктов питания ISO 22000. ООО «Лаконд» имеет развитую систему контроля качества и безопасности, как входящего сырья, так и готовой продукции на всех этапах производства [1].

Одним из приоритетных показателей при оценке качества продукции является брак. Он является косвенным признаком качества продукции на исследуемом предприятии. Брак может быть исправимым и неисправимым (табл. 1).

Таблица 1 – Брак и потери от брака продукции на предприятии ООО «Лаконд» за 2020-2022 гг. тыс. руб.

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Абсолютное отклонение (+/-)		Относительное отклонение, %	
				2021/2020	2022/2021	2021/2020	2022/2021
1	2	3	4	5	6	7	8
Себестоимость бракованных изделий и сырья	312	556	604	244	48	178,21	108,63
Расходы на исправление брака	152	230	268	78	38	151,32	116,52
Общая сумма брака	464	586	672	122	86	126,29	114,68
Стоимость брака по цене использования	28	52	56	24	4	185,71	107,69
Суммы, удержанные с поставщиков за некачественное сырье	20	36	42	16	6	180,00	116,67

Продолжение таблицы 1.

1	2	3	4	5	6	7	8
Суммы, удержанные с виновников брака	4	12	10	8	-2	300,00	83,33
Всего возвращено и удержано	52	100	108	48	8	192,31	108,00
Потери от брака	412	486	564	74	78	117,96	116,05
Производственная себестоимость продукции	1507282	1623382	1 792934	116100	169552	107,70	110,44

За счет брака увеличивается себестоимость продукции, уменьшается объем реализованной продукции, что соответственно, ведет к уменьшению прибыли и рентабельности предприятия. Он может быть выявлен на самом предприятии и за его пределами. Брак, выявленный в процессе реализации и потребления продукции, свидетельствует о неудовлетворительном качестве самого товара, так и о качестве работы предприятия в целом [2-3].

Доля бракованной продукции в себестоимости произведенной продукции ООО «Лаконд» за 2020-2022 гг. представлена на рисунке 1.

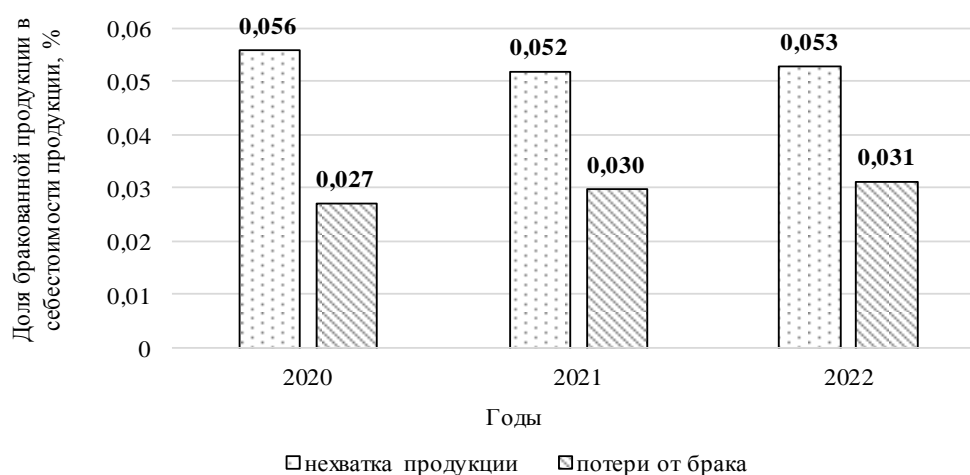


Рисунок 1 – Динамика изменения доли бракованной продукции в себестоимости произведенной продукции ООО «Лаконд» за 2020-2022 гг., %

На основании данных таблицы 1 можно сделать вывод, что за исследуемый период возросла себестоимость бракованных изделий на 39 %. Ввиду повышения цен на сырье, это является негативным аспектом контроля качества продукции на производстве. Расходы на исправление брака выросли на 33 %, общая сумма брака – на 20 %.

С целью оценки системы контроля качества производства кондитерских изделий на ООО «Лаконд» был использован один из статистических методов – диаграмма Парето по анализу причин отклонений (нехватки) от установленных норм.

Формой построения диаграммы Парето является вертикальный столбиковый график, на котором на горизонтальной оси фиксируются причины возникновения проблем качества в порядке их уменьшения, а на вертикальной

– количественное выражение этих проблем, как в числовом, так и в кумулятивном (накопленном) выражении. На диаграмме отчетливо видна область принятия решений по ликвидации причин возникновения проблемы, поскольку их влияние является наиболее существенным. Расчетные данные для построения диаграммы Парето по видам брака кондитерских изделий на ООО «Лаконд» представлены в таблицах 2 и 3.

Из проведенного анализа видно, что наибольшее значение в количестве бракованной мучной продукции имеют следующие виды брака: деформация и наличие лома; вздутия, борозды, углубления; следы от разлома слипшихся при выпечке ребрами печенья.

Таблица 2 – Расчетные данные для построения диаграммы Парето по видам брака мучных изделий на ООО «Лаконд» (среднегодовое значение)

№ п/п	Вид брака	Условное обозначение	Количество браков	Накопительная сумма браков	Доля брака, %	Кумулятивный процент, %
1	Деформация и наличие лома	164	164	21,33	21,33	164
2	Следы от разлома слипшихся при выпечке ребрами печенья	188	352	24,45	45,77	188
3	Неясный отпечаток штампа	137	489	17,82	63,59	137
4	Вздутия, борозды, углубления	46	535	5,98	69,57	46
5	Вкрапления крошек	21	556	2,73	72,30	21
6	Заусенцы по краям	32	588	4,16	76,46	32
7	Следы снизу от кромок, швов листов и транспортного полотна	74	662	9,62	86,09	74
8	Подгорелые места	49	711	6,37	92,46	49
9	Следы непромеса	17	728	2,21	94,67	17
10	Непропеченные места	11	739	1,43	96,10	11
11	Расслаивание корпусов с вафельной прослойкой	23	762	2,99	99,09	23
12	Низкая/высокая температура выпекания, которая приводит к деформации	7	769	0,91	100,00	7
	Всего	769		100		769

Графическая интерпретация диаграммы Парето по выявлению наиболее приоритетных видов брака для мучных изделий ООО «Лаконд» представлена на рисунке 2.

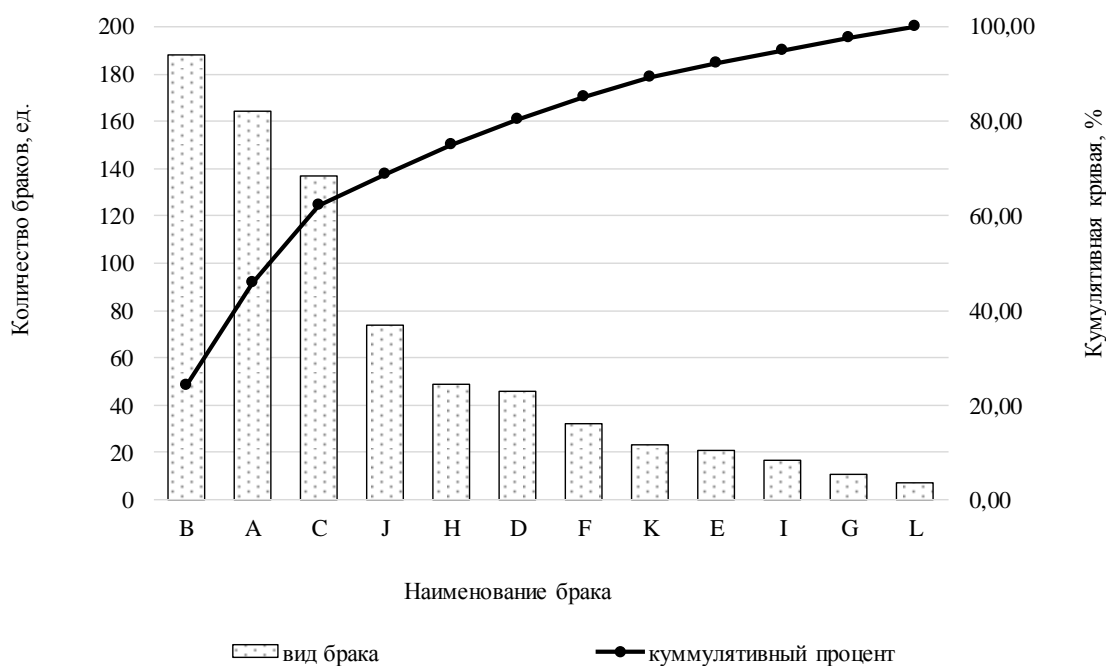


Рисунок 2 – Диаграмма Парето по видам брака мучных изделий на ООО «Лаконд»

Таблица 3 – Расчетные данные для построения диаграммы Парето по видам брака сахаристых изделий на ООО «Лаконд»

№ п/п	Вид брака	Условное обозначение	Количество браков	Накопительная сумма браков	Доля брака, %	Кумулятивный процент, %
1	2	3	4	5	6	7
1	Этикет не охватывает конфету	A	129	129	15,66	15,66
2	Выделение на поверхность конфет жидкой массы	B	112	241	13,59	29,25
3	Нарушение герметичности упаковки флоупака	C	99	340	12,01	41,26
4	Боковые сколы на плитках шоколада	D	64	404	7,77	49,03
5	Неравномерная пористость, пустоты	E	62	466	7,52	56,55
6	Неравномерность окраски	F	59	525	7,16	63,71
7	Неполное покрытие конфет шоколадной глазурью	J	51	576	6,19	69,90
8	Пятна на корпусе конфеты	H	46	622	5,58	75,49
9	Затяжистая консистенция сбивных и жележных конфет	I	32	654	3,88	79,37
10	Раковины снизу (с учетом их размеров)	G	26	680	3,16	82,52
11	Высокая вязкость глазури	K	37	717	4,49	87,01
12	Вкрапления крошек	L	38	755	4,61	91,63

Продолжение таблицы 3.

1	2	3	4	5	6	7
13	Грубая разработка масс пралине	М	28	783	3,40	95,02
14	Грубодисперсная помада	Н	23	806	2,79	97,82
15	Наличие следов от пальцев	О	18	824	2,18	100,00
	Всего		824	8522	100	

Графическая интерпретация диаграммы Парето по выявлению наиболее приоритетных видов брака для сахаристых изделий ООО «Лаконд» представлена на рисунке 3

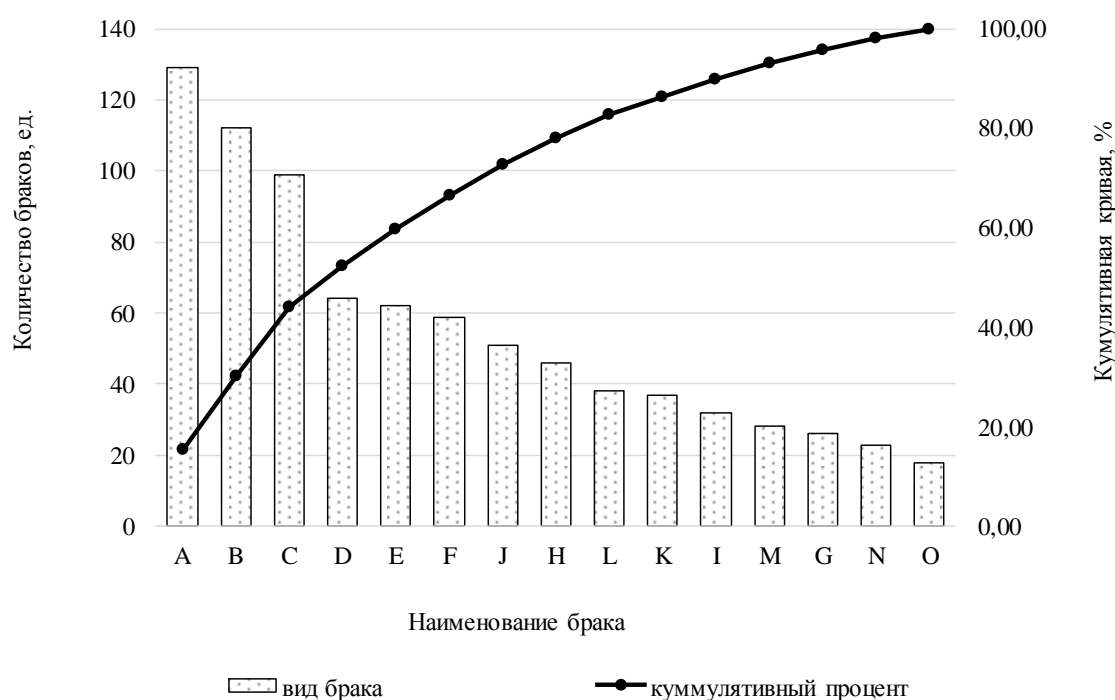


Рисунок 3 – Диаграмма Парето по видам брака сахаристых изделий на ООО «Лаконд»

Что касается сахаристых изделий, то наиболее распространенными видами брака являются: этикет не охватывает конфету; выделение на поверхность конфет жидкой массы; нарушение герметичности упаковки флоупака.

Выявлению резервов для повышения эффективности контроля качества продукции служит причинно-следственная диаграмма Исикавы, которая позволяет наглядно систематизировать и оценить потенциальные причины снижения качества произведенной продукции и выявить из них наиболее существенные [4]. Факторы, влияющие на качество кондитерских изделий, распределены по 6 основным группам: оборудование, персонал, управление и контроль, технология и методика, материалы, окружающая среда (рис. 4).

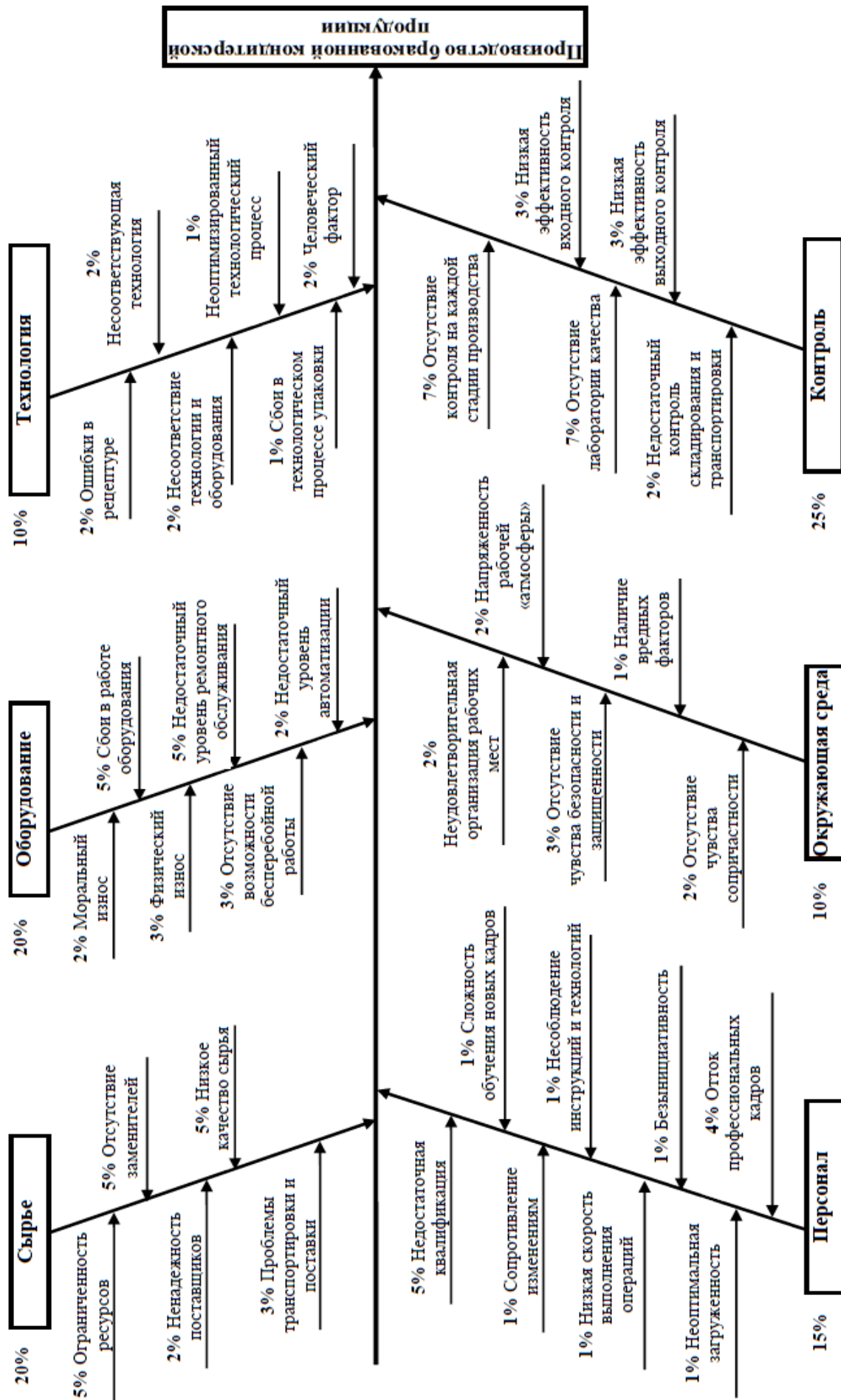


Рисунок 4 – Причинно-следственная диаграмма влияния факторов на качество продукции ООО «Лаконд»

Все представленные на диаграмме факторы влияют на качество кондитерской продукции в той или иной степени, но не все факторы может регулировать предприятие. Также есть много факторов, не поддающихся измерению.

Причинно-следственная диаграмма влияния факторов на качество продукции ООО «Лаконд», составленная на основе мнения экспертов (сотрудники предприятия, имеющие опыт работы в кондитерской отрасли), демонстрирует доминирующее влияние фактора «Сырье» (20 %), «Оборудование» (20 %) и «Контроль» (25 %).

Выводы. Таким образом, проведенный анализ действующей на предприятии ООО «Лаконд» системы управления качеством продукции с применением инструментов статистического анализа в виде диаграммы Парето и диаграммы Исикавы позволил установить, что предприятие ежегодно несет потери из-за количества брака на производстве. За 2020-2022 гг. общая сумма брака составила 1862 тыс. руб. Из них компенсировано было 260 тыс. руб. В частности, виновниками этого являются как поставщики некачественной продукции, так и непосредственно сами работники на производстве.

Очевидно, что значительный ущерб предприятие ООО «Лаконд» несет из-за большого брака на производстве и при реализации продукции. Это обуславливает необходимость разработки рекомендаций по усовершенствованию системы контроля качества продукции в рамках действующей на предприятии системы управления качеством продукции.

Литература

1. Дариенко, О. Л. Развитие системы управления качеством продукции предприятия кондитерской отрасли / О. Л. Дариенко, А. А. Куликова // Современная наука, общество и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сб. статей Международной научно-практической конференции, 05 июля 2022 г., г. Пенза. – Пенза, 2022. – С. 14–17. – Текст: непосредственный.

2. Морозова, С. Н. Совершенствование системы статистических методов в управлении качеством продукции: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.12 / Морозова Светлана Николаевна; ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет». – Оренбург, 2011. – 20 с. – Текст: непосредственный.

3. Замиралова, Е. В. Экономика качества как инструмент повышения результативности системы менеджмента качества предприятия по производству кондитерских изделий / Е.В. Замиралова, М.Р. Ковалева // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 12 (102). – С. 212–216. – Текст: непосредственный.

4. Исикава, К. Японские методы управления качеством / К. Исикава. – М., 2005. – 215 с. – Текст: непосредственный.

СЕКЦИЯ 4
ИННОВАТИКА. ИННОВАЦИИ. ЦИФРОВИЗАЦИЯ

УДК 339.54

**ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
В ТАМОЖЕННО-ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ ЛУГАНСКОЙ
НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

Чернякова Татьяна Михайловна

Институт управления и государственной службы Государственного
образовательного учреждения высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»,
г. Луганск, Луганская Народная Республика

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы необходимости совершенствования таможенно-логистических терминалов в условиях развития современных информационных технологий. Представлены основные проблемы, обуславливающие необходимость использования современных технологий в таможенно-логистических процессах Луганской Народной Республики.

Ключевые слова: таможенно-логистический терминал, технология, современные информационные технологии, таможня.

**PROBLEMS OF THE USE OF MODERN TECHNOLOGIES IN CUSTOMS
AND LOGISTICS PROCESSES IN THE LUGANSK PEOPLE'S REPUBLIC**

Chernyakova Tatyana

Institute of Management and Public Service
of the State Educational Institution of Higher Education
«Vladimir Dahl Lugansk State University»,
Lugansk, Luhansk People's Republic

Abstract. The article deals with the issues of the need to improve customs and logistics terminals in the context of the development of modern information technologies. The main problems are presented, which necessitate the use of modern technologies in customs and logistics processes.

Keywords: customs and logistics terminal, technology, modern information technologies, customs

Постановка проблемы. Стремительное развитие современных информационных технологий и компьютеризация процессов человеческой деятельности приводят к переходу в электронную плоскость всех аспектов взаимоотношений между людьми, организациями и государством. Электронное правительство, электронное управление, электронное государство – все слова, которые ассоциируются с новой философией государственного управления. Но для построения действительно эффективного электронного управления в

государстве необходимым условием является внедрение информационно-телекоммуникационных систем и технологий на всех уровнях государственного аппарата и во всех его структурах. Электронное управление в сфере таможенного дела, особенно управления таможенно-логистическими терминалами требует особого внимания не только потому, что это одна из важнейших основ функционирования современной экономики.

Анализ исследований и публикаций. Теоретические основы функционирования и совершенствования таможенно-логистических терминалов широко исследовались в трудах зарубежных и отечественных ученых: Е. А. Ваганова [1], Г. Н. Гайдукова, Д. Л. Ефименко [2], Т. В. Дорожкина [3], А. Т. Молдабекова [4], А. Г. Савченко, А. В. Котяев [6], и др.

Однако, несмотря на значительное научное наследие авторов, остается значительное количество нерешенных проблем, требующих дальнейшего изучения и обработки.

Цель исследования – обоснование необходимости совершенствования таможенно-логистических терминалов в условиях развития современных информационных технологий в Луганской Народной Республике.

Основные результаты исследования. Рост внешнеторгового оборота Луганской Народной Республики с каждым годом усиливает неравномерность инфраструктурного развития между внутренними и приграничными районами, заостряет проблему чрезмерной транспортной нагрузки на крупные города.

Решить проблему чрезмерной транспортной нагрузки на крупные города может развитие транспортно-логистической инфраструктуры в крупных транспортных узлах, за пределами городов с одновременным перераспределением таможенных операций между таможенными органами внутри и в приграничных районах, развитием таможенно-логистической инфраструктуры преимущественно в местах, приближенных к государственной границе [3, с. 66].

Проблема отсутствия в приграничных районах Луганской Народной Республики (ЛНР) квалифицированных специалистов актуальна как для участников внешнеэкономической деятельности, так и для государственных контрольных органов. Привлечение в приграничные районы квалифицированных кадров, а также их подготовка и переподготовка сопряжены с необходимостью решения комплекса вопросов социального обеспечения. Потребуется бюджетное финансирование социальной инфраструктуры, подготовки и переподготовки кадров таможенных органов в местах, приближенных к государственной границе Луганской Народной Республики, закрепление на законодательном уровне стимулов для привлечения в таможенные органы, расположенные в приграничных районах, квалифицированных специалистов из таможенных органов, расположенных внутри Республики.

На таможенно-логистических терминалах осуществляется пограничный и таможенный контроль транспортных средств и грузов, пересекающих границу, а в определенных законодательством случаях осуществляется также фитосанитарный, ветеринарно-санитарный контроль и так далее [6, с. 153]. Основными функциями границы являются контактные и фильтрующие. Обеспечение указанных функций требует развитой сети пунктов пропуска,

способствующих доступному, быстрому, комфортному и безопасному пересечению границы гражданами, грузами и транспортными средствами. Существующая сеть пунктов пропуска в ЛНР характеризуется устаревшей инфраструктурой пунктов пропуска, длительное время пересечения границы, неравномерностью размещения пунктов пропуска, высоким уровнем нагрузки и так далее [5]. Рост внешнеторгового оборота Луганской Народной Республики с каждым годом усиливает неравномерность инфраструктурного развития между внутренними и приграничными районами, заостряет проблему чрезмерной транспортной нагрузки на крупные города.

Анализ транспортной инфраструктуры Луганской Народной Республики применительно к таможенно-логистической сфере позволил установить, что Луганская Народная Республика имеет удобное географическое расположение и представляет собой регион, который на востоке и юго-востоке граничит с Российской Федерацией, а на западе и юго-западе – с Донецкой Народной Республикой.

Таможенные органы представлены четырьмя внутренними постами: «Луганск», «Свердловск», «Стаханов», «Антрацит», а также пятью приграничными постами: «Должанский», «Червонапартизанск», «Изварино», «Чернухино», «Красная Могила» (ж/д) [5].

Основными проблемами и недостатками в деятельности таможенных органов по осуществлению таможенного контроля являются (рис. 1): слабая пропускная способность на пунктах пропуска, устаревшая инфраструктура, требующая внимания и модернизации; очереди и отсутствие сервиса для дальнобойщиков на границе, отсутствие сервиса для других участников.

Представители субъектов ВЭД отмечают слабую пропускную способность на пунктах пропуска, особенно это касается МАПП «Иварино», через который направлен наибольший товаропоток и пассажиропоток в РФ. Как известно, это обусловлено географическим расположением, его расположением по границе на транспортном коридоре международного значения. Это приводит к возникновению значительных очередей на пункте пропуска. Поэтому этот МАПП «Иварино» в первую очередь требует развития и улучшения.

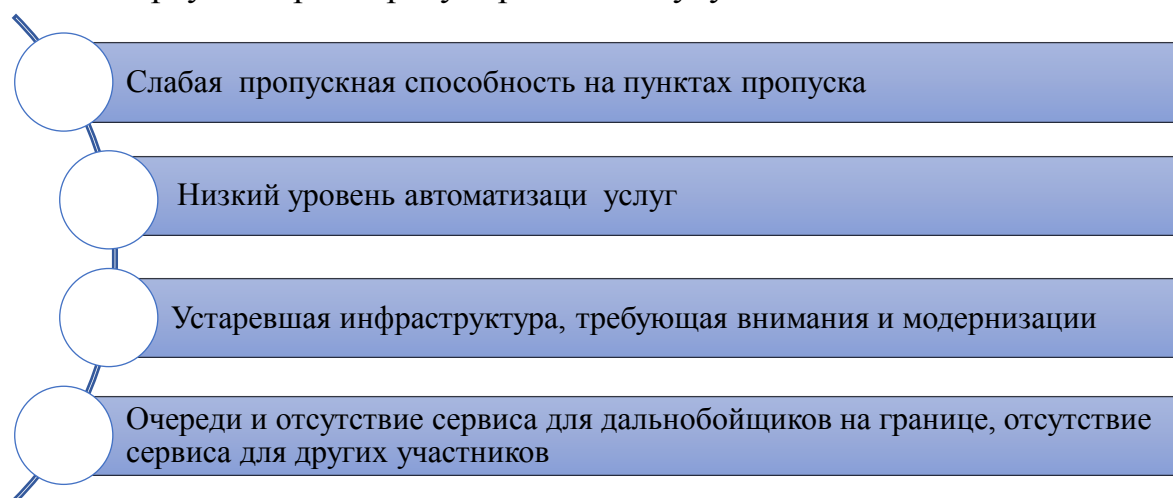


Рисунок 1 – Основные проблемы и недостатки в деятельности таможенных органов по осуществлению таможенного контроля в ЛНР

Ключевой проблемой для предприятий-перевозчиков являются очереди и отсутствие сервиса для дальнобойщиков на границе.

Основные транспортные артерии ЛНР представляют собой международные магистрали, пересекающие всю территорию Республики с запада на восток и позволяющие организовывать материальные потоки в соответствии с концепцией развития Республики.

Этот факт свидетельствует о возможности развития в том числе транзитного потенциала региона, одним из условий которого является развитие транспортной инфраструктуры. В этом аспекте для стимулирования развития внешнеэкономической деятельности, в частности, автомобильных перевозок, необходимо стимулирование и оптимизация деятельности такого элемента транспортной инфраструктуры, как таможенно-логистический терминал (ТЛТ), который представляет собой комплекс складов и территорий, объединенных в единое целое, в пределах которого осуществляются операции, связанные с таможенным декларированием товаров и транспортных средств, их хранением, распределением, транспортировкой, а также иные сопутствующие услуги.

Инфраструктурные возможности транспортной сети юга ЛНР необходимо рассматривать с позиции логистики и возможности размещения в данном районе транспортно-логистического терминала, а также оптимизации маршрутов движения транспортных средств.

Совершенствование таможенно-логистических терминалов позволит перераспределить пассажиро- и грузопотоки и сбалансировать входящие и выходные потоки по всему участку государственной границы. Анализ литературы позволил определить основные социально-экономические факторы, которые повлияли на необходимость совершенствования таможенно-логистических терминалов в условиях развития современных информационных технологий [2, с. 135]:

- необходимость разгрузки соседних пунктов пропуска на соответствующем участке границы в определенных категориях;
- обеспечение доступности пересечения государственной границы в соответствии с мировой практикой;
- получение ощутимого социально-экономического эффекта для территории (будет способствовать активизации развития трансграничного туристического рынка, создаст новые возможности для развития внешнеэкономической деятельности субъектов хозяйственной деятельности ЛНР и РФ;
- упрощение пересечения границы жителями приграничных территорий.

Согласно современным требованиям к таможенно-логистическим терминалам они должны обеспечивать эффективную обработку данных по грузо- и пассажиропотокам, владеть средствами для выявления нарушений и создавать положительное впечатление о государстве.

На наш взгляд, с экономической точки зрения важнейшей предпосылкой для совершенствования таможенно-логистических терминалов являются перспективы обеспечения бесперебойных транспортных потоков через данный пункт пропуска. Развитие сети таможенно-логистических терминалов пропуска через государственную границу рассматривается как сложная система,

элементами которой являются пункты пропуска, транспортные сети и транспортные потоки. Каждый из этих объектов имеет структурную, информационную и функциональную модель.

Информационная модель сети таможенно-логистических терминалов включает элементы и их характеристики [1, с.47]:

– пункты пропуска (плотность размещения; нормативно-правовое обеспечение их открытия; приближенность к крупным транспортным узлам, промышленным узлам, индустриальным паркам, логистическим центрам, зонам экономического развития, аэропортам и т. п.; местонахождение на территории биосферных резерватов, заказников; наличие тесных трансграничных связей на локальном уровне);

– транспортные сети (наличие подъездной дороги, дороги сообщения; статус автомобильных дорог общего использования государственного значения; совместимость с международными автодорогами и автомагистралями);

– транспортные потоки (пропуск транспортных средств через государственную границу по участкам границы, категориям пересечения и в разрезе отдельных пунктов пропуска; доля пропуска транспортных средств через государственную границу по участкам границы и в разрезе отдельных пунктов пропуска; проектная способность пунктов пропуска; уровень загруженности пункта пропуска; коэффициент неравномерности интенсивности потоков; среднее время ожидания на границе; временные нормативы прохождения всех видов контроля; доля пунктов пропуска в общем распределении пассажира и грузопотоков; динамика потоков).

Изменение бизнес-моделей привело к необходимости технологии, которая может обеспечивать прозрачность и защищенность всех связанных процессов. Blockchain – это распределенная электронная книга, совместно используемая в сети серверов, записывающая транзакции в криптографических единицах. Их часто называют технологиями цифровой бухгалтерской книги [4, с.170]. Хотя многие аспекты внедрения информационных технологий были сосредоточены на таких вопросах, как эксплуатационные характеристики транспортных средств и навигация, транзакционные аспекты оставались сложными в логистических процедурах, особенно когда речь идет о таможенных операциях. Таможни смогли оцифровать и автоматизировать некоторые процессы управления, но растущий объем информации, необходимой для их успешного завершения, оставались проблемой. Появление технологии «Blockchain» в 2010-х годах дало новый импульс для решения растущей транзакционной сложности перевозок, особенно в отношении таможенной логистики.

Использование «Blockchain» может быть разделено на четыре основные категории, которые с одной стороны связаны с ведением учета, а с другой – в целях облегчения транзакций: статический реестр, разумные контракты, динамический реестр, платежная инфраструктура.

Выводы. Таким образом, использование инноваций в совершенствовании таможенно-логистических терминалов в условиях развития современных информационных технологий является насущной необходимостью и отражает демографические, технологические и политические тренды. В этой связи важно отметить, что логистические инновации могут быть отнесены к классу

управленческих, вызывающих появление технологических инноваций. Фактически можно утверждать, что совершенствование таможенно-логистических терминалов может базироваться на основных технологических трендах: интеграция киберфизических систем, Эко-логистика систем, Интернет вещей, оцифровка, использование Blockchain, применение RFID технологии.

Литература

1. Ваганова, Е. А. Состояние и основные направления развития таможенно-логистической сферы / Е.А. Ваганова // Международный научный студенческий журнал. – 2020. – № 10. – С. 44–48. – Текст : непосредственный.
2. Гайдукова, Г. Н. Совершенствование таможенно-логистических систем / Г. Н. Гайдукова, Д. Л. Ефименко // Аллея науки. – 2020. – Т. 2. № 11 (50). – С. 133–136. – Текст: непосредственный.
3. Дорожка, Т. В. Проблемы определения эффективности деятельности таможенных органов в современных условиях / Т.В. Дорожка // Заметки ученого. – 2019. – № 3 (37). – С. 64–68. – Текст : непосредственный.
4. Молдабекова, А. Т. Роль цифровых технологий в развитии логистики в Казахстане в формировании индустрии 4.0 / А.Т. Молдабекова // Экономика: стратегия и практика. – 2021. – Т. 16. № 2. – С. 164–177. – Текст : непосредственный.
5. Приказ ГТК Луганской Народной Республики от 03.02.2015 г. № 15 «О создании таможенного поста «Луганск» Государственного таможенного комитета Луганской Народной Республики». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtklng.su>. – Текст : электронный.
6. Савченко, А. Г. Организация таможенного контроля с использованием таможенно-логистических терминалов / А. Г. Савченко, А. В. Котяев // Форум. Серия: Гуманитарные и экономические науки. – 2020. – № 1 (20). – С. 151–155. – Текст : непосредственный.

УДК 658.15

ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

**Александрова Милена Аркадьевна,
Тер-Григорьянц Анна Александровна**

Северо-Кавказский Федеральный университет, г. Ставрополь

Аннотация: В статье рассматривается сущность и значение информационной безопасности в функционировании банковской системы; основные составляющие информационной безопасности; этапы обеспечения информационной безопасности; методы повышения информационной безопасности в банковской сфере; влияние увеличения цифрового мошенничества в стране на уровень информационной безопасности.

Ключевые слова: информационная безопасность, банк, цифровое мошенничество, финансовая сфера.

PROBLEMS OF INFORMATION SECURITY IN THE BANKING SECTOR

Aleksandrova Milena, Ter-Grigoryants Anna
North Caucasus Federal University, Stavropol

***Abstract:** The article examines the essence and importance of information security in the functioning of the banking system; The main components of information security; Stages of ensuring information security; Methods of improving information security in the banking sector. The impact of the increase in digital fraud in the country on the level of information security is also considered.*

***Keywords:** information security, bank, digital fraud, financial sphere.*

Постановка проблемы. В настоящее время происходит активная трансформация индустриального общества в информационное. С каждым днем электронные ресурсы расширяют свои границы. Процесс цифровизации охватил практически все сферы деятельности человека и общества в целом, что значительно облегчило нашу жизнь не только в быту, но и в том числе в финансовой сфере. Большая часть банков и предприятий переходят к электронному документообороту и предоставляют свои услуги дистанционно, соответственно вся информация о клиентах находится также в электронном виде, а многие платежные операции осуществляются с использованием онлайн кошельков и платежных карт. Однако процесс цифрового развития и переход на дистанционный формат работы увеличили уровень цифрового мошенничества в банковской сфере страны.

Цель работы – изучить проблемы информационной безопасности в банковской сфере с целью ее повышения.

Основные результаты исследования. Крицкая Е. В., по результатам исследования цифрового мошенничества в системе финансово-кредитного обслуживания, дает следующее определение данному явлению – получение несанкционированного доступа к конфиденциальной информации пользователей, необходимой для выполнения банковских и других операций, а также хищение чужого имущества противоправно, путем обмана [5].

В соответствие с ч.1 ст. 159.6 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред.от 24.09.2022) под цифровым мошенничеством понимается мошенничество в сфере компьютерной информации, то есть хищение чужого имущества или приобретение права на чужое имущество путем ввода, удаления, блокирования, модификации компьютерной информации либо иного вмешательства в функционирование средств хранения, обработки или передачи компьютерной информации или информационно-телекоммуникационных сетей [1].

В последние годы уровень цифрового мошенничества в финансовой сфере значительно вырос. Одной из основных причин такого роста стала пандемия COVID-19, которая изменила жизнь людей в корне. Вынужденное введение режима самоизоляции, а соответственно и переход на удаленный формат работы, стал предлогом активной деятельности мошенников непосредственно в банковской сфере.

Ещё одной причиной увеличения уровня цифрового мошенничества в сфере

финансов стали западные санкции, которые возникли из-за нестабильной геополитической обстановке в стране.

По данным Центральный Банк РФ выявил, что в 1 квартале 2022 года число мошенников составило 2288, что почти втрое больше, чем в аналогичном периоде 2021 года. Так же ЦБ зафиксировал увеличение объема похищенных денежных ресурсов, но при этом довольно низкий уровень их возврата. За первый квартал текущего года было похищено почти 3,3 млрд. рублей, что на 0,5 млрд. рублей больше, аналогичного показателя на конец 2021 года. Доля возмещенных средств, которые были похищены, в текущем году составила 6,2 %, когда в предшествующем периоде данный показатель составлял 7,3 % [3].

Изучив статистику цифрового мошенничества в финансовой сфере, возможно сделать вывод о том, что в связи со значительным ростом данного явления, обеспечение информационной безопасности является актуальным вопросом и важным элементом в функционировании любого банковского учреждения. Банкам необходимо создать условия для безопасности хранения конфиденциальных данных, а также регулярно менять и проверять коды доступа и пароли. В соответствии со Стандартом Банка России «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации», под безопасностью понимается состояние защищенности интересов (целей) организации Бюджетной системы Российской Федерации в условиях угроз. Под информационной безопасностью определяется безопасность, связанная с угрозами в информационной сфере [2].

Вострецова Е. В. под информационной безопасностью определяет «состояние защищенности информационных ресурсов (информационной среды) от внутренних и внешних угроз, способных нанести ущерб интересам организации, общества, личности и государства» [6].

Информационная безопасность имеет свои основные составляющие, которые представлены на рисунке 1.

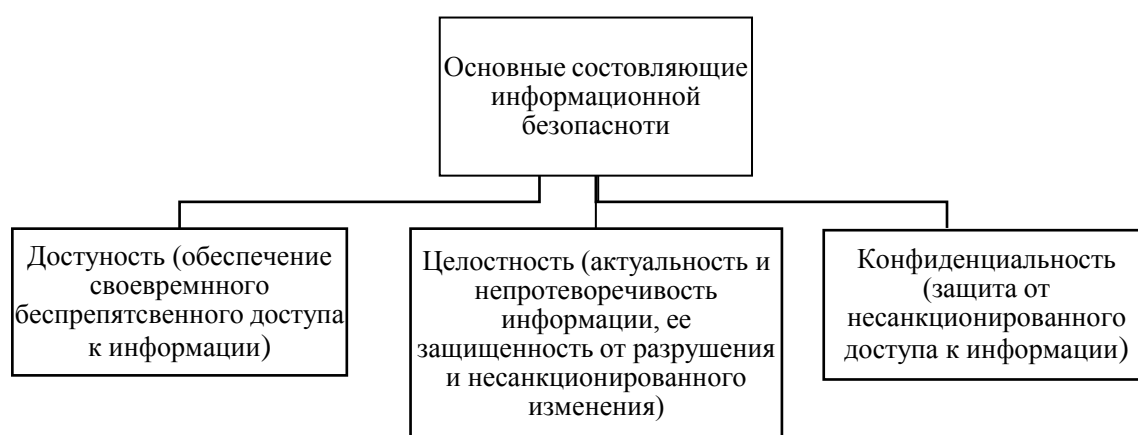


Рисунок 1– Основные составляющие информационной безопасности. Составлено на основе источника [6]

Существуют общие принципы осуществления информационной безопасности банков. Прежде всего, это немедленное выявление проблем и ее

устранение, также, это возможность прогнозированного развития и анализ эффективности предпринятых мер [7].

Создание политики информационной безопасности – подготовка документов и стандартов, определяющих цели, задачи и требования политики информационной безопасности, формулирование на их основе положений, правил, инструкций для каждой области деятельности банка (вопросы управления антивирусной защитой, обеспечение информационной безопасности на этапах жизненного цикла АБС).

Этапы создания системы обеспечения информационной безопасности представлены на рисунке 2.

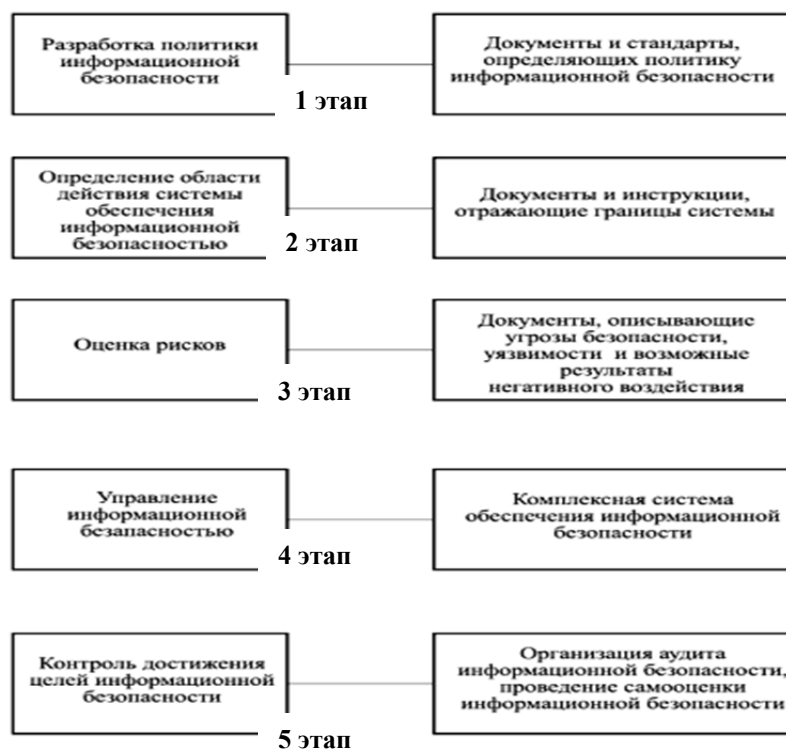


Рисунок 2 – Этапы обеспечения информационной безопасности. Составлено на основе источника [6]

Рассмотрим несколько методов повышения информационной безопасности в банковской сфере. Во-первых, необходимо обозначить создание уникальной, изолированной системы обработки данных. Также не менее важным способом является применение различных средств защиты информационных данных, таких как контентный анализ, средства криптографической защиты данных (криптографическое преобразование информации для обеспечения ее безопасности), а так же биометрический анализ (процесс сравнения и определения сходства между данными человека и его биометрическим «шаблоном»).

В современном мире наиболее широко используются такие методы, как мониторинг и аудит информационной безопасности. Под аудитом информационной безопасности понимается – независимое исследование безопасности информационной системы банка или другой организации, использующей современные технологии. Проверка проводится на основе определенных показателей, которые помогают быстро выявить недостатки в

структуре и максимально эффективно оценить работу всей системы. Новейшие системы аудита могут распознавать пользователей и их действия. Одной из основных целей проведения аудита информационной безопасности в банковской сфере является анализ и оценка угроз воздействия мошенников, а также проработка и составление перечня рекомендаций по повышению уровня информационной безопасности банка [4].

Как и указывалось ранее, еще одним методом повышения информационной безопасности банка является мониторинг ИБ – постоянное наблюдение и анализ результатов регистрации событий безопасности с целью выявления нарушений безопасности информации, угроз безопасности информации и уязвимостей в информационных (автоматизированных) системах

Выводы. В настоящее время, в связи с увеличением уровня цифрового мошенничества, банковским организациям необходимо обеспечить информационную безопасность данных. На сегодняшний день банки имеют широкую платформу для внедрения инновационных технологий информационной безопасности в свою деятельность, что, в свою очередь, обеспечит высокий уровень надежности и защищенности от мошеннических действий.

Литература

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (ред. от 24.09.2022). – Текст : непосредственный.
2. Стандарт Банка России СТО БР ИББС-1.0–2014 «Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации/ Общие положения» (принят и введен в действие распоряжением Банка России от 17 мая 2014 г. № Р-399). – Текст : непосредственный.
3. Официальный сайт Центрального Банка РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cbr.ru/>. – Текст : электронный.
4. XII Международная конференция «Российские регионы в фокусе перемен»// Современные методы информационной безопасности в банковском секторе [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/68191/1/978-5-8295-0582-0_2018-78.pdf?ysclid=lav80h05uk329065275. – Текст : электронный.
5. Крицкая, Е. В. Цифровое мошенничество: современные тенденции, способы защиты и превенции / Е. В. Крицкая, Т. А. Коновалова // Молодой ученый. – 2020. – № 50 (340). – С. 258–263. – Текст : непосредственный.
6. Основы информационной безопасности : учебное пособие для студентов вузов / Е.В. Вострецова. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 204 с. – Текст : непосредственный.
7. Экономика 2022: актуальные вопросы теории и практики: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза : МЦНС «Наука и Просвещение». – 2022. – 130 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://naukaip.ru/wp-content/uploads/2022/01/МК-1282.pdf>. – Текст : электронный.

ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В УЧРЕЖДЕНИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Липатова Дарья Альбертовна¹, Черноус Оксана Ивановна¹,
Амбагеу Мару Вобу²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Университет Бахир Дар, г. Бахр-Дар, Эфиопия

Аннотация. В статье рассмотрен коэффициентный метод оценки использования информационно-коммуникационного обеспечения в организациях здравоохранения, а именно: показатели использования программного обеспечения, показатели технического обеспечения, а также показатели использования организационного обеспечения. Первая группа показателей позволяет определить насколько эффективно предприятие эксплуатирует наличные и установленные программные продукты. Вторая группа показателей оценивает состав технического обеспечения. Третья группа показателей позволяет определить эффективность использования информационно-коммуникационных технологий за счет снижения степени загруженности работников отдела информационных технологий.

Ключевые слова: информационно-коммуникационные технологии, показатели, организация здравоохранения, программное обеспечение, техническое обеспечение, организационное обеспечение, эффективность.

ASSESSMENT OF THE STATE OF INFORMATION AND COMMUNICATIONS IN THE HEALTH CARE INSTITUTION

Lipatova Daria¹, Chornous Oksana¹, Ambachew Maru Woubou²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Bahir Dar University, Bahir Dar, Ethiopia

Abstract. The article considers a coefficient method for assessing the use of information and communication support in healthcare organizations, namely: indicators of software use, indicators of technical support, as well as indicators of the use of organizational support. The first group of indicators allows you to determine how effectively the company operates cash and installed software products. The second group of indicators evaluates the composition of technical support. The third group of indicators allows you to determine the effectiveness of the use of information and communication technologies by reducing the workload of employees of the information technology department.

Keywords: *information and communication technologies, indicators, healthcare organization, software, hardware, organizational support, efficiency.*

Постановка проблемы. Современные условия хозяйствования ориентируют предприятия на широкое использование информации, которая сегодня является важнейшим ресурсом, поскольку они могут самостоятельно определять и прогнозировать параметры внешней среды, ассортимент продукции, цены, поставщиков, рынки сбыта и т. д., уметь быстро и правильно реагировать на любые изменения во внешней и внутренней среде и в соответствии с этим корректировать свою деятельность. В связи с этим растет роль информационно-коммуникационного обеспечения, позволяющего повысить оперативность принятия решений, уровень контроля за ходом производственных процессов, адаптивность и стабильность системы управления в течение продолжительного периода времени.

Использование в области здравоохранения современных информационных технологий предоставляет очевидные преимущества как для работников медицинских учреждений, так и для населения. Новые возможности, которые открываются с появлением и внедрением технологий применяются в организационно-управленческой, хозяйственно-экономической и лечебно-диагностической сферах.

Анализ исследований и публикаций. Государственное регулирование вопросов информации в ДНР осуществляется на основе закона ДНР «Об информации и информационных технологиях» [1]. Теорию развития информационно-коммуникационного обеспечения в своих трудах рассматривали такие авторы, как Н. И. Гавловская, А. К. Семенов [2], В. М. Мороз, Е. М. Самойлова [3], В. В. Стадник, М. Н. Хохлова [4] и др. Весомый вклад в исследование информационно-коммуникационного обеспечения в области здравоохранения внесли труды таких ученых, как: Ю. В. Вороненко, О. В. Баева, Р. Е. Калинин [5], Л. В. Лиштаба и др.

Цель исследования – проанализировать информационно-коммуникационное обеспечение организации здравоохранения.

Основные результаты исследования. Методы оценки информационно-коммуникационного обеспечения разнообразны, к ним относятся: методика Р. Гутгарца, методика экспресс-оценки системы управления, коммуникационный профиль, информационно-коммуникационная матрица, коэффициентный анализ и др. Выбор конкретных методов оценки эффективности информационно-коммуникационных технологий зависит от специфики организации.

Оценку использования информационно-коммуникационных технологий для организации здравоохранения рекомендуется осуществлять с помощью коэффициентного анализа на основе трех групп показателей (рис. 1):

– показателей использования программного обеспечения – характеризуют используемые программные продукты, в том числе общесистемные, специальные и прикладные;

– показателей использования технического обеспечения – определяют комплекс технических средств для оснащения рабочего места специалиста;

– показателей использования организационного обеспечения – позволяют оценить взаимодействие сотрудников предприятия, использующих информационно-коммуникационные технологии в своей профессиональной деятельности.



Рисунок 1 – Показатели оценки информационно-коммуникационных технологий

Первая группа показателей позволяет проанализировать состав программного обеспечения, а также определить насколько эффективно предприятие эксплуатирует наличные и установленные программные продукты. Необходимым условием для широкого распространения и внедрения

информационно-коммуникационных технологий является наличие персональных компьютеров на предприятии. Вторая группа показателей позволяет оценить состав технического обеспечения. Третья группа показателей позволяет определить эффективность использования информационно-коммуникационных технологий за счет снижения степени загруженности работников отдела информационных технологий и скорость выполнения ими должностных инструкций.

Методика расчета коэффициентов, характеризующих уровень информационно-коммуникационных технологий, представлен в таблице 1. Предложенная методика может применяться к деятельности, как отдельного предприятия и его структурных подразделений, так и для анализа предприятий отрасли.

Таблица 1 – Методика расчета показателей, характеризующих информационно-коммуникационное обеспечение в организации

Показатели	Условные обозначения	Методика расчета	Элементы формулы
1	2	3	4
Показатели использования программного обеспечения			
Коэффициент использования наличного программного обеспечения	$K_{налПО}$	$K_{налПО} = \frac{Ч_{дПО}}{Ч_{вПО}}$	$Ч_{дПО}$ – число действующих программных продуктов; $Ч_{вПО}$ – число наличного программного обеспечения
Коэффициент использования установленного программного обеспечения	$K_{устПО}$	$K_{устПО} = \frac{Ч_{дПО}}{Ч_{уПО}}$	$Ч_{дПО}$ – число действующих программных продуктов, $Ч_{уПО}$ – число установленного программного обеспечения
Коэффициент использования машинного времени	$K_{имв}$	$K_{имв} = \frac{T_э}{T_к}$	$T_э$ – эффективный фонд машинного времени; $T_к$ – календарный фонд машинного времени
Коэффициент обновления программного обеспечения	$K_{ОПО}$	$K_{ОПО} = \frac{Стоим_{введ}}{Стоим_{кон}}$	$Стоим_{введ}$ – стоимость вновь введенного программного обеспечения за определенный период; $Стоим_{кон}$ – стоимость программного обеспечения на конец того же периода
Показатели использования технического обеспечения			
Обеспеченность персональными компьютерами работниками на предприятии	$K_{ПК}$	$K_{ПК} = \frac{ПК_{ОБЩ}}{ССЧ}$	$ПК_{ОБЩ}$ – общее число персональных компьютеров; ССЧ – общее число сотрудников предприятия.

Продолжение таблицы 1.

1	2	3	4
Обеспеченность ИКТ подразделений предприятия	$K_{ИТП}$	$K_{ИТП} = \frac{Ч_{п}}{Ч_{оп}}$	$Ч_{п}$ – число подразделений предприятия; $Ч_{оп}$ – число оборудованных ИКТ подразделений предприятия.
Информационно техническая вооруженность	$V_{ИТ}$	$V_{ИТ} = \frac{СГС_{оф}}{ССЧ}$	$СГС_{оф}$ – численность работников в сфере обработки информации, $ССЧ_{ит}$ – данные учет стоимости основных фондов сферы обработки информации.
Коэффициент обновления технического обеспечения	$K_{ОПФ}$	$K_{ОПФ} = \frac{Стоим_{введ}}{Стоим}$	$Стоим_{введ}$ – стоимость вновь введенного технического обеспечения за определенный период; $Стоим_{кон}$ – стоимость технического обеспечения на конец того же периода.
Показатели использования организационного обеспечения			
Удельный вес сотрудников в сфере обработки информации в общей численности работников предприятия	$K_{СОИ}$	$K_{СОИ} = \frac{ССЧ_{ит}}{ССЧ} \cdot 100$	$ССЧ_{ит}$ – численность работников в сфере обработки информации, $ССЧ$ – среднесписочная численность сотрудников предприятия.
Удельный вес сотрудников ИТ-отдела в общей численности сотрудников предприятия	$K_{ИТ}$	$K_{ИТ} = \frac{ССЧ_{ито}}{ССЧ} \cdot 100$	$ССЧ_{ито}$ – число сотрудников отдела информационных технологий, $ССЧ$ – общее число сотрудников предприятия.
Число компьютеров на 1 сотрудника ИТ-отдела	$K_{ПКИТ}$	$K_{ПКИТ} = \frac{ПК_{обз}}{ССЧ}$	$ПК_{обз}$ – общее число персональных компьютеров, $ССЧ_{ито}$ – число сотрудников отдела информационных технологий.

Таким образом, коэффициентный метод оценки информационно-коммуникационных технологий построен на показателях, содержащих разнообразные данные как по финансовым показателям предприятия в целом, так и по специфическим показателям, связанным с закупкой и использованием компьютеров и оборудования.

Апробируем предложенную методику на примере ГБУ «Центр первичной медико-санитарной помощи № 2 г. Горловка». Основными направлениями деятельности центра являются: организация предоставления первичной медико-санитарной помощи в определенном законодательством порядке; проведение профилактических прививок; обеспечение соблюдения стандартов и

унифицированных клинических протоколов медицинской помощи; внедрение новых форм и методов профилактики, диагностики, лечения и реабилитации заболеваний и состояний; проведение экспертизы временной нетрудоспособности и контроль за выдачей листков нетрудоспособности; направление на МСЭК лиц со стойкой потерей трудоспособности; разработка планов развития первичной медико-санитарной помощи населению; проведение совместно с санитарно-эпидемиологической службой профилактических и противоэпидемических мероприятий.

Таблица 2 – Исходные данные для анализа особенностей использования информационно-коммуникационных технологий

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Количество действующих программных продуктов, ед. ($Ч_{д.ПО}$)	3	4	5
Количество наличного программного обеспечения, ед. ($Ч_{в.ПО}$)	9	10	11
Количество действующих программных продуктов, ед. ($Ч_{д.ПО}$)	3	4	5
Число установленного программного обеспечения, ед. ($Ч_{у.ПО}$)	3	5	7
Эффективный фонд машинного времени, дней ($T_э$)	365	365	366
Календарный фонд машинного времени, дней ($T_к$)	248	250	248
Стоимость вновь введенного программного обеспечения за определенный период, руб. ($Стоим_{введ}$)	5500	5500	5500
Стоимость программного обеспечения на конец того же периода, руб. ($Стоим_{кон}$)	5500	5500	5500
Количество подразделений предприятия, ед. ($Чп$)	22	22	22
Количество оборудованных подразделений предприятия, ед. ($Чоп$)	17	17	21
Общее количество персональных компьютеров, ед. ($ПК_{общ}$)	49	50	59
Общее количество сотрудников предприятия, чел. ($ССЧ$)	398	383	387
Данные учета стоимости основных фондов сферы обработки информации, руб. ($ССЧ_{оф}$)	14644000	14672000	14812000
Стоимость технического обеспечения на конец того же периода, руб. ($Стоим_{кон}$)	1274000	1302000	1442000
Стоимость вновь введенного технического обеспечения за определенный период, руб. ($Стоим_{введ}$)	26000	28000	140000
Численность работников в сфере обработки информации, чел. ($ССЧ_{ит}$)	17	17	16
Количество сотрудников отдела информационных технологий, чел. ($ССЧ_{ито}$)	1	2	3

Как показывают данные таблицы 3, рассчитанные показатели либо находились на одном уровне в течение рассмотренных лет, либо же незначительно возрастали. Таким образом, за рассматриваемые годы можно наблюдать положительную тенденцию, т. к. организация здравоохранения с каждым годом незначительно, но наращивает информационно-коммуникационное обеспечение. Однако можно так же сделать вывод, что главным недостатком в рассматриваемом вопросе является нехватка сотрудников отдела

информационных технологий. Кроме этого на предприятии наблюдается дефицит программных продуктов для оптимизации работы структурных подразделений, что вызвано недостаточными объемами государственного финансирования организации.

Таблица 3 – Итоговые показатели использования информационно-коммуникационных технологий ГБУ «ЦПМСП № 2 г. Горловка»

Показатель	Год			Абсолютное отклонение		Относительное отклонение	
	2018	2019	2020	2019/2018	2020/2019	2019/2018	2020/2019
Коэффициент использования наличного программного обеспечения ($K_{налПО}$)	0,33	0,40	0,45	0,07	0,05	21,21	12,5
Коэффициент использования установленного программного обеспечения ($K_{устПО}$)	1	0,80	0,71	-0,2	-0,09	-20	-11,25
Коэффициент использования машинного времени ($K_{устМВ}$)	0,68	0,69	0,67	0,01	-0,02	1,47	-2,89
Коэффициент обновления программного обеспечения ($K_{ОПО}$)	1	1	1		0	0	0
Обеспеченность работниками на 100 работников ($K_{ПК}$)	0,12	0,13	0,15	0,01	0,02	8,33	15,38
Количество оборудованных средствами ИКТ подразделений ($K_{ИКТ}$)	1,29	1,29	1,04	0	-0,25	0	-19,38
ИТ-вооруженность ($V_{ИТ}$), тыс. руб.	36864,3 2	37333,3 3	38273,9 0	469,01	940,57	1,27	2,51
Коэффициент обновления технического обеспечения ($K_{ОПФ}$)	0,02	0,021	0,097	0,001	0,076	5	361,90
Удельный вес сотрудников в сфере обработки информации в общей численности работников предприятия ($K_{СОИ}$)	4,27	4,43	4,13	0,16	-0,3	3,74	-6,77
Удельный вес сотрудников ИТ-отдела в общей численности сотрудников предприятия ($K_{ИТ}$)	0,25	0,52	0,77	0,27	0,25	108	48,07
Число компьютеров на 1 сотрудника ИТ-отдела ($K_{ПКИТ}$)	49	25	19,66	-24	-5,34	-48,9	-21,36

Выводы. Таким образом, анализ показал, что обеспечение учреждений информационными технологиями, в частности медицинским оборудованием, находится на низком уровне. Основными проблемами являются нехватка квалифицированных специалистов для работы с информационными технологиями и недостаточными объемами государственного финансирования организации.

Литература

1. Об информации и информационных технологиях [Электронный ресурс]: Закон Донецкой Народной Республики № 99-ІНС от 07 авг. 2015 г.: действующ. ред. // Официальный сайт Народного Совета Донецкой Народной Республики. – Электрон. дан. – Донецк, 2021. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyatye/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-informatsii-i-informatsionnyh-tehnologiyah/>. – Текст : электронный.
2. Семенов, А. К. Основы менеджмента / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2010. – 300 с. – Текст : непосредственный.
3. Самойлова, Е. М. Цифровизация в проектировании : учебное пособие / Е. М. Самойлова, М. В. Виноградов. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. – 105 с. – Текст : непосредственный.
4. Хохлова, М. Н. Новая архитектура цифровой экономики / М.Н. Хохлова // Экономические стратегии. – 2017. – № 4. – 146 с. – Текст : непосредственный.
5. К вопросу о платных медицинских услугах в государственных учреждениях здравоохранения: справ. изд. : в 4 т. Т 24. Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины / Р. Е. Калинин [и др.]. – Изд. 4-е, перераб. и доп. – 2016. – 481 с. – Текст : непосредственный.

УДК 332.142

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНОВ

**Савицкая Инна Михайловна, Порфирова Яна Спартаковна,
Жирнова Анастасия Сергеевна**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Майкопский государственный технологический
университет» г. Майкоп, Республика Адыгея

Аннотация. На сегодняшний день цифровизация рассматривается в качестве ведущего фактора экономического развития. В то же время динамичное развитие информационной инфраструктуры в регионах, рост доступности интернета для населения и бизнеса не сопровождаются адекватными изменениями в показателях роста экономики. Цель статьи состоит в анализе влияния процессов цифровизации на социально-экономическое развитие регионов и выявление факторов, препятствующих получению цифровых дивидендов. Основное внимание в работе уделяется вопросам сущности цифровизации, ее отраслевым аспектам, а также факторам и проблемам цифровой трансформации экономики. На основе проведенной работы мы выяснили, что для реализации возможностей цифровизации приоритетное внимание необходимо уделять цифровой трансформации бизнеса на основе улучшения делового климата и повышения уровня инвестиционной и инновационной активности.

Ключевые слова: инвестиции, инновации, регион, цифровизация, цифровая трансформация предприятий, цифровые модели, эффективность цифровизации.

ANALYSIS OF THE IMPACT OF DIGITALIZATION PROCESSES ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS

Savitskaya Inna, Porfirova Yana, Zhirnova Anastasia
Federal State Budgetary Educational Institution of
Higher Education «Maykop State Technological University»,
Maykop, Republic of Adygea

***Abstract.** To date, digitalization is considered as a leading factor in economic development. At the same time, the dynamic development of information infrastructure in the regions, the growth of Internet accessibility for the population and businesses are not accompanied by adequate changes in economic growth indicators. The purpose of the article is to analyze the impact of digitalization processes on the socio-economic development of regions and identify factors that prevent the receipt of digital dividends. The paper focuses on the essence of digitalization, its sectoral aspects, as well as factors and problems of digital transformation of the economy. Based on the work carried out, we found out that in order to realize the possibilities of digitalization, priority attention should be paid to the digital transformation of business based on improving the business climate and increasing the level of investment and innovation activity.*

***Keywords:** investments, innovations, region, digitalization, digital transformation of enterprises, digital models, digitalization efficiency.*

Постановка проблемы. Цифровизация – общемировой тренд на всеобщем использовании цифровой информации во всех сферах социальной и экономической жизни общества, когда из инструмента улучшения отдельных, частных сторон жизни, она становится основным драйвером мирового общественного развития. А также является одним из направлений развития мировой экономики, которое рассматривается в настоящее время в качестве значимого фактора улучшения экономической динамики.

Повышение эффективности достигается за счет перехода на новый технологический уровень предприятий практически всех отраслей экономики, а также внедрения инновационных методов взаимодействия с партнерами. А повышение эффективности государственного и муниципального управления обеспечивается путем снижения барьеров при взаимодействии власти, бизнеса и гражданского общества.

Переход на новый уровень взаимодействия всех субъектов цифровой экономики обеспечивается соответствующим уровнем развития информационной инфраструктуры. А значит в связи с этим развитие технологий и инфраструктуры цифровой экономики входят в число главных задач государственной политики.

В научной литературе основное внимание уделяется вопросам сущности

цифровизации, ее отраслевым аспектам, а также факторам и проблемам цифровой трансформации экономики.

Цифровизация рассматривается нами как деноминирующее распространение интернета в качестве инструмента коммуникаций, социальных сетей, а также коммерческих платформ, которые оказывают важное влияние на функционирование бизнеса, общественных институтов и индивидов, что немало важно в наше время.

В данной работе представлено соотношение понятий цифровая экономика, цифровизация и информатизация. Термин «цифровизация» является более широким, чем цифровая экономика, так как процесс внедрения цифровых технологий происходит во всех сферах человеческой деятельности, а не только в экономике. При этом цифровизация является современным этапом развития информатизации.

В рамках коммуникативного подхода рассматриваются вопросы использования информационно-компьютерных технологий для экономических и социальных взаимодействий. Обеспечение эффективных коммуникаций между всеми субъектами цифровой экономики требует наличия соответствующей инфраструктуры. В связи с этим анализируя определения сущности понятия «цифровая экономика» ряд авторов делают акцент на ее инфраструктуру, включающую технические средства, центры хранения, обработки и преобразования информации, т. д. Положительное влияние цифровизации на развитие экономики связано, прежде всего, с цифровой трансформацией предприятий и отраслей.

Анализ исследований и публикаций. Основой статьи послужили труды отечественной и зарубежной литературы, посвященной эффективности цифровизации с точки зрения влияния на динамику социально-экономических процессов в регионах [1–3].

Цель исследования – анализ влияния процессов цифровизации предприятий на динамику социально-экономических процессов на региональном уровне и обосновании стратегических направлений развития регионов в условиях цифровой трансформации экономики.

Основные результаты исследования. В исследовании вопросов цифровой экономики значительное место занимает оценка ее эффективности. Существуют различные точки зрения на экономическую эффективность цифровизации. С одной стороны, можно сказать, что за счет внедрения информационно-коммуникационных технологий в промышленности обеспечиваются рост производительности труда, сокращение непроизводственных потерь, что, безусловно, приводит к росту ВРП. С другой можно сказать, что повышение уровня информатизации управленческих процессов не оказывает существенного влияния на качество управления экономическими процессами, которые остаются на весьма низком уровне. Как две стороны одной медали. Обусловлена данная ситуация тем, что цифровые технологии используются для автоматизации традиционных процессов управления. При этом эффективность цифровизации может быть достигнута, прежде всего, путем создания новых моделей экономического поведения

участников рынка.

В качестве такой модели многие авторы рассматривают цифровые платформы, которые облегчают взаимодействие между большим числом экономических агентов. На уровне региона это могут быть отраслевые платформы, обеспечивающие взаимодействие участников различных рынков: АПК региона, транспорт, ЖКХ и др.

С точки зрения улучшения экономической динамики наибольшие возможности связаны с цифровизацией промышленных предприятий. В то же время цифровизация не приводит к изменению базовой цели ведения бизнеса – получение прибыли на основе повышения эффективности операционной, инвестиционной и финансовой деятельности. Таким образом, с точки зрения экономики, цифровизация производства ценна не сама по себе, а лишь в той мере, в которой она позволяет повысить эффективность финансово-хозяйственной деятельности и получить большую прибыль.

Решение данной задачи требует внедрения новых моделей ведения бизнеса. Для промышленности в качестве перспективных цифровых моделей рассматриваются платформы, а также «цифровые тени» и «цифровые двойники» предприятий. Представленные инструменты цифровизации предприятий можно разделить на две группы. В первую группу можно включить «интернет вещей», «цифровые тени», «цифровых двойников» и цифровые лаборатории. Их использование позволяет повысить эффективность внутренних бизнес-процессов. Основу второй группы составляют цифровые платформы, которые позволяют повысить эффективность взаимодействия с внешней средой и обеспечить интеграцию предприятия в экосистему цифровой экономики. Кроме этого, во вторую группу можно включить кастомизированные услуги и инновационные экосистемы, обеспечивающие развитие, диффузию и использование инноваций.

При исследовании цифровизации важным является вопрос оценки ее эффективности с точки зрения улучшения экономической динамики социально-экономического развития региона. В рамках реализации программы «Цифровая экономика» государство уделяет большое внимание развитию информационной инфраструктуры в регионах, что создает условия не только для цифровизации государственных услуг, но и для развития бизнеса. В связи с этим актуальным является вопрос анализа влияния процессов цифровизации на динамику социально-экономического развития регионов.

Авторами была исследована взаимосвязь между уровнем цифровизации экономики и динамикой привлечения инвестиций в основной капитал. На основании корреляционного анализа сделан вывод, что регионы с высокими показателями цифровизации имеют лучшую динамику и объемы привлечения инвестиций в основной капитал. Проведенные нами исследования не позволили подтвердить данный вывод и выявить существенную зависимость между индексом цифровизации бизнеса и динамикой инвестиций в основной капитал. Корреляционная зависимость между показателями оказалась слабой.

Также была рассмотрена взаимосвязь между уровнем цифровизации экономики и динамикой привлечения инвестиций в основной капитал. На

основании корреляционного анализа сделан вывод, что регионы с высокими показателями цифровизации имеют лучшую динамику и объемы привлечения инвестиций в основной капитал. Проведенные нами исследования не позволили подтвердить данный вывод и выявить существенную зависимость между индексом цифровизации бизнеса и динамикой инвестиций в основной капитал. Корреляционная зависимость между показателями оказалась слабой. Обусловлена данная ситуация, прежде всего, низким уровнем инвестиционной активности в экономике в целом и высоким уровнем ее региональной дифференциации.

Выявлено, что к числу важнейших задач в период развития цифровой экономики следует отнести снижение рисков и формирование в регионах благоприятного инвестиционного климата.

Наряду с высоким уровнем инвестиционной активности важным фактором цифровой трансформации экономики региона являются инновации. Между цифровизацией и инновациями существует тесная взаимосвязь. Информационные и коммуникационные технологии обеспечивают продвижение инноваций, поддержку хозяйственного развития и стимулирование научно-технического прогресса в целом.

Выводы. Проведенные исследования подтвердили наличие существенной зависимости между уровнем цифровизации и инновационной активностью бизнеса. При этом показатель инновационной активности не оказывает существенного влияния на динамику ВРП.

В условиях фактической стагнации экономики предприятия не смогли воспользоваться возможностями, которые открылись в результате развития информационной инфраструктуры. Для реализации потенциала цифровизации необходимо создание условий для существенного роста инвестиций в экономику регионов.

Литература

1. Сорокина, Г. П. Цифровые технологии как фактор повышения эффективности государственного и муниципального управления / Г. П. Сорокина, Л. В. Широкова, И. А. Астафьева // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2019. – № 2. – С. 73–83. – Текст : непосредственный.

2. Плотников, В. А. Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике / В. А. Плотников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2018. – № 4 (112). – С. 16–24. – Текст : непосредственный.

3. Лутошкин, И. В. Анализ влияния цифровых технологий на развитие национальной экономики / И. В. Лутошкин, А. А. Парамонова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2019. – Т.12. – № 4. – С. 20–3. – Текст : непосредственный.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ СУЩЕСТВУЮЩИХ И ОЖИДАЕМЫХ ЦИФРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Гуева Анастасия Борисовна¹, Федорченко Алексей Геннадьевич²

¹Институт последиplomного образования
Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Донецкий национальный технический университет»,
г. Донецк, Донецкая Народная Республика

²Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования
«Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В настоящее время в энергетике уже реализовано множество цифровых приложений, однако в ближайшие десятилетия ожидаются более радикальные изменения. В статье дана трактовка понятию «цифровизация» в рамках энергетического сектора, проведен обзор существующих и ожидаемых цифровых приложений актуальных для энергетической отрасли, выявлены их преимущества и недостатки, а также риски с разных точек зрения затронутых заинтересованных сторон.*

***Ключевые слова:** цифровизация, энергетика, управление, цифровое приложение, энергия, умные счетчики.*

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF EXISTING AND EXPECTED DIGITAL APPLICATIONS IN THE ENERGY INDUSTRY

Gueva Anastasia¹, Fedorchenko Alexey²

¹Institute of Postgraduate Education
State educational institution of higher professional education
«Donetsk National Technical University»,
Donetsk, Donetsk People's Republic

²Automobile and Road Institute
State educational institution of higher professional education
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** Currently, many digital applications have already been implemented in the energy sector, but more radical changes are expected in the coming decades. The article interprets the concept of "digitalization" within the energy sector, analyzes existing digital applications relevant to the energy industry, identifies their advantages and disadvantages, as well as risks from different points of view of the affected stakeholders.*

***Key words:** digitalization, energy, management, digital application, energy, smart meters.*

Постановка проблемы. Четкое понимание ожидаемых цифровых приложений и того, как преимущества и потенциальные недостатки влияют на различные заинтересованные стороны, является важной основой для широкой общественной и политической дискуссии для определения целей и рекомендаций по цифровой трансформации энергетической отрасли.

Таким образом, преимущества, а также потенциальные риски и узкие места с точки зрения различных заинтересованных сторон необходимо проанализировать на раннем этапе, чтобы разработать варианты устранения недостатков и обеспечить возможность использования всех преимуществ.

Анализ исследований и публикаций. Исследованием данной темы занимались такие отечественные и зарубежные ученые как: Валмюллер, А. Н. Дмитриевский, Н. А. Еремин, М. А. Королев, А. А. Степанян, В. Е. Столяров и другие, однако в связи со значительными изменениями в информационных технологиях энергетической отрасли, данная тема не перестает быть актуальной.

Цель исследования – определение сущности понятия «цифровизация» в рамках энергетического сектора, проведение обзора существующих цифровых приложений актуальных для энергетической отрасли, выявление их преимуществ и недостатков, а также определение рисков.

Основные результаты исследования. Энергетический сектор (в частности, сектор электроэнергетики) претерпел значительные изменения еще с 2000 года, однако в ближайшие десятилетия информационные технологии могут привести к значительным изменениям в энергетическом секторе, даже затрагивая самую цепочку создания стоимости.

Термины «цифровизация» и «цифровая энергетика» очень широко используются в различных определениях, основные из них представлены в таблице 1 [1–2].

Таблица 1 – Интерпретация понятий «цифровизация» и «цифровая энергетика»

Источник или автор	Определение
А. Валмюллер В книге «Цифровая трансформация практических знаний»	Процесс сбора, редактирования, использования и сохранения аналоговой информации на цифровых устройствах хранения данных, а цифровая трансформация рассматривается как применение цифровых технологий.
Международное энергетическое агентство (далее МЭА)	Процесс, описывающий растущее применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и что ее можно рассматривать как конвергенцию цифрового и физического миров
Немецкая ассоциация энергетики и водного хозяйства В публикации «Цифровой энергетический сектор»	Цифровизация в энергетике определяется как сеть приложений, процессов и устройств, основанных на интернет-технологиях.
*Составлено автором на основе синтеза материала	

Общим аспектом этих определений является то, что цифровизация описывает преобразование, вызванное, облегченное или ускоренное цифровыми приложениями.

Цифровые приложения могут быть основаны на аппаратном и программном обеспечении, но в большинстве случаев представляют собой комбинацию того и

другого, так называемые «киберфизические системы», в которых используются информационные и коммуникационные технологии (далее ИКТ).

Часто термин «цифровой» смешивают со ставшим в последнее время очень популярным термином «умный». На самом деле используемый термин «умный» не имеет общепринятого определения. Термин «умный» описывает свойства быть цифровым (в отличие от аналогового), быть подключенным через коммуникационные технологии и иметь возможность обрабатывать информацию (локально или в облаке).

Цифровые приложения в энергетике многочисленны и чрезвычайно разнообразны по своей области применения, предполагаемой выгоде и функциональности. Впоследствии существует множество способов классификации этих цифровых приложений, основные из них представлены на рисунке 1 (составлено автором на основе синтеза материала).

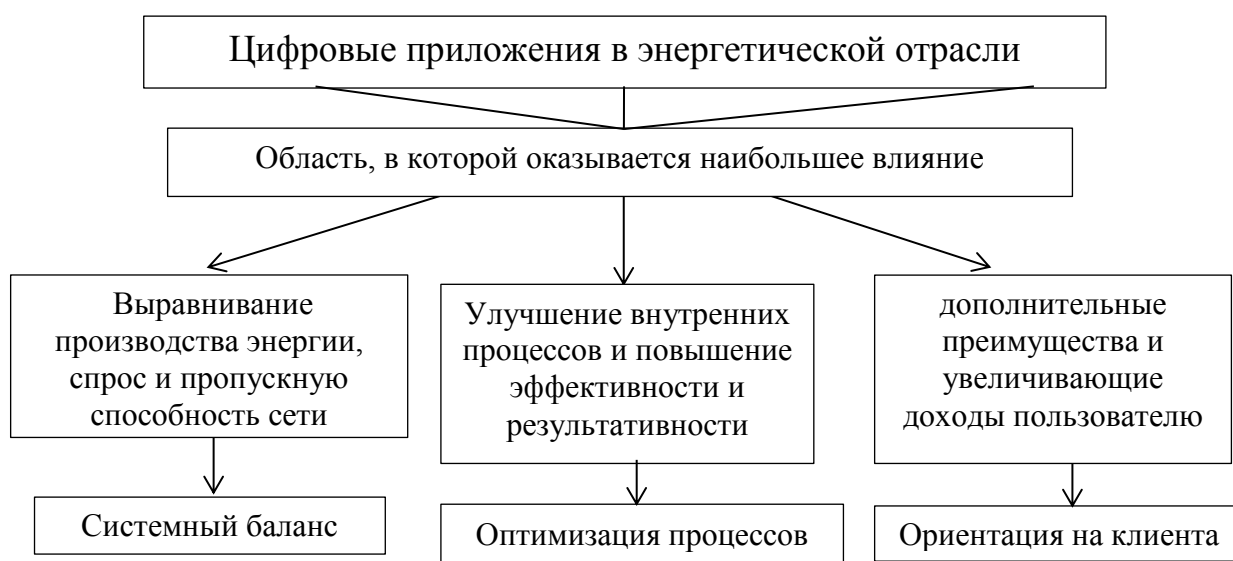


Рисунок 1– Категории цифровых приложений в энергетической отрасли

Резюмируя вышеизложенное, имеем три категории, позволяющие практически однозначно распределять приложения по разным кластерам, однако, существуют некоторые приложения, которые можно отнести более чем к одной категории. В основном это относится к приложениям «оптимизации процессов», таким как «цифровой двойник», который, в зависимости от области его применения, также может помочь улучшить баланс всей системы.

Рассмотрим каждую категорию более детально.

Системный баланс – цифровизация основана на технологии, которая собирает, передает и анализирует данные, которые затем можно использовать.

Энергетическая система уже очень сложна. Однако с ростом числа децентрализованных генераторов энергозависимой электроэнергии сложность резко возрастает.

Чтобы справиться с этой сложностью и высокой долей неустойчивого производства энергии, необходимо либо принять высокую неэффективность сети и генерирующих мощностей в качестве буферов безопасности, либо использовать информацию о фактическом и прогнозируемом спросе, генерации и мощности сети для активного контроля баланса системы.

Именно здесь цифровизация может принести огромные преимущества. Применяя цифровые датчики, цифровые блоки управления (приводы) и сетевые соединения с генераторами электроэнергии, потребителями и энергосистемами, а также используя доступность информации и возможности дистанционного управления, систему можно контролировать и поддерживать в равновесии (т. е. активно управлять спросом и генерацией, в том числе с учетом ограничений пропускной способности сети) более эффективным способом.

Если в прошлом генерация следовала за спросом, то цифровизация позволит спросу следовать за генерацией (в определенной степени) за счет предоставления необходимой информации и инфраструктуры управления.

В то время как гибкость промышленного спроса на электроэнергию (например, процессы нагрева и охлаждения) уже частично используется сегодня, потенциал бытового спроса (например, ночное накопительное отопление, тепловые насосы, посудомоечные машины, роботы-уборщики) зависит от одного из основных шагов цифровизации – внедрения умных счетчиков.

Помимо развертывания «умных счетчиков» в качестве центрального устройства связи, бытовые приборы, которые используются для обеспечения гибкости спроса, должны быть подключены к сети и иметь дистанционное управление.

Помимо преобразования текущего рынка электроэнергии в «умный рынок» цифровизация может также вызвать более разрушительные изменения, такие как настоящий одноранговый рынок, где децентрализованные производители (производители и потребители) обмениваются энергией в основном региональной установки.

Для этого потребуется цифровая платформа, которая предлагает базовые рыночные функции, а также прямую связь и каналы транзакций между устройствами управления участников, например, системой «умный дом».

Однако следует отметить, что весной 2022 года Российская Федерация столкнулась с беспрецедентными санкциями и ограничениями. Некоторые из них затронули гаджеты и устройства для умного дома.

Услугами облачной платформы «Туа» пользуются такие разработчики как «Schneider Electric», «Lenovo», «Philips». На базе начинки и облачных сервисов «Туа» выпускаются умные устройства «Sber», «Яндекс» и других компаний.

С 10 апреля отключен доступ для умных гаджетов компании к серверам «Туа». Это касается новых устройств на стадии активации или старых гаджетов после сброса и повторной настройки, но работающим гаджетам ничего не угрожает.

Сейчас известно, что некоторые производители перестали поддерживать интеграцию своих гаджетов с экосистемой «Яндекс» и голосовым ассистентом «Алиса».

Решение данной проблемы заключается в выборе системы управления умным домом с локальной работой и без привязки к облачным сервисам (как заграничным, так и отечественным).

Используя расширенную аналитику на основе исторических и текущих

данных, связанных с энергетикой, а также внешних данных, можно делать точные прогнозы выработки, спроса и состояния сети. Это снижает потери в сети и потребность в эксплуатационных резервах, позволяет избежать ненужного усиления сети и сокращает количество случаев, когда необходимо сократить возобновляемую генерацию.

Более высокое количество и качество информации о состоянии энергосистемы также позволяет быстрее обнаруживать ошибки, а в некоторых случаях даже дистанционно устранять их.

Кроме того, решения о строительстве дополнительных генерирующих единиц или внедрении мер по обеспечению энергосистемы могут приниматься на более полной фактической основе.

Оптимизация процессов. Помимо поддержки балансировки энергетической системы, цифровые приложения предлагают большой потенциал для оптимизации внутренних процессов.

Аналитика данных и машинное обучение могут улучшить понимание корреляций и способность определять первопричину аномалий и тем самым помочь определить стратегии профилактического обслуживания.

Несмотря на то, что профилактическое обслуживание позволяет избежать затрат и простоев любого оборудования, оно, в частности, актуально для активов с высокими требованиями к доступности и труднодоступных активов, таких как морские ветряные турбины.

Если данные собираются и тщательно анализируются, можно создать цифровой двойник единиц оборудования, целых активов и даже целых систем.

Цифровые двойники помогают оптимизировать эксплуатацию и техническое обслуживание в соответствии с общими целями. Этими целями могут быть, например: повышение эффективности первичной энергии электростанции, отсрочка инвестиций в сеть, снижение потребления энергии или увеличение ожидаемого срока службы.

Кроме того, цифровизация может помочь улучшить подготовку и документирование строительных и ремонтных работ за счет предоставления предварительной информации о потенциальных проблемах, соответствующих инструкций (на основе виртуальной и дополненной реальности), а также списков материалов и инструментов.

Система управления цифровыми документами может повысить доступность документов и снизить административные расходы.

Многие повторяющиеся задачи можно автоматизировать на основе цифровых решений. В частности, административные задачи, а также некоторая нормативная отчетность могут быть автоматизированы. Автоматизация более сложных и менее стандартизированных задач может потребовать применения машинного обучения.

Соединение внутренних процессов и ИТ-систем с процессами и ИТ-системами клиентов, поставщиков и партнеров может принести пользу.

Преимущество автоматизированных процессов и подключенных ИТ-систем в основном заключается в повышении эффективности, но они также могут привести к более высокому качеству процессов.

Процессы, не связанные с энергией, такие как, например, цепочка поставок, человеческие ресурсы, рекрутинг, определение стратегии, контроль и учет, а также юриспруденция также могут значительно выиграть от цифровизации с точки зрения эффективности процессов или качества продукции.

Ориентация на клиента. Исторически электричество было в основном товаром. Потребители хотели, чтобы электричество было доступным и дешевым.

Опыт прозрачности и удобства в представлении данных в других секторах изменил ожидания клиентов. Теперь потребители становятся более неудовлетворенными получением расчетных ежемесячных счетов за электроэнергию и корректирующих платежей после показаний физического счетчика и не полной прозрачностью потребления и затрат.

Эти требования клиентов (дешевая, возобновляемая энергия с высокой прозрачностью и удобством) – то, где цифровые приложения могут создавать преимущества.

«Умные счетчики» являются одним из наиболее важных компонентов приложений «умный дом».

Системы «умный дом» предлагают возможность непрерывно измерять потребление энергии (и, следовательно, автоматически выставлять счета на основе фактического потребления), разбивать потребление на отдельные бытовые приборы и визуализировать эту информацию. Это создает прозрачность и впоследствии дает возможность определить потенциал энергосбережения.

«Умные» устройства могут быть интегрированы в систему «умный дом», а их работа может управляться дистанционно и оптимизироваться вручную или автоматически (например, стиральные машины), генераторами энергии или накопителями энергии (например, батареями или электронными автомобилями). Оптимизация этих устройств может снизить энергопотребление или минимизировать стоимость потребляемой энергии, а также максимизировать доходы от производства электроэнергии.

Кроме того, можно использовать или создавать новые цифровые каналы взаимодействия с клиентами, онлайн-чаты и онлайн-порталы самообслуживания. Это не только повышает удовлетворенность клиентов, поскольку соответствует их ожиданиям, но также может снизить затраты, особенно если часть взаимодействия осуществляется через ботов или порталы самообслуживания.

Поскольку цифровизация предлагает потенциал для повышения прозрачности по всей цепочке создания стоимости, можно реализовать более дешевое и надежное доказательство происхождения, например, в виде блокчейна. Для электричества это может быть использовано для сертификатов производства возобновляемой энергии.

Выводы. В заключение можно констатировать, что в энергетике уже реализовано множество цифровых приложений, однако в ближайшие десятилетия можно ожидать более радикальных изменений.

Три области воздействия определены как категории цифровых приложений: «Баланс системы», «Оптимизация процессов» и «Ориентация на клиента», каждая из которых содержит множество отдельных цифровых приложений.

Приложения «Системный баланс» в основном состоят из приложений в

областях «умная сеть» и «умный рынок», которые активно контролируют генерацию и потребление, чтобы сбалансировать их на основе инструментов мониторинга, управления и прогнозирования на основе данных.

Приложения «Оптимизации процессов» либо оптимизируют процессы на основе анализа данных, либо автоматизируют процессы на основе робототехники.

В приложениях, ориентированных на клиента, используются различные цифровые технологии, и в основном они направлены на предоставление выгоды клиенту, которая в некоторых случаях может быть монетизирована поставщиком услуг.

Литература

1. Дмитриевский А. Н. Цифровая модернизация энергетической системы – 2018 / А. Н. Дмитриевский, Н. А. Еремин // Актуальные проблемы энергетических ресурсов. – 2018. – Вып. 2 (21). – С. 1–12. – Текст : непосредственный.

2. Еремин, Н. А. Особенности цифровой трансформации активов при реализации инвестиционных проектов // Н. А. Еремин, М. А. Королев, А. А. Степанян, В. Е. Столяров // Промышленность. – 783 (4). – 2019. – С. 116–127. – Текст : непосредственный.

УДК 339.138

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЯХ КОМПАНИИ

**Пехтерева Виктория Викторовна¹, Пилипенко Анна Викторовна¹,
Витренко Владимир Алексеевич²**

¹Автомобильно-дорожный институт

Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»,

г. Луганск, Луганская Народная Республика

Аннотация. В статье приведены результаты исследования активной аудитории социальных сетей в России. Установлено, что коммуникации с использованием социальных сетей сегодня являются одной из эффективных и востребованных форм взаимодействия компании с реальными и потенциальными потребителями. Представлены определения понятия «социальная сеть» различными авторами. Описаны медийные опции социальных сетей.

Ключевые слова: Интернет-ресурсы, социальная сеть, маркетинговые коммуникации, медийные опции.

USING THE POTENTIAL OF SOCIAL NETWORKS IN THE COMPANY'S MARKETING COMMUNICATIONS

Pekhtereva Victoria¹, Pilipenko Anna¹, Vitrenko Igor²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Lugansk Vladimir Dahl State University,
Lugansk, Lugansk People's Republic

Abstract. *The article presents the results of a study of the active audience of social networks in Russia. It has been established that communications using social networks today are one of the most effective and popular forms of interaction between a company and real and potential consumers. The definitions of the concept of «social network» by various authors are presented. The media options of social networks are described.*

Keywords: *Internet resources, social network, marketing communications, media options.*

Постановка проблемы. Развитие электронной коммерции существенно расширило список маркетинговых инструментов, традиционно применяемых для привлечения потребителей, удержания их внимания и стимулирования сбыта. Одним из стремительно развивающихся направлений Интернет-маркетинга является маркетинг в социальных сетях. Если раньше для ведения коммерческой деятельности в сети Интернет необходимо было иметь собственный сайт или страницу на одном из порталов, созданных для купли-продажи, то сейчас достаточно иметь бизнес профиль в одной из социальных сетей. Маркетинг в социальных сетях может быть, как полностью самостоятельным коммуникационным каналом, не зависимым от традиционных медиа и обычных каналов распределения, так и органически дополнять их.

Анализ исследований и публикаций. Исследованием особенностей организации маркетинговых коммуникаций в социальных сетях и вопросами электронной коммерции занимались такие зарубежные и отечественные ученые как: Я. В. Ажнюк, Дж. Бери, А. Е. Войскунский, Е. Ф. Грищенко, Л. А. Данченко, С. В. Карпова, Е. Келлер, А. Д. Нешева, В. М. Сазанов, М. Састер, О. В. Смолянюк, Л. Райс, А. Тоффлер, А. Турен, Б. Фей и другие.

Цель исследования – изучить возможности использования социальных сетей в маркетинговых коммуникациях современных компаний.

Основные результаты исследования. Важной особенностью последних лет был и остается динамичный рост активности российских потребителей Интернет-продукции в социальных сетях.

Так, по данным Brand Analytics (инновационной российской ИТ-компании и разработчика системы мониторинга и анализа соцмедиа и СМИ) в октябре 2022 г. количество активных авторов в социальных сетях в России составило 62,2 млн (в октябре 2021 года – 66,4 млн). Авторы написали более 1,5 млрд публичных

сообщений (комментариев, постов, репостов) (в октябре 2021 года – 1,1 млрд).

Несмотря на запрещение в 2022 г. зарубежных социальных медиа Instagram и Facebook, а также самоцензуру TikTok, количество авторов социальных сетей в России в октябре 2022 г. снизилось по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. незначительно – на 6 %. При этом увеличение создаваемого авторами контента составило 36 % по отношению к октябрю 2021 г. Наибольший вклад внес Telegram (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Анализ данных исследования активной аудитории (авторов) социальных сетей в России [1]

Соцсеть	Октябрь 2021 г.		Октябрь 2022 г.		Абс. откл., (+, –)	
	авторы, млн чел.	контент, млн сообщ.	авторы, млн чел.	контент, млн сообщ.	авторы, млн чел.	контент, млн сообщ.
ВКонтакте	23,8	28	274,7	711,1	4,2	436,4
Instagram	38,1	17,2	408,8	472,5	– 20,9	63,7
Telegram	4,3	10,5	88,5	84,4	6,2	– 4,1
Youtube	8,5	6,1	135,3	40,5	– 2,4	– 94,8
Одноклассники	5,1	5,0	28,1	24,1	– 0,1	– 4
Facebook	2,9	1,5	31,1	19,3	– 1,4	– 11,8
TikTok	4,0	1,4	22,5	10,0	– 2,6	– 12,5
Twitter	0,6	0,4	8,5	2,5	– 0,2	– 6

Экономические отношения в современной России сегодня включают Интернет-отношения, сравнимые с коммуникативной революцией. Многомиллионная Интернет-аудитория страны строит личную и групповую (профессиональную, корпоративную, групповую, семейную, частную) жизнедеятельность на основе новейших информационных технологий с активным использованием доступных Интернет-ресурсов, наиболее распространенными из которых являются социальные сети.

Исходя из этого, для современных компаний использование новейших информационных платформ существенно расширяет возможности конструирования более качественных коммуникаций по вертикали и горизонтали, и, прежде всего, с реальными и потенциальными потребителями.

Рассмотрим, какие определения социальных сетей дают различные ученые и практики (табл. 2) [2].

Таблица 2 – Определение понятия «социальная сеть» [2]

Автор	Определение
1	2
Е. Ф. Грищенко, А. Д. Нешева	Социальные сети созданы специально для того, чтобы люди взаимодействовали друг с другом. Под термином «социальная сеть», как правило, понимают ресурс, позволяющий пользователям организовывать сообщества в соответствии со сферой и родом их деятельности
Л. А. Данченко	Маркетинг в социальных сетях или SMM («Social Media Marketing») – это деятельность, являющаяся комплексом мероприятий, реализация которых направлена на поддержание отношений с потребителями в социальных медиа

Продолжение таблицы 2.

1	2
Я. В. Ажнюк	Социальные медиа – это интернет-сервисы, предназначенные для массового распространения содержимого, где содержимое создают сами пользователи, а автором может быть каждый, в противоположность традиционным медиа, где авторами являются предварительно отобранный и ограниченный круг людей
С. В. Карпова	Социальные медиа – это Интернет-ресурсы, наполняемые контентом зарегистрированными пользователями, которые также потребляют информацию у других участников сети. Такие ресурсы являются автоматизированной специализированной социальной средой, позволяющей общаться группе пользователей, объединенных общими интересами. Цель социальных медиа состоит в содействии объединению, взаимодействию и обмену контентом
В. М. Сазанов	Под социальной сетью понимается множество агентов, которые могут вступать во взаимодействие друг с другом, связи между которыми являются социальными, то есть предполагают дружбу, совместную работу или обмен информацией
А. С. Онищенко, В. Н. Горовой, В. И. Попик	Технологические комплексы организации обменов электронной информацией между субъектами социальных отношений и управления ими, которые предназначены для обеспечения горизонтального общения заинтересованных в нем абонентов, объединенных общими интересами, информационными потребностями и навыками общения
М. Састтер	Мотивами использования социальных сетей являются «6С»: «communications» (общение), «connectedness» (связь), «common experiences» (общий опыт), «content» (контент), «commerce» (коммерция), «cool experiences» (новые ощущения)
А. Е. Войскунский	Социальные сети – это один из социальных институтов, в той или иной степени выполняющий заказ общества и отдельных социальных групп относительно определенного влияния на население в целом, и на отдельные возрастные и социальные категории в частности

Социальные сети обладают мощным потенциалом для построения «диалогового» открытого общения, которое в свою очередь открывает новые возможности для ведения маркетинга в компаниях, ориентированных на удовлетворение всесторонних потребностей конкретного человека [3]. С такой точки зрения социальные сети являются практичным механизмом поддержки маркетинговых коммуникаций компаний в Интернете.

Главными причинами активного внедрения социальных сетей в экономическую деятельность стали: увеличение посетителей электронных страниц компаний, облегчение познавательных операций запоминания и распознавание логотипов или торговых марок, расширение масштабов охвата целевых аудиторий, пробуждение интереса потенциальных потребителей, установка и налаживание обратной связи с реальными и потенциальными клиентами, усиление эффекта «вирусного» распространения информации и ее оперативное донесение до новых слоев населения [4].

Следует отметить, что внедрение социальных сетей в коммуникации

компаний принципиально изменило модели их взаимодействия с потребителями, интенсифицируя общение с потребительским сообществом. При этом компании на системной основе начали учитывать несколько психологических моментов. В частности, принимается во внимание то, что все потребители желают иметь право голоса в общении с представителями компании или ее руководством, формировать содержание производственно-потребительского диалога и выступать его активной стороной, иметь возможность быть выслушанным и делиться полезной информацией, поддерживать связь с другими пользователями, общаться прямо и искренне, иметь дела с этическими компаниями, работающими прозрачно, оставаться их партнером в перспективе.

В «доинформационных» моделях функционирования торгово-экономических процессов о таком богатстве обмена оценками, впечатлениями, рекомендациями, предложениями, претензиями, жалобами, обвинениями не могло быть и речи. К тому же сейчас все происходит в режиме реального времени, что позволяет компаниям мгновенно корректировать процесс продвижения товара и так же быстро видоизменять продукцию в соответствии с пожеланиями потребителя (заказчика).

Для успешного освоения социальных сетей и достижения организационных целей необходимо четко планировать направления развития компании, определяемые Интернет-фактором. Ими, в частности, являются: постоянное развитие системы разветвленных связей с общественностью, которая во многих случаях не зависит от контуров национальных границ; постоянное обновление системы обслуживания и поддержки клиентов; целенаправленная популяризация компании, продвижение ее бренда, формирование эффекта узнавания последнего; увеличение продаж за счет расширения круга потребителей; расширение ассортимента товаров и услуг на основе имиджевых технологий. В прикладном измерении это означает, что выбор кампанией инструментов и методов построения коммуникаций в социальных сетях должно основываться на продуманном целеполагании.

Обеспечить достижение поставленных целей возможно с использованием медийных опций социальных сетей (табл. 3) [4].

Таблица 3 – Комбинации бизнес-целей и социальных медийных опций [4]

Бизнес-цель	Медийные опции социальных сетей
Построение коммуникаций	Выбор лучшего контента для страниц в социальных сетях ВКонтакте, Telegram и др.
Демонстрация экспертных возможностей компании	Персональные публикации экспертов в блогах, RSS-каналах, онлайн видео, которые комплексно демонстрируют главную идею компании
Удержание внимания целевых аудиторий благодаря быстрому обновлению актуальной для нее информации	Оперативные мини-объявления в Telegram, в чатах
Предоставления места (информационной площадки) для обсуждения продукции/услуг компании	Создание дискуссии на форумах, представленных в социальных сетях
Удовлетворение запросов потребителей и формирование адвокатов бизнеса	«Вирусный» медиа контент (интересные новости, видео, картинки и т. п.)

Пренебрежение социальными медийными опциями, недостаточное использование их коммуникационного потенциала будет означать недостижение целевых ориентиров бизнес-деятельности компании и, как следствие, угрожать ей не только ухудшением позиций на рынке, но и сужением перспектив инновационного развития, лишения шансов на динамическую интеграцию в цифровую экономику.

Выводы. Таким образом, для успешной деятельности в современных экономических условиях компаниям необходимо осуществлять эффективную коммуникационную деятельность и корректировать ее в зависимости от результатов. В современном мире реализация этой задачи без использования социальных сетей невозможна. Именно социальные сети позволяют лучше понимать интересы и потребности целевой аудитории. Таким образом осуществляется переход от массового маркетинга к индивидуальному маркетингу, то есть специальных маркетинговых предложений отдельному клиенту, индивидуальным обращениям и стимулам приобретения товара.

Литература

1. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/>. – Текст : электронный.

2. Семененко, К. Ю. Маркетинговая деятельность в социальных сетях «Facebook» и «Instagram» / К. Ю. Семененко, В. И. Юрченко, Н. П. Скригун // Ученые записки ТНУ имени В. И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2019. – Том 30 (69). – № 2. – С. 164–168. – Текст : непосредственный.

3. Сафарьян, О. А. К вопросу использования «Social Media Marketing» в деятельности современных компаний / О. А. Сафарьян, Б. С. Руднев // Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы : сб. материалов XVIII междунар. науч.-практ. конф., 24-25 нояб. 2022 г., г. Донецк / ГОУВПО «ДОННТУ» : [посвящ. 95-летию каф. «Экономика и маркетинг»] ; редкол.: А. А. Кравченко [и др.]. – Донецк : ДОННТУ, 2022. – 610 с. – С. 174–178. – Текст : непосредственный.

4. Смолянюк, О. В. Использование социальных сетей в маркетинговых коммуникационных стратегиях предприятия / О. В. Смолянюк // Экономика и государство. – 2013. – № 5. – С. 105–108. – Текст : непосредственный.

СПЕЦИФИКА ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА ПРИ СОЗДАНИИ WEB-ИНТЕРФЕЙСА

Полюян Светлана Вадимовна

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Донской государственный технический университет»

г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

***Аннотация.** В статье рассмотрены наиболее важные принципы, инструменты и подходы к эффективному применению электронного мерчандайзинга при разработке Web-интерфейса, охарактеризованы основные составляющие электронного мерчандайзинга (проектирование сайта, презентация продукции и продвижение товара) и их применение в интернет-магазинах.*

***Ключевые слова:** электронный мерчандайзинг, Web-интерфейс, сайт, товар, интернет-магазин.*

THE SPECIFICS OF THE USE OF ELECTRONIC MERCHANDISING WHEN CREATING A WEB INTERFACE

Poluyan Svetlana

Federal state budget higher education institution

«Don State Technical University»,

Rostov-on-Don, Russian Federation

***Abstract.** The article discusses the most important principles, tools and approaches to the effective use of electronic merchandising in the development of a Web interface, describes the main components of electronic merchandising (website design, product presentation and product promotion) and their application in online stores.*

***Keywords:** electronic merchandising, Web interface, website, product, online store.*

***Постановка проблемы.** Актуальность проблемы применения электронного мерчандайзинга при создании Web-интерфейса обусловлена значительным увеличением объемов онлайн-торговли в настоящее время. Согласно исследованиям, в России в 2022 году объем интернет-торговли составил 4,98 трлн рублей, что почти на 30 % больше, чем в 2021 году [1].*

Создание удобного и функционального Web-интерфейса является ключевым фактором для привлечения и удержания клиентов в интернет-магазинах. Таким образом, использование электронного мерчандайзинга при создании Web-интерфейса является важной задачей для успешной онлайн-торговли.

***Анализ исследований и публикаций.** Анализ публикаций по предлагаемой теме позволил сделать вывод, что в них фрагментарно*

освещаются отдельные сущностные характеристики электронного мерчандайзинга и мерчандайзинга в целом [2, 3]. Специфика применения электронного мерчандайзинга в интернет-магазинах также частично раскрывается в рассмотренных публикациях [4]. Следовательно, актуализируется необходимость изучения составных и основных правил электронного мерчандайзинга в Интернет-магазинах.

Цель исследования – предложить методические и прикладные рекомендации создания Web-интерфейса с помощью приемов электронного мерчандайзинга.

Основные результаты исследования. Интернет-пространство доказало свою эффективность в качестве бизнес-среды, что способствует расширению рынков сбыта и увеличению объемов продаж различных продуктов и услуг. Однако, создание онлайн-магазина не является гарантией успеха, и, как и в традиционном бизнесе, требует усилий для обеспечения прибыли. В интернет-маркетинге электронный мерчандайзинг является важным инструментом продвижения интернет-магазинов, который активно развивается в сети.

Электронный мерчандайзинг - это набор методов и приемов, используемых для организации информационного пространства с целью увеличения продаж продукции и услуг. В основе электронного мерчандайзинга лежат те же элементы, что и в традиционном мерчандайзинге, такие как удачное проектирование магазина, эффективная презентация товаров и их продвижение. Однако, в электронном мерчандайзинге используются специфические средства, связанные с особенностями интернет-среды.

В интернет-магазине покупатель должен сам принимать решения, поэтому важнейшими характеристиками сайта являются логическая структура, удобство навигации, четкий и понятный каталог товаров, а также информация об оплате, доставке и заказе. Это и является сущностью электронного мерчандайзинга.

Хотя ожидания покупателей в традиционных и интернет-магазинах одинаковы, достижение цели требует разных усилий. Поэтому необходимо рассмотреть особенности составляющих традиционного мерчандайзинга в интернет-среде.

Традиционный мерчандайзинг начинается с выбора места торгового заведения, а в интернет-торговле важно выбрать подходящее доменное имя для сайта. Доменные имена могут быть первого, второго или третьего уровня, и они могут относиться к организационным или территориальным зонам. Официальным доменным именем является второй уровень, например, www.market.yandex.ru. Чтобы выбрать правильное доменное имя, необходимо убедиться, что оно кратко, осмысленно, легко запоминается. Если вы создаете интернет-магазин, то целесообразно выбрать домен второго уровня, который будет отражать суть вашего бизнеса. Часто доменное имя совпадает с названием магазина, что упрощает запоминание адреса сайта, делает его более узнаваемым и помогает повысить посещаемость.

Для создания успешного интернет-магазина необходимо обеспечить удобную структуру и систему навигации, а также эффективный дизайн. Одним

из ключевых элементов является структура сайта, которая определяет расположение его компонентов. Качество структуры напрямую влияет на возможность посетителя найти нужный товар, оформить заказ и выполнить оплату. В структуре страницы выделяют внешнюю и внутреннюю составляющие.

Внешняя – это блок-схема сайта, то есть порядок предоставления информации на страницах. Существует несколько вариантов, некоторые из них схематически изображены на рис. 1.

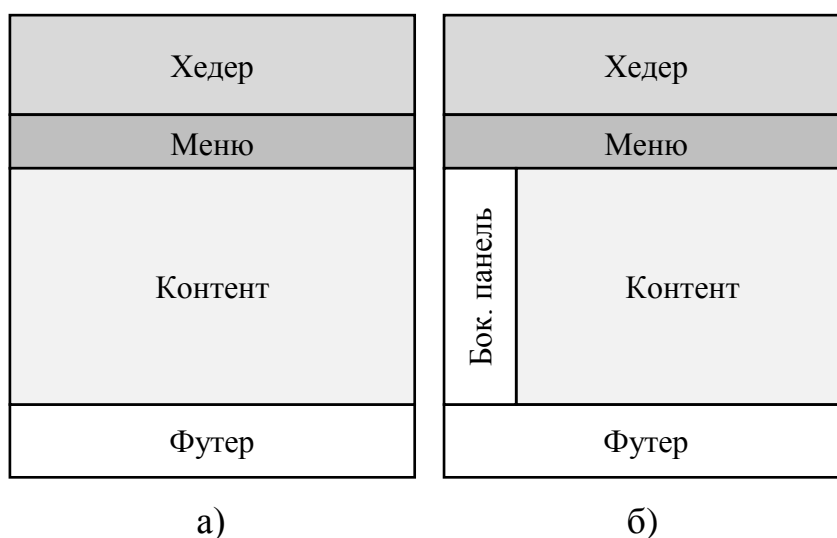


Рисунок 1 – Варианты внешней структуры сайта

Хедер (header, шапка) на веб-странице располагается в верхней части и содержит логотип, слоган, краткую контактную информацию и другие ключевые элементы.

Верхнее горизонтальное меню является информационным блоком, в котором размещены главные структурные разделы сайта (например, «О нас», «Контакты», «Способы заказа» и т. д.).

Основной блок информации, который располагается в центре страницы, называется контентом (content) и может включать текст, фотографии, видео- и аудиоматериалы.

Боковая панель (sidebar) может содержать одну или две колонки и служить для размещения меню категорий, рекламы или другой вспомогательной информации. Расположение зависит от структуры веб-сайта.

Футер (footer) находится в нижней части страницы и используется для размещения полезной, но необязательной информации, такой как копирайт, карта сайта, повторяющиеся ссылки на основные разделы (например, «Главная», «О нас», «Контакты»), а также названия команд или компаний, которые работали над сайтом и ссылки на их контактные данные или страницы в Интернете.

Рекомендуется избегать перегрузки футера излишней информацией, поскольку многие посетители не обращают на него внимания, а поисковые системы могут расценить это как метод «черного» продвижения и наказать ресурс, исключив его из поисковых результатов.

Упорядоченное размещение страниц, связанных с главной, определяет внутреннюю структуру сайта. Такая структура может быть линейной, древовидной, гибридной или решетчатой, в зависимости от того, как организовано размещение страниц на сайте.

Рассмотрим внутреннюю структуру сайта на примере Интернет-магазина по продаже изделий из древесины (рис. 2).

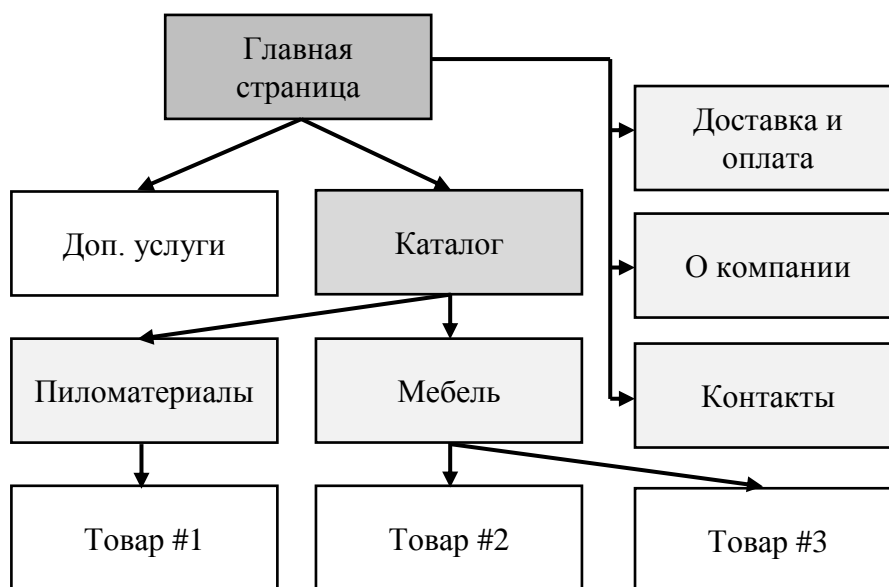


Рисунок 2 – Внутренняя структура сайта

Главную страницу интернет-магазина называют витриной, на которой размещаются ключевые сведения о компании (логотип, название, основные торговые предложения и т.д.). Однако не следует перегружать ее большим количеством ссылок, значков или графических элементов (обычно не более 20), так как это затрудняет восприятие информации.

Выбор структуры сайта (линейной, древовидной, гибридной и т. д.) зависит от его целей и задач. Для интернет-магазинов наиболее подходящими являются древовидная или гибридная структуры. Важно, чтобы иерархия была логичной, количество категорий не было слишком большим (специалисты рекомендуют не более семи), каждая основная категория была уникальной, а подкатегории были взаимосвязаны с основной категорией. Количество подкатегорий в каждой основной категории должно быть примерно одинаковым. Основные категории отображаются в меню.

Система навигации – это набор гиперссылок, предназначенный для переходов по разделам сайта для поиска конкретной информации. Ссылки могут быть двух типов: текстовые и графические.

Система навигации в зависимости от функций делится на основную, глобальную, рекламную, тематическую, текстовую, указательную и географическую.

Основная – направлена на раскрытие важнейших разделов (меню) сайта. Это в основном «Главная страница», «О нас», «Оплата и доставка», «Контакты», «Гостевая книга». Конечно, с некоторыми вариациями (могут

добавляться пункты «Помощь», «Бонусная программа», «Социальные проекты» и т. д.), однако иногда их расположение противоречит правилам электронного мерчандайзинга.

Глобальная – предполагает наличие ссылок, которые должны быть доступны с любой страницы сайта, например, ссылки на главную страницу, заказ товара и т. д.

Рекламная – ссылка на привлечение посетителей на рекламные страницы сайта с расположением товаров и услуг. По большей части помещены в правой части, доступны с любых дополнительных страниц. В электронных магазинах это обычно разделы «Новинки», «Хит продаж», «Интернет-магазин рекомендует», «Топ 10» и т. д. Часто используют сайты, чья внешняя структура предполагает наличие боковой панели.

Тематическая – навигация по страницам сайта одной конкретной тематики (рубрики).

Текстовая – гиперссылка из текста на странице. Они необходимы для направления пользователя к упомянутому в тексте материалу.

Указательная(справочная) – гиперссылка отмечает, в какой части сайта находится посетитель.

Географическая – используется в ресурсах, где есть разделы, посвященные разным странам.

В процессе создания сайта, дизайн играет наиболее важную роль, поскольку он может привлечь или отпугнуть пользователей. Он состоит из графических элементов, шрифтов и цветов, которые придают ему уникальный облик. Главная задача дизайнера - сделать сайт привлекательным и уникальным с помощью графических элементов, шрифтов и цветовой гаммы.

Однако, следует избегать избыточного использования графических элементов, особенно динамических, так как это может затруднить восприятие основной информации и утомить глаза пользователей. Слишком много рекламы (баннеров, ссылок) также может раздражать пользователей. Важно сделать информацию на сайте удобной для восприятия: шрифты должны быть достаточно большими, а цвет текста должен контрастировать с фоном, чтобы посетителям не приходилось напрягать зрение.

Четкая и понятная структура каталога, полная информация о товарах, а также информация о способах заказа, оплаты и доставки помогут создать эффективную презентацию на сайте.

Каталог товаров – это основа витрины (главной страницы) электронного магазина. В большинстве своем представлен в форме иерархической древовидной структуры, базовые элементы которой – типичные группы товаров и конкретные предложения. Обычно он структурирован по категориям товаров (электроника, бытовая техника, одежда, книги и т. д.)

Важными характеристиками успешного интернет-магазина являются полная информация о товаре, удобная структура его представления и быстрый поиск. Полнота информации зависит от объема представленных характеристик, а качественные фотографии и аннотации могут увеличить объем продаж на 5–7 %. Рекомендуется использовать структуру «елочки» для представления

информации о товаре с фотографией справа и описанием слева, а также возможность для покупателей оставлять отзывы. Автоматизированная система поиска поможет быстро найти нужную информацию по параметрам, таким как тип товара, название модели, бренд и цена.

Информация о заказе, оплате и доставке должна быть доступна с любой страницы сайта. Процесс заказа должен быть простым, с оформлением не более чем за три клика, и желательно не требовать обязательной регистрации на сайте. Форма быстрого заказа и корзина должны быть легко доступны на главной странице и на всех других страницах сайта. Сроки доставки и формирования заказа должны быть ясно указаны.

На каждой странице, открывающейся при оформлении заказа, следует поместить ссылку на информацию о политике защиты конфиденциальности и безопасности. Обычно ее приводят внизу сайта.

Продвижение продукции в сети осуществляется благодаря грамотному расположению информации о товаре, рекомендациям и перекрестным ссылкам. Так, учитывая правила управления вниманием посетителей на сайте, следует помнить, что клиент прежде всего смотрит в левый верхний угол страницы, поэтому именно там следует вмести́ть самую главную информацию.

Сориентироваться при выборе товара помогут рубрики «Новинки», «Товар дня» (недели, месяца), «Хит продаж». Заметим, что выделение этих позиций способно увеличить продажу на 50 %. Целесообразно отмечать товары, которые покупают вместе с избранным (уровень продаж можно увеличить до 10 %). Если магазин производит распродажу продукции, информацию обычно размещают внизу страницы.

Акции, купоны, начисление бонусных баллов, скидки на повторную покупку и оптовые цены – все это эффективные инструменты продвижения товара. В частности, ценники могут играть важную роль в продвижении продукции, поскольку поиск цен на товар может вызывать дискомфорт у пользователя. Чтобы привлечь внимание к акционным ценам, их следует выделять яркими цветами, в том числе красным. Кроме того, для увеличения продаж полезно размещать ссылки на сопутствующие товары рядом с основным продуктом, например, если рекламируется ноутбук, то можно добавить ссылки на компьютерную мышь, чехол, дополнительные комплектующие и т. д. Также полезно добавлять ссылки на рекламируемый товар на странице сопутствующих товаров - это называется системой перекрестных ссылок.

Беспокоясь о продвижении сайта, не стоит забывать также о размещении информации в социальных сетях, блогах, что будет способствовать повышению рейтинга в поисковых системах.

Важным инструментом продвижения ресурса является поисковая оптимизация: насыщение ключевыми словами, грамотная система ссылок, прописывание тегов в заголовках и т. д.

Итак, проведенное исследование позволяет сделать определенные выводы.

1. Основными составляющими электронного мерчандайзинга являются

проектирование магазина, презентация продукции и ее продвижение. Каждый из этапов имеет определенные компоненты, неразрывно связанные между собой. Для проектирования сайта это его структура, навигация и дизайн; презентация продукции представлена каталогом товаров и, непосредственно, данными о товаре; продвижение товара предполагает ссылки и теги, акции и бонусную программу. В интернет-магазинах принципы электронного мерчандайзинга должны реализоваться на этапе разработки сайта и предусматривать соблюдение определенных требований при его структурировании, создании системы навигации и разработке дизайна.

2. Презентация осуществляется благодаря рубрикации каталога и размещению информации о товаре. Так, рубрики каталога должны соответствовать представлениям покупателей о классификации представленных групп товаров. Чаще всего товары структурируют по типам (электроника, товары для дома, автотовары, для детей и т. д.). Любое логическое несоответствие структурирования информации затрудняет поиск и влечет негативную реакцию потенциальных покупателей.

3. Продвижение товаров осуществляется благодаря перекрестной ссылке (примечания «Вместе с этим покупают»), системе бонусов, акций, скидок, выделению хитов или лидеров продаж, товара дня, месяца, года и т. д.

Выводы. Таким образом, электронный мерчандайзинг является основой для создания правильного клиентоориентированного Web-интерфейса, который позволит повысить объемы продаж Интернет-магазина.

Литература

1. Interfax.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.interfax.ru/business/886218>. – Текст : электронный.

2. Федорова, И. И. Мерчандайзинг как эффективный инструмент маркетинга торгового предприятия / Федорова, И. И. – КАНТ. – 2013. – №3 (9). – С. 56–60. – Текст : непосредственный.

3. Булах Т. Электронный мерчандайзинг: сущностные характеристики, специфика применения в интернет-книжных магазинах / Т. Булах // Вестник Книжной палаты. – 2015. – № 5. – С. 3–7. – Текст : непосредственный.

4. Заречнева, Е. В. Организация выкладки товаров для интернет-магазина часов на основе принципов мерчандайзинга / Е. В. Заречнева, С. В. Рындина – Вестник Пензенского государственного университета. – 2021. – № 1. – С. 22–28. – Текст : непосредственный.

СЕКЦИЯ 5.
«ЗЕЛЕНАЯ» ЭКОНОМИКА. ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.
РЕСУРСОСБЕРЕЖЕНИЕ

УДК 622.25: 502.36/55

**ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИХ РИСКОВ НА ОБЪЕКТАХ
ВОДОСНАБЖЕНИЯ В ХОДЕ ЭСКАЛАЦИИ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ**

**Цибульняк Дмитрий Романович¹, Дариенко Оксана Леонидовна¹,
Мамаев Валерий Владимирович²**

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное профессиональное образовательное учреждение «Горловский техникум» Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** Рассмотрен канал «Северский Донец – Донбасс» как один из объектов критической инфраструктуры и повышенной водно-экологической опасности, определены имеющиеся экологические угрозы. Даны рекомендации по минимизации рисков возникновения техногенно-экологической катастрофы на объекте водоснабжения в ходе активизации боевых действий.*

***Ключевые слова:** канал, объект критической инфраструктуры, экологические риски, опасные экзогенные геологические процессы, линия вооруженного столкновения, зона безопасности*

**ASSESSMENT OF ENVIRONMENTAL RISKS AT WATER SUPPLY
FACILITIES DURING THE ESCALATION OF HOSTILITIES**

Darienko Oksana¹, Tsybulnyak Dmitry¹, Mamaev Valery²

¹Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»

²Gorlovka technical school of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** The Seversky Donets – Donbass canal is considered as one of the objects of critical infrastructure and increased water and environmental hazards, the existing environmental threats are identified. Recommendations are given to minimize the risks of a man-made environmental disaster at the water supply facility during the intensification of hostilities.*

***Keywords:** canal, critical infrastructure, environmental risks, degree of danger, line of armed conflict, secure zone*

***Постановка проблемы.** Современные исследования экологических рисков*

для населения и окружающей среды региона касаются нарушения экосистем и природных территорий, разрушения объектов критической инфраструктуры (далее – ОКИ), загрязнения источников питьевого и хозяйственного водоснабжения (далее – ПХВ).

Канал «Северский Донец – Донбасс» является одним из ведущих ОКИ, расположенных как на контролируемой, так и на временно неподконтрольной территории Донецкой Народной Республики. Кроме того, природно-техногенная система (далее – ПТС) этого объекта является одной из основных особенностей региона. Главной задачей ее функционирования остается обеспечение устойчивого и экологически безопасного водоснабжения при условии использования значительного объема незащищенных от воздействия техногенных и военных факторов поверхностных вод бассейна реки Северский Донец.

Вследствие обострения боевых действий угроза повреждения канала «Северский Донец – Донбасс» является достаточно серьезной. Кроме того, в случае возникновения аварий, локализация и ликвидация последствий аварийной ситуации может быть осложнена из-за невозможности получения доступа к местам повреждений [1].

Наличие значительного количества источников эко-техногенной опасности (гидротехнических сооружений, тепловых электростанций, магистральных газо- и нефтепроводов и других объектов производства) в условиях военного конфликта создает предпосылки загрязнения водной среды, как в процессе нормального функционирования объектов, так и в результате различного рода аварий и катастроф на вышеупомянутых техногенных объектах [2].

Анализ исследований и публикаций. Долгое время экологические аспекты военных действий и их влияние на критические объекты инфраструктуры не исследовались, однако фрагментарные экскурсы в эту проблему наблюдались, особенно среди военных историков. При этом, как правило, экологическая составляющая при отсутствии ядерной угрозы не учитывалась – ущерб был сосредоточен в рамках экономических и социальных убытков. Среди современных ученых, занимавшихся разработкой данного направления, можно отметить А. М. Вавилова, Р. Г. Мамина, С. В. Зонна, М. Д. Алпенидзе, А. В. Захаров и др.

Цель исследования заключается в оценке экологических рисков на объектах водоснабжения в ходе эскалации боевых действий на территории Донецкой Народной Республики.

Основные результаты исследования. Водоснабжение большей части Донбасса осуществляется за счет такого гидротехнического сооружения, как канал «Северский Донец – Донбасс».

Примерная длина канала «Северский Донец – Донбасс» составляет 130 км. Он берет свое начало в г. Славянск и заканчивается вблизи г. Донецка. Канал состоит из открытой и закрытой частей. Открытая часть представлена традиционным наземным каналом трапецевидной формы. Закрытая часть канала – трубные мосты (дюкеры), представляющие собой 2–3 трубы диаметром около 2,4 м с дополнительным насосным оборудованием. Использование дюкеров обусловлено необходимостью пересечения других рек, железнодорожных переездов, автомобильных дорог, а также неровностей рельефа.

За счет канала «Северский Донец – Донбасс» происходит водоснабжение Верхнекальмиусской, Макеевской, Енакиевской и Горловской фильтровальных станций, которые обеспечивают питьевой водой около 2 млн человек.

Канал «Северский Донец – Донбасс», построенный в 1953–1958 гг., проходит по водоразделам между реками Северский Донец и Казенный Торец, что обуславливает его активное эколого-геологическое воздействие на режим грунтовых вод. Забор воды в канал из реки Северский Донец осуществляется в пгт Райгородок Славянского района. В месте водозабора река перекрыта плотиной, что привело к повышению уровня воды в нем на 5 м с одновременным подпором уровня грунтовых вод и развитием локальных участков подтопления на близлежащих территориях. На всей протяженности канала от Райгородского гидроузла до реки Кальмиус отмечается подъем уровней в пределах от 0,5–1 до 25 м, в среднем на 5–10 м [3, 4]. Во многих случаях подъем уровней сопровождается заболачиванием земель и ухудшением качества поверхностного стока. Вода из канала подается практически во все промышленные районы системой распределительных магистральных водоводов. Значительную роль в водоснабжении играют и подземные воды, поскольку в отдельных населенных пунктах они являются главным, а нередко – и единственным защищенным от поверхностного загрязнения источником питьевой воды.

От устойчивости функционирования канала зависит стабильность подачи питьевой воды таким городам, как Донецк, Горловка, Макеевка, Енакиево, Авдеевка, Волноваха, Мариуполь и близлежащих населенных пунктов. При этом следует отметить, что альтернативных путей достаточного снабжения воды вышеуказанным городам при преобладании современной схемы водно-поверхностного водопользования пока нет.

В связи с проведением боевых действий, канал периодически получает технические разрушения (нарушения гидроизоляции русла канала, повреждение герметичности водопровода и т. д.), из-за чего происходят значительные потери воды, что, в свою очередь, активизирует подтопления территорий вдоль трассы прохождения водонесущих коммуникаций. При этом рост участков подтопления территорий способствует дополнительному развитию опасных геологических процессов, таких как заболачивание местности, оползни, карстово-суффозионные лейки, проседание поверхности, подъем уровня грунтовых вод [1, 5, 6].

Причинами техногенных трансформаций искусственных водных объектов и дисбаланса их функционирования является высокий уровень техногенной нагрузки за счет интенсификации техногенеза, что неизбежно приводит к росту уровня энтропийных (неравновесных по массо-энергообмену) процессов, нарушению гомеостаза, материально-энергетического баланса и динамического равновесия между абиотической и биотической составляющими.

Определение механизма экологических преобразований искусственных водных экосистем в техногенно-трансформированные возможно за счет определения интенсивности изменений внутриводных процессов и системной согласованности взаимосвязей между биотической и абиотической составляющими.

Динамическое водно-экологическое равновесие поверхностного водного объекта (канала) зависит от механизма биотической саморегуляции,

определяющей составляющей которого является система живых организмов (им отводится основная средообразующая функция), которая находится в прямой зависимости от абиотических факторов и обусловлена постоянными взаимосвязями и взаимодействиями с антропогенными факторами.

Система управления данного водного объекта в природно-техногенных условиях эколого-гидрохимических параметров сводится к повышению буферности и увеличению ее защитной способности, за счет введения информативной индикаторной системы контроля, учитывающей структурно-функциональные изменения развития водных экосистем и позволяющая выявить нарушения взаимосвязей между системой воздействия и системой самоочистки. Учитывая вышесказанное, авторами были рассчитаны составляющие экологического риска по показателю солевого состава и по показателям имеющихся в пробах воды токсичных веществ с одинаковым лимитирующим показателем вредности (рис. 1). К последним следует отнести выявленные концентрации соединений металлов – Zn, Pb и Hg, которые, однако, не превышают предельно допустимых концентраций, определенных санитарными нормами для питьевой воды.

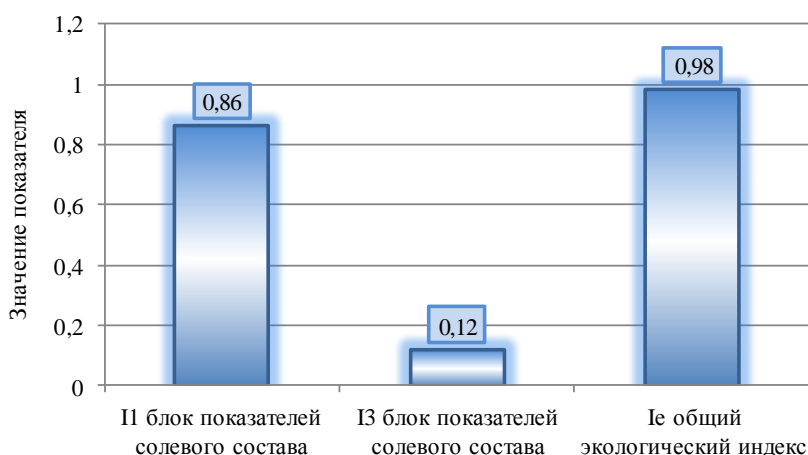


Рисунок 1 – Экологическая оценка воды канала «Северский Донец – Донбасс» в районе шахтного поля 2-БИС Никитовского ртутного комбината по общему экологическому индексу

Анализ полученных результатов показывает, что техногенно-обусловленный характер развития канала имеет незначительное колебание содержания блочных показателей, а их направленность по обобщенному экологическому индексу имеет близкие градации в пределах каждого контрольного поста по гидрохимическим показателям (пространственно-временное распространение загрязнителей). Последнее может быть свидетельством наличия относительно устойчивого ассимилирующего потенциала в комплексе ПТС канала «Северский Донец – Донбасс».

Для прогнозирования изменений качества вод канала «Северский Донец – Донбасс» с учетом структурно-функциональных особенностей развития выбран статистически-математический метод, основанный на использовании материального баланса, метаболической и экологической способности трансформированных водных экосистем (далее – ТВЭ) по компенсационным

механизмам биотической саморегуляции. Такой подход позволяет дать объективную оценку качественного истощения ТВЭ и математически описать изменения материального баланса в пространстве и времени. Статистическая математическая модель представляет собой аналитически выраженную тенденцию развития:

$$C = f(t) \cdot K_{сам}, \quad (1)$$

где C – суммарный показатель кислородного эквивалента общего количества органических веществ в воде;

t – время;

$K_{сам}$ – ориентировочное значение коэффициента скорости самоочищения речной воды от загрязняющих веществ (данный показатель равен 0,2).

Коэффициент самоочищения введен в связи с экосистемным способом развития биоценозов, который влияет на физико-химическую трансформацию химических соединений и тем самым объединяет биоту с биологическими процессами.

Следовательно, изменение интенсивности внутриводных процессов за счет нарушения взаимосвязей и взаимодействия между указанными параметрами приводит к техногенным трансформациям, количественным интегральным показателем которых является компенсационный механизм биотической саморегуляции, динамика интенсивности изменений которого представлена на рисунке 2.

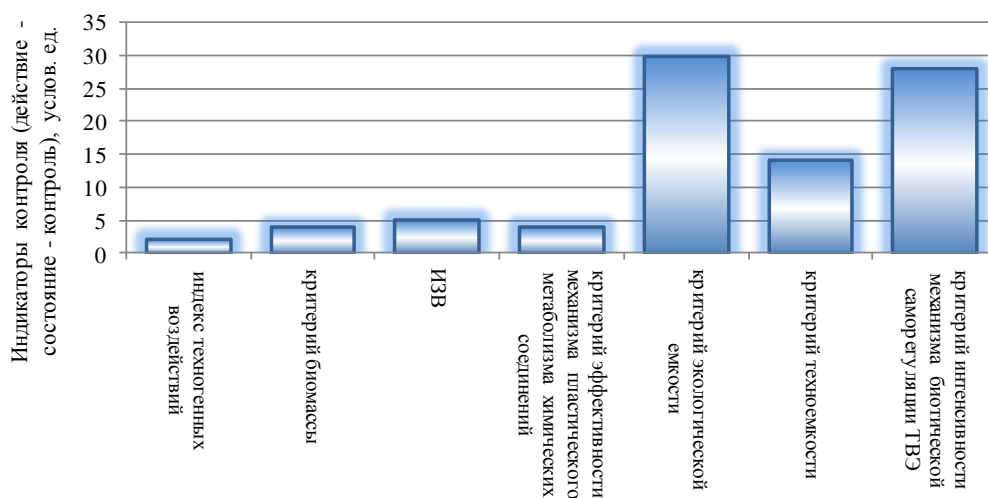


Рисунок 2 – Динамика изменений интенсивности компенсационного механизма биотической саморегуляции ТВЭ

С целью минимизации рисков возникновения техногенно-экологических катастроф, связанных с функционированием канала «Северский Донец – Донбасс» как главного источника питьевого и хозяйственного водоснабжения в регионе, необходимо:

– повысить комплексность систематического водно-экологического контроля по гидрологическим и гидрогеологическим режимам работы канала «Северский Донец – Донбасс», а также за техническим состоянием его гидротехнических сооружений;

- разработать планы локализации и ликвидации последствий аварий на объектах повышенной опасности с угрозой устойчивого загрязнения поверхностного и подземного стока, где они отсутствуют;
- принять меры (техническая поверка, плановые и профилактические работы по их обслуживанию, ремонтные работы) по недопущению нарушения целостности канала и герметичности водопровода;
- осуществлять мероприятия по проведению осушения земель в местах затопления территорий с целью уменьшения деформаций оснований гидротехнических сооружений, предупреждения процессов электрохимической коррозии и иного негативного воздействия;
- в связи с прохождением трассы канала «Северский Донец – Донбасс» через линию вооруженного столкновения, необходимо создать «зоны безопасности» в местах пересечения каналом фронтовой зоны радиусом 5 км с целью снижения угрозы разрушения гидротехнических сооружений;
- разработать государственную программу по увеличению использования местных источников пресных подземных вод в качестве защищенного источника питьевого водоснабжения при условии вооруженного конфликта и роста загрязняющего влияния затопления шахт.

Выводы. Из-за вооруженного конфликта и активизации затопления угольных шахт в Донбассе значительно ухудшилась ситуация с безопасным функционированием объектов критической инфраструктуры и объектов повышенной опасности, расположенных в непосредственной близости к местам проведения активных боевых действий, что создает предпосылки к возникновению экологических и техногенных аварий.

С целью недопущения возникновения эколого-техногенных аварий и катастроф необходимо осуществлять постоянный мониторинг и анализ функционирования объектов критической инфраструктуры и объектов повышенной опасности, которые расположены как на подконтрольной, так и на временно оккупированной территории Донецкой Народной Республики.

Также необходимо провести детальные исследования природных и искусственных процессов, оказывающих негативное воздействие на водно-экологическую ситуацию в пределах Донецкой Народной Республики, особенно на временно оккупированных территориях, из-за наличия взаимосвязанных процессов между потенциально опасными объектами, которые расположены на подконтрольной и временно оккупированной территории.

Подытоживая изложенное, необходимо отметить, что проблемы антропогенного воздействия, активизация боевых действий в Донбассе и рост опасных необратимых изменений окружающей среды, в первую очередь, геологической среды, требуют активизации внимания к решению природоохранных проблем на всех уровнях организации общества, поиска новых подходов их решению.

Литература

1. Дариенко, О. Л. Эскалация экологического кризиса в Донбассе на современном этапе / О. Л. Дариенко, М. В. Турбаба, Ю. В. Стрюкова // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных

технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2016. – Т. 2, № 1. – С. 34–38. – Текст : непосредственный.

2. Дариенко, О. Л. Исследование эколого-экономического состояния Донбасса на современном этапе / О. Л. Дариенко, А. Э. Дейна // Вестник Донецкого национального технического университета. – 2016. – № 2 (2). – С. 51–55. – Текст : непосредственный.

3. Тресницкий, С. Н. Анализ экологической ситуации в регионе Донбасса / С. Н. Тресницкий, В. С. Авдеенко, В. А. Тресницкая, М. В. Енин // Научный вестник государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет». – 2019. – № 6–2. – С. 442–450. – Текст : непосредственный.

4. Закруткин, В. Е. Гидроэкологические особенности поверхностных вод углепромышленных территорий восточного Донбасса / В. Е. Закруткин, О. С. Решетняк, Е. Н. Бакаева // Известия Российской академии наук. Серия географическая. – 2020. – № 3. – С. 451–460. – Текст : непосредственный.

5. Бакаева, Е. Н. Оценка качества вод малых рек бассейнов Северского Донца и Тузлова по биотическим индексам / Е. Н. Бакаева, М. Н. Тарадайко // Водные биоресурсы и среда обитания. – 2021. – Т. 4, № 1. – С. 7–18. – Текст : непосредственный.

6. Дрозд, Г. Я. Состояние поверхностных водоемов на юго-востоке Украины: боевые действия и экологические последствия / Г. Я. Дрозд // Водоочистка. Водоподготовка. Водоснабжение. – 2017. – № 2 (110). – С. 10–17. Текст : непосредственный.

УДК 656.078

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ КРИТЕРИЯ БЕЗОПАСНОСТИ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПАССАЖИРСКИМИ ПЕРЕВОЗКАМИ

Курилов Игорь Геннадиевич, Селезнева Надежда Алексеевна
Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного
учреждения высшего профессионального образования «Донецкий
национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

Аннотация. Методы управления пассажирскими перевозками в современных условиях должны учитывать не только интересы самих перевозчиков, но и потребности потребителей транспортных услуг. В статье рассмотрена целесообразность учета критерия безопасности окружающей среды при определении эффективности управления пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах. Доказано, что изменение структуры парка подвижного состава, эксплуатируемого на маршрутах исследования, будет способствовать снижению влияния экологической составляющей в два раза, и в целом повышению эффективности управления городскими пассажирскими перевозками.

Ключевые слова: эффективность управления, безопасность окружающей среды, автобус, городские перевозки, маршруте.

INVESTIGATION OF THE INFLUENCE OF THE ENVIRONMENTAL SAFETY CRITERION ON THE EFFICIENCY OF PASSENGER TRANSPORTATION MANAGEMENT

Kurilov Igor, Selezneva Nadezhda
Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** Methods of passenger transportation management in modern conditions should take into account not only the interests of the carriers themselves, but also the needs of consumers of transport services. The article considers the expediency of taking into account the environmental safety criterion when determining the effectiveness of passenger transportation management on urban bus routes. It is proved that changing the structure of the rolling stock fleet operated on the research routes will help to reduce the impact of the environmental component by half, and in general increase the efficiency of urban passenger transportation management.*

***Keywords:** management efficiency, environmental safety, bus, urban transportation, route.*

***Постановка проблемы.** Вопросам эффективного управления пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах всегда уделялось большое внимание. Существующие методы определения эффективности управления пассажирским перевозкам являются не совершенными. Сложность состоит в том, что нет единства в определении критерия эффективности управления пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах [1-8].*

***Анализ исследований и публикаций.** Значительный вклад в создание и развитие методологии управления пассажирскими перевозками внесли Л. Л. Афанасьев, А. В. Вельможин, Е. П. Володин, П. П. Володькин, В. А. Гудков, С. В. Жанказиев, В. В. Зырянов, В. А. Корчагин, О. Н. Ларин, Л. Б. Миротин, И.В. Спирин, С.А. Ширяев и другие авторы [5-8]. Однако большинство авторов рассматривают эффективность управления с точки зрения экономических составляющих, не уделяется должное внимание экологическим составляющим.*

***Цель исследования** – оценка влияния критерия безопасности окружающей среды на эффективность управления пассажирскими перевозками.*

Основные результаты исследования.

Согласно предложенного авторами подхода [1] комплексный показатель эффективности управления пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах можно определить по следующей формуле:

$$K_{\text{эф.уп.ПП}} = \omega_1 \cdot K_1 + \omega_2 \cdot K_2 + \omega_3 \cdot K_3 + \omega_4 \cdot K_4 \rightarrow \max, \quad (1)$$

где K_1 – критерий, учитывающий безопасность окружающей среды при осуществлении пассажирских перевозок;

K_2 – критерий, учитывающий организационно-техническую составляющую эффективного управления пассажирскими перевозками;

K_3 – критерий, учитывающий экономическую составляющую пассажирских перевозок;

K_4 – критерий, учитывающий уровень качества обслуживания пассажиров на городских автобусных маршрутах;

$\omega_{1..n}$ – весовой коэффициент, который учитывает степень влияния каждого из критериев.

Проведем оценку влияния критерия безопасности окружающей среды на эффективность управления пассажирскими перевозками.

Критерий, учитывающий безопасность окружающей среды (K_1) при эффективном управлении пассажирскими перевозками можно определить по нормативному уровню загрязнения окружающей среды, вибрации или шума, которые влияют на экологическую обстановку в городе. Мы предлагаем, рассчитать массовый выброс вредных веществ городскими автобусами n -го класса с j -м типом двигателя при осуществлении пассажирских перевозок на городских автобусных маршрутах по территории населенного пункта по следующей формуле [3, 4]:

$$M_{inj} = m_{inj}^{np} \cdot L_{nj} \cdot k_{nj}^{ПП} \cdot k_{nj}^{ВП}, \quad (2)$$

где m_{inj}^{np} – пробеговый выброс i -го вредного вещества городскими автобусами n -го класса с двигателями j -го типа, г/км;

L_{nj} – суммарный годовой пробег по территории города городских автобусов, млн.км;

$k_{nj}^{ПП}$ – коэффициент, который учитывает изменение выбросов вредных веществ при движении автобусов по территории города;

$k_{nj}^{ВП}$ – коэффициент, который учитывает варьирование выброса от вида перевозок и типа двигателя автобуса.

Суммарный годовой пробег по территории города городских автобусов (L_{nj}) определяется по следующей формуле [4]:

$$L_{nj} = A_i \cdot \alpha_{Ti} \cdot l_{cci} \cdot D_{p,ri}, \quad (3)$$

где A_i – количество автобусов на городских автобусных маршрутах, ед.;

α_{Ti} – коэффициент, учитывающий техническую готовность;

l_{cci} – среднесуточный пробег автобусов на городских автобусных

маршрутах, км;

$D_{p,ri}$ – количество рабочих дней в году, дни.

Для расчета показателя, учитывающего безопасность окружающей среды (K_I) при эффективном управлении пассажирскими перевозками необходимы следующие исходные данные, которые представлены в табл. 1–4.

Таблица 1 – Пробеговой выброс вредного вещества (m_{inj}^{np}) городскими автобусами [3]

Длина автобуса L , м	Тип ДВС	Пробеговой выброс m_{inj}^{np} , г/км				
		СО	СН	NO ₂	С	SO ₂
Особо малый $L < 5$	Б	13,5	2,9	3,0	–	0,09
	Д	1,8	0,4	1,9	0,2	0,07
Малый $6 < L < 7,5$	Б	44,0	3,4	6,1	–	0,18
Средний $8 < L < 9,5$	Б	67,5	5,0	9,9	–	0,25
	Д	4,5	1,4	9,1	0,8	0,9
Большой $10,5 < L < 12$	Б	104,0	7,7	10,4	0	0,32
	Д	4,9	1,6	10,0	1,0	1,23

Примечание. ДВС – двигатель внутреннего сгорания; Б – бензиновый; Д – дизельный; СО – оксид углерода; СН – углеводороды; NO₂ – оксид азота; С – сажа; SO₂ – оксид серы.

Учитывая, что расчет выбросов вредных веществ будет осуществляться в городе Горловка, численность которого составляет 254 тыс. человек, определим коэффициент, учитывает изменение выбросов вредных веществ (k_{nj}^{HII}) при передвижении автобусов по территории города Горловка. Значения данного коэффициента с учетом типа двигателя автобусов представлены в табл. 2.

Также следует учесть, что расчет выбросов вредных веществ будет осуществляться в городе Горловка по городским автобусным маршрутам, поэтому коэффициент, который учитывает варьирование выброса от вида перевозок и типа двигателя автобуса (k_{nj}^{BII}) представлен в табл. 3.

Таблица 2 – Значения коэффициента k_{nj}^{HII} в зависимость от численности населенного пункта [3]

Численность населенного пункта N_{HII}	Значения коэффициента k_{nj}^{HII}							
	СО		СН		NO ₂		С	SO ₂
От 100 тыс. до 1 млн. человек	Тип ДВС							
	Б	Д	Б	Д	Б	Д	Д	Б, Д
	0,89	0,95	0,85	0,93	0,79	0,92	0,8	1,15

Таблица 3 – Значение коэффициент, который учитывает варьирование выброса от вида перевозок (k_{nj}^{BII}) [3]

Вид перевозок	Тип ДВС	Значение коэффициент k_{nj}^{BII}				
		СО	СН	NO ₂	С	SO ₂
Городские или пригородные	Б	0,9	0,96	0,89	-	1,3
	Д	0,89	0,92	0,93	0,75	1,3

Площадь территории S_3 города Горловка под застройкой, согласно

данных Администрации города Горловка, равна 422 км².

Структура парка на городских автобусных маршрутах согласно данных Администрации города Горловка представлена в табл. 4.

Таблица 4 – Структура парка подвижного состава на городских автобусных маршрутах в городе Горловка

Длина автобуса ($L_{авт}$), м	Тип ДВС	Структура подвижного состава, %
Особо малый $L < 5$	Б	10
	Д	-
Малый $6 < L < 7,5$	Б	38
Средний $8 < L < 9,5$	Б	
	Д	49
Большой $10,5 < L < 12$	Б	-
	Д	2
Итого:		100

Чтобы определить критерий, учитывающий безопасность окружающей среды (K_1) необходимо рассчитать суммарный годовой пробег по территории города городских автобусов ($L_{гij}$) и значение массового выброса вредных веществ городскими автобусами при осуществлении пассажирских перевозок, которое стремится к минимуму.

Результаты расчетов представлены в табл.5.

Таким образом, массовый выброс основных вредных веществ городскими автобусами при осуществлении пассажирских перевозок на городских автобусных маршрутах города Горловка равен CO – 363430 тыс. тонн; CH – 25416 тыс. тонн; NO₂ – 41837 тыс. тонн; C – 25 тыс. тонн; SO₂ – 2387 тыс. тонн. По данным табл. 5 построим гистограмму распределения вредных выбросов отработавших газов (рис. 1).

Таблица 5 – Результаты расчетов

Длина автобуса L , м	Тип ДВС	Средне-суточный пробег, км	Суммарный годовой пробег, тыс. км	Массовый выброс вредных веществ, тыс.т				
				CO	CH	NO ₂	C	SO ₂
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Особо малый $L < 5$	Б	60	399	4262	835	746	-	47
	Д	-	-	-	-	-	-	-
Малый $6 < L < 7,5$	Б	105	2673	93148	6565	10175	-	636
Средний $8 < L < 9,5$	Б	149	4903	262166	17713	30296	-	1621
	Д	-	-	-	-	-	-	-
Большой $10,5 < L < 12$	Б	34	45	3681	249	290	0	19
	Д	58	39	172	54	330	25	63
Итого:		404	8058	363430	25416	41837	25	2387

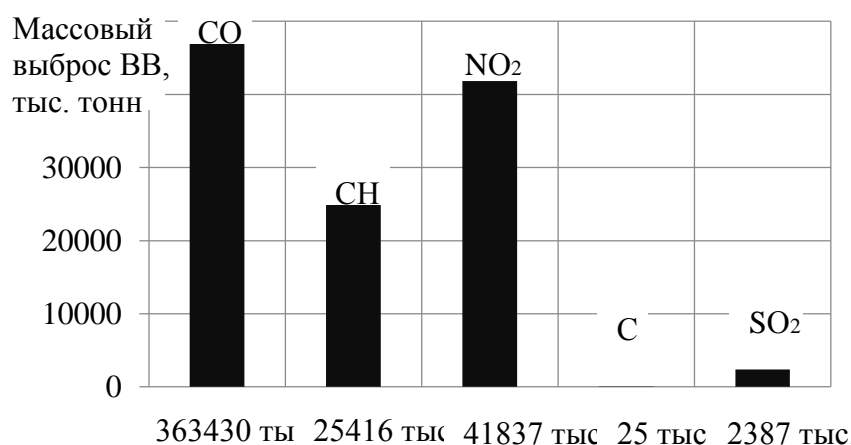


Рисунок 1 – Гистограмма распределения вредных выбросов отработавших газов

Рассчитаем массовый выброс основных вредных веществ городскими автобусами при осуществлении пассажирских перевозок при измененной структуре парка на городских автобусных маршрутах (табл. 6).

Результаты расчетов представлены в табл. 7.

Таблица 6 – Измененная структура парка подвижного состава

Длина автобуса ($L_{авт}$), м	Тип ДВС	Структура подвижного состава, %
Особо малый $L < 5$	Б	5
	Д	5
Малый $6 < L < 7,5$	Б	38
Средний $8 < L < 9,5$	Б	25
	Д	24
Большой $10,5 < L < 12$	Б	2
	Д	1
Итого:		100

Таблица 7 – Результаты расчетов

Длина автобуса L , м	Тип ДВС	Средне-суточный пробег, км	Суммарный годовой пробег, тыс. км	Массовый выброс вредных веществ, тыс.т				
				CO	CH	NO ₂	C	SO ₂
Особо малый $L < 5$	Б	30	100	1066	209	187	–	12
	Д	30	100	162	34	160	–	9
Малый $6 < L < 7,5$	Б	105	2673	93148	6565	10175	–	636
Средний $8 < L < 9,5$	Б	75	1251	66879	4519	7729	–	414
	Д	75	1201	4877	1454	9249	–	1429
Большой $10,5 < L < 12$	Б	33	45	3681	249	290	0	19
	Д	58	39	172	54	330	25	63
Итого:		404	5407	169984	13084	28119	25	2582

Таким образом, массовый выброс основных вредных веществ городскими автобусами при осуществлении пассажирских перевозок при изменении структуры парка подвижного состава равен CO – 169984 тыс. тонн; CH – 13084 тыс. тонн; NO₂ – 28119 тыс. тонн; C – 25 тыс. тонн; SO₂ – 2582 тыс. тонн. По данным табл. 3.7 построим гистограмму распределения вредных выбросов отработавших газов (рис. 2).

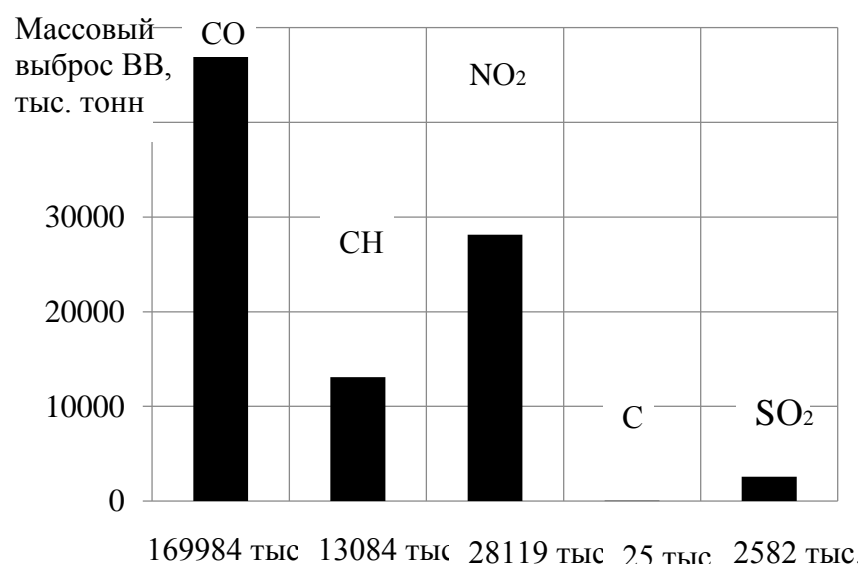


Рисунок 2 – Гистограмма распределения вредных выбросов отработавших газов с измененной структурой парка

Выводы. Учитывая все вышеизложенные расчеты, можно сделать вывод, что массовый выброс вредных веществ городскими автобусами зависит от класса автобуса и типа эксплуатируемого двигателя. Анализ данных показал, что при изменении структуры парка подвижного состава в городе Горловка в 2 раза уменьшатся значения вредных веществ, таких как CO, CH и NO₂.

Таким образом, учет влияния критерия безопасности окружающей среды на эффективность управления городскими пассажирскими перевозками позволит снизить экологическую составляющую и будет способствовать повышению качества транспортного обслуживания пассажиров.

Литература

1. Селезнева Н.А, Тятых В.А. Инновационная составляющая эффективного управления пассажирскими перевозками / Н.А. Селезнева, В. А. Тятых // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты. Материалы Пятой международной научно-практической конференции. В 3-х частях. Отв. редакторы Е.П. Мельникова, Е.Ю. Руднева, О.Л. Дариенко. – 2020. – С. 23–30. – Текст : непосредственный.

2. Селезнева Н.А, Тятых В.А. Эффективное управление пассажирскими перевозками на городских автобусных маршрутах / Н.А. Селезнева, В. А. Тятых // Актуальные вопросы экономики и управления: теоретические и прикладные аспекты. Материалы Пятой международной научно-практической конференции. В 3-х частях. Отв. редакторы Е.П. Мельникова, Е.Ю. Руднева, О.Л. Дариенко. – 2020. – С. 207–213. – Текст : непосредственный.

3. Козлов, Ю.С. Экологическая безопасность автомобильного транспорта / Ю.С. Козлов. – М.: Агар, 2000. – 175 с. – Текст : непосредственный.

4. Методическое пособие по выполнению сводных расчетов загрязнения атмосферного воздуха выбросами промышленных предприятий и автотранспорта города (региона) и их применению при нормировании выбросов – СПб., 1999; утверждено Приказом Госкомэкологии РФ от 16.02.1999, №66.

5. Загорский, И.О. Эффективность организации регулярных перевозок пассажирским автомобильным транспортом / И. О. Загорский, П.П. Володькин. – Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2012. – 154 с. – Текст : непосредственный.

6. Пассажи́рские автомоби́льные перево́зки: учебник / под ред. В. А. Гудкова. – М., 2006. – 448 с. – Текст : непосредственный.

7. Вельможин, А.В. Эффективность городского пассажирского общественного транспорта / А.В. Вельможин, В.А. Гудков, А.В. Куликов, А.А. Сериков. – Волгоград, «Старая башня», 2002. – 246 с. – Текст : непосредственный.

8. Володькин, П.П. Оптимизация транспортного обслуживания населения муниципальных образований с учетом социальных факторов: автореферат дисс. ... докт. техн. наук:05.22.10 / П.П. Володькин – Волгоград: 2011. – 42 с. – Текст : непосредственный.

УДК 504.75

ПРИНЦИПЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Тягунов Марк Маратович¹, Руднева Елена Юрьевна¹,
Ясуник Светлана Николаевна²**

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», г. Луганск, Луганская Народная Республика

***Аннотация.** В статье обоснована необходимость внедрения в систему управления современного предприятия принципов экологического менеджмента. Приведен перечень принципов экологического менеджмента по задачам реализации экологической политики предприятия. Дана характеристика принципов экологического менеджмента.*

***Ключевые слова:** принцип, экологический менеджмент, экологическая политика, устойчивое развитие.*

PRINCIPLES OF ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE MANAGEMENT SYSTEM OF A MODERN ENTERPRISE

Tyagunov Mark¹, Rudneva Elena¹, Yasunik Svetlana²

¹Automobile and Highway Institute
of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

²Lugansk Vladimir Dahl State University,
Lugansk, Lugansk People's Republic

Abstract. *The article substantiates the need to introduce the principles of environmental management into the management system of a modern enterprise. A list of principles of environmental management for the implementation of the environmental policy of the enterprise is given. The characteristic of principles of ecological management is given.*

Keywords: *principle, environmental management, environmental policy, sustainable development.*

Постановка проблемы. Переход к экономике устойчивого развития, учитывающей как равноправную экологическую составляющую, способствует ускорению внедрения экологического менеджмента в базовые отрасли промышленности. То есть одним из условий успешной деятельности предприятия в современных условиях является его ориентация на потребителя и принятие стратегических решений с учетом экологического фактора. Экологические аспекты открывают новые перспективы для субъектов хозяйствования.

Анализ исследований и публикаций. Значительный вклад в исследование вопросов и проблем экологического менеджмента внесли такие ученые, как Р. Акофф, А. Амоша, Н. Андреева, О. Балацкий, О. Веклич, Э. Гирусов, Г. Дейли, Д. Медоуз, Л. Мельник, О. Прокопенко, О. Попова, Н. Реймерс, А. Садеков, Ю. Туница, С. Харичкови и др.

Цель исследования – изучить принципы экологического менеджмента в системе эколого-экономического управления современного предприятия.

Основные результаты исследования. Система экологического менеджмента охватывает всю совокупность взаимовлияния предприятия и окружающей природной среды. Современные концепции экологического менеджмента несовместимы с чрезмерным использованием природных ресурсов, нанесением вреда экосистемам, загрязнением окружающей среды. Целью экологического менеджмента становится достижение экологической безопасности всех реализуемых на предприятии процессов от добычи, производства или покупки сырья до способов хранения, реализации готовой продукции и утилизации отходов. Минимизация негативного воздействия хозяйствующих субъектов на окружающую среду и реализация мероприятий по ее восстановлению – основные задачи экоманеджмента.

Экологический менеджмент интегрируется в общую систему управления современным предприятием. Поэтому наряду с целями максимизации прибыли, обеспечения конкурентоспособности предприятия должна ставиться цель достижения экологической безопасности производства. Затраты, связанные с минимизацией негативного воздействия производства на окружающую среду, оптимизацией затрат природных ресурсов, организацией использования вторичного сырья, утилизацией отходов производства и т. д. должны быть приняты и предприятием, и обществом как необходимые.

В управлении любой деятельностью необходимо соблюдать определенные принципы. В научном сообществе единства в понимании принципов экологического менеджмента пока не достигнуто, поскольку их набор

определяется подходом к трактовке сущности этого понятия.

При внедрении экологического менеджмента следует руководствоваться принципами, которые соответствуют общему менеджменту и учитывают эколого-экономические аспекты деятельности предприятия. Принципы целесообразно объединить в три группы по первоочередным задачам в рамках реализации экологической политики предприятия (табл. 1) [1].

Таблица 1 – Основные группы принципов экологического менеджмента по задачам реализации экологической политики предприятия

Группа	Принцип	Характеристика
Общие	Государственность	Необходимость руководствоваться законодательными актами, нормами, положениями государственной политики
	Единоначалие	Получение работником указаний и отчетности по результатам экологической политики перед своим непосредственным начальником
	Научность	Разработка мер экологического менеджмента должна основываться на научных рекомендациях и методикам в области экологического управления
	Комплексность	Учет факторов, влияющих на систему управления
	Системность	Единство и последовательность менеджмента как целостной системы управления в определенном порядке и взаимосвязи, а не обособленно
Экономические	Мотивированность	Преимущественное использование средств мотивирования, направленных на решение экологических проблем
	Стратегичность	Учет перспективы стратегического плана предприятия
	Оптимальность	Выбор системы экологического менеджмента будет обеспечивать оптимальные экономические результаты по сравнению с экологическими затратами
	Прогрессивность	Соответствие системы экологического менеджмента передовым иностранным и отечественным аналогам
	Эффективность	Ожидаемый эффект должен быть значительно выше, чем расходы по проведению экологического менеджмента
Экологические	Оперативность	Своевременное принятие решений, усовершенствования системы экологического менеджмента, которые позволяют предупреждать или быстро устранять ее недостатки
	Приоритетность экологических и социальных целей	Экологический менеджмент ориентирован на меры предосторожности возникновения кризисных ситуаций
	Ответственность	Необходимость нести ответственность перед обществом за загрязнение окружающей среды и внедрять меры по устранению и предупреждению такого влияния
	Непрерывность	Постоянство и регулярность, исключая случайный характер проведения экологического менеджмента
	Прозрачность	Концептуальное единство, доступность, единство терминологии, деятельность подразделений и руководителей строится на единых «несущих конструкциях» (этапах, фазах, функциях) для разных по содержанию процессов экологического менеджмента
	Своевременность	Предусматривает немедленное реагирование на экологические вызовы во избежание катастроф и аварий

Принципы экологического менеджмента должны быть связаны как с общей системой менеджмента предприятия, так и с экономическими и экологическими целями. Поэтому целесообразно выделять именно экономические, экологические и общие принципы экологического менеджмента.

Экономические принципы связаны с достижением экономических целей предприятия, чтобы экологическая политика не шла в разрез с ними по части экономической эффективности. Безусловно, экологический менеджмент требует значительных вложений капитала, но речь идет не о кратковременном эффекте, а о стратегических целях и перспективах, которые имеют долгосрочный характер. Именно в долгосрочной перспективе экологический менеджмент позволит повысить конкурентоспособность предприятия.

В зарубежной научной литературе также значительное внимание уделяется принципам экологического менеджмента (рис. 1).

Принцип «загрязнитель платит» (Polluter pays principle – PPP) широко обсуждался на Конференции ООН по окружающей среде и развитию в Рио-де-Жанейро в июне 1992 г. Он предполагает, что загрязнитель должен нести все расходы, связанные с соблюдением экологических стандартов, установленных государством. Если загрязнитель должен уплачивать стоимость любого загрязнения, вызванного его производственным процессом, то рынок будет стимулировать его изменить такую ситуацию – внедрять новые технологии или использовать более эффективные производственные процессы.

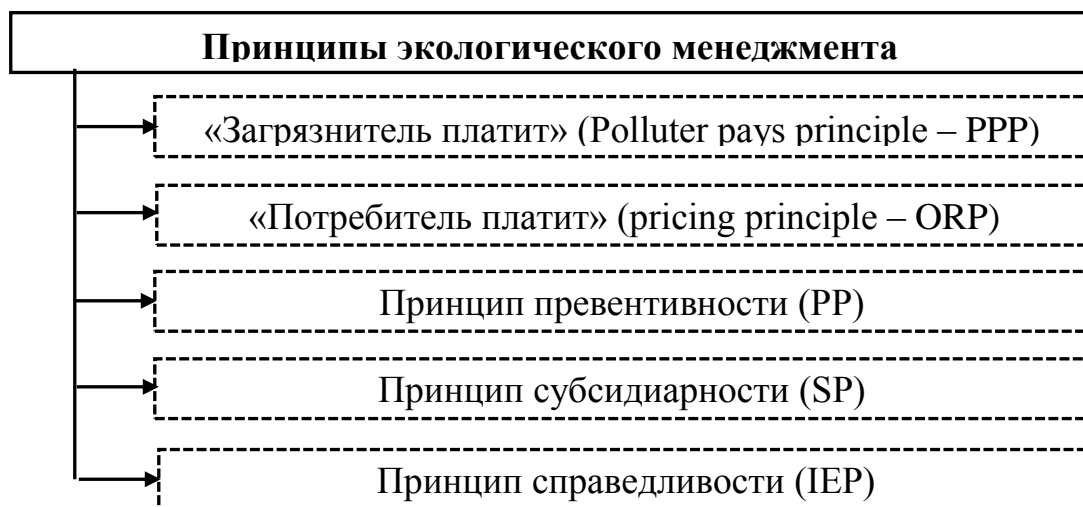


Рисунок 1 – Принципы экологического менеджмента согласно иностранных источников [2]

Недостаток этого принципа состоит в том, что потребитель не осведомлен о колоссальных затратах загрязнителя и не чувствует своей ответственности, таким образом не пытается уменьшать экологическое воздействие самостоятельно.

Принцип «потребитель платит» (pricing principle – ORP) предполагает, что все затраты по загрязнению окружающей среды переносятся на потребителя, включая стоимость затрат для будущих поколений. Одновременное сочетание этих двух принципов в экологической политике государства дает значительный положительный эффект.

Принцип превентивности (PP) также был принят в 1992 г. в Рио-де-Жанейро

на Саммите Земли. Он означает, что там, где существует серьезная угроза необратимого ущерба окружающей среде, не приемлема отсрочка в принятии экономически эффективных мер по предотвращению ухудшения состояния окружающей среды. Этот принцип предполагает минимизировать влияние на окружающую среду прежде, чем произойдут необратимые процессы.

Принцип subsidiarity (SP) не разрабатывался непосредственно для экологического менеджмента, однако он способствует реализации принципов PPP, UPP и PP. Им определяется, что принятие политических решений должно происходить на максимально низком уровне иерархии государственного управления (т. е. на местах), в зависимости от эффективности действий субъектов. Поскольку установление стандартов и интерпретация риска являются сложным политическим процессом, этот принцип предполагает большую эффективность такого процесса на местах непосредственного воздействия на окружающую среду.

Принцип справедливости (IEP) является главным принципом в концепции устойчивого развития. Он определяет, что удовлетворение потребностей нынешних поколений не должно происходить за счет компромиссов в удовлетворении потребностей будущих поколений. В этом принципе заложено сочетание экономических, экологических и социальных целей, которые лежат в основе устойчивого развития. Таким образом, соблюдение рассмотренных принципов определяет достижение основных целей экологического менеджмента, в частности, повышение качества продукции, в том числе экологического; минимизацию негативного воздействия на окружающую среду; снижение затрат на утилизацию отходов; экономию производственных затрат и ресурсов благодаря рационализации использования сырья, материалов и энергии; выход на новый уровень технологического развития предприятия и новые рынки сбыта благодаря экологизации производства; повышение экономической эффективности деятельности предприятий и т. д.

Выводы. В процессе внедрения экологического менеджмента на предприятиях, кроме соблюдения принципов, необходимо также учитывать международные стандарты экологического менеджмента. Они направлены на обеспечение предприятий элементами эффективной системы экологического менеджмента (Ecology Management System – EMS), которые можно совмещать с другими элементами общей системы менеджмента для достижения целей экологической политики.

Литература

1. Демяненко, К. А. Сущность и составляющие системы экологического менеджмента / К. А. Демяненко // Научно-практический журнал «Европейские перспективы». – 2015. – № 6. – С. 41–46. – Текст : непосредственный.
2. Barrow, C. J. Environmental management: principles and practice / C. J. Barrow. – London: Routledge, 1999. – 326 p.
3. Экологический менеджмент : учебное пособие / Д. В. Запорожец, А. В. Назаренко, Д. С. Кенина [и др.]. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2018. – 112 с. – Текст : непосредственный.

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ СЕТЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СМАРТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Дариенко Оксана Леонидовна¹, Бураков Виталий Дмитриевич¹,
Сиверский Никита Сергеевич²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное профессиональное образовательное учреждение «Горловский техникум» Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье проанализированы основные показатели энергоэффективности стран-участниц Международного энергетического агентства. Исследован зарубежный опыт использования современных smart-технологий, механизмы и инструменты обеспечения энергетической эффективности на основе модели «умных сетей».

Ключевые слова: smart-технология, «зеленая» экономика, «умная» энергосистема, эффективность, экономический рост

PROSPECTS FOR CREATING ENERGY NETWORKS USING SMART TECHNOLOGIES

Darienko Oksana¹, Burakov Vitaly¹, Siversky Nikita²

¹Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic,

²Gorlovka technical school of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

Abstract. The article analyzes the main energy efficiency indicators of the member countries of the International Energy Agency. The foreign experience of using modern smart technologies, mechanisms and tools for ensuring energy efficiency based on the model of «smart networks» is investigated.

Keywords: smart technology, «green» economy, «smart» energy system, efficiency, economic growth

Постановка проблемы. Одной из характерных черт современного развития является существенное переосмысление энергетической политики. Данный процесс уже активно реализуется в развитых странах и связан с заменой индустриальной модели экономики постиндустриальной. В соответствии с современными тенденциями, новая энергетическая политика

должна включать в себя такие аспекты как доступность, эффективность, экологичность, социальная, экономическая и организационная устойчивость, безопасность.

С начала прошлого десятилетия был сделан акцент на развитие возобновляемых «нетрадиционных» источников энергии. Однако для их полноценного внедрения и использования необходимо сочетание трех составляющих на постоянной основе:

- энерговосприимчивость (минимальное воздействие на окружающую среду);
- полное энергообеспечение (непрерывное снабжение);
- энергетическая доступность (доступная тарификация для потребителей) [1].

Сегодня это является приоритетной задачей, поскольку добыча недр Земли, их переработка, наносит огромный ущерб естественному фону, что приводит к деградации, в том числе, человеческого общества. Кроме того, решение этой задачи является важным также с точки зрения энергетической независимости. Актуальность данной темы также усиливается истощаемостью нынешней структуры электроэнергетики и устаревшим оснащением сети.

Стратегической основой для стабилизации и снижения энергоемкости экономики большинства стран является повышение уровня энергоэффективности. Важная роль в этом направлении отводится технологиям Smart Grid. Их участие в процессе роста электроэнергетической составляющей в микро- и макросредах обусловлена необходимостью изменения применяемых ранее технологий в энергетической сети и поиска альтернативных источников ввиду чрезмерного использования невозобновимых природных ресурсов, а также изменениями в климате из-за систематических выбросов парниковых газов [2]. Для достижения определенных результатов в разработке новых «умных» энергосетей формальное описание приоритетов в данной сфере отступает на задний план. В то же время приобретает актуальность создание дорожных карт, специализация которых заключается в определении целесообразных мероприятий, сроков и исполнителей для реформирования энергетической составляющей экономики [3].

Анализ исследований и публикаций. Различные аспекты высокотехнологического экономического развития на основе построения Smart Grid исследовали в своих трудах Л. Ю. Богачков, Н. В. Бондарчук, В. Ф. Веселов, Г. В. Ермоленко, В. В. Клочков, Г. В. Колесник, Р. М. Нижегородцев, Т. Г. Попадюк, Л. Н. Проскурякова, В. Д. Секерин, Т. Х. Усманова, Т.Н. Шаталова, Н.Н. Швец и др.

Целью исследования является анализ факторов, которые могут поспособствовать применению Smart Grid технологий, а также развитию дорожной карты создания новых энергетических сетей.

Основные результаты исследования. Основные идеи, стоящие за концепцией технологий Smart Grid на разных уровнях – это тесное взаимодействие устоявшихся энергосистем с децентрализованными системами управления, системами телекоммуникационных сетей, разнообразных

счетчиков; с различными условиями расположения солнечных панелей, гидро-, ветрогенераторов и т. д., которые в совокупности должны сформировать целостную инфраструктуру «умной» энергетической сети.

Основными компонентами Smart Grid является интеллектуальный учет энергозатрат; усовершенствованная сеть; энергоэффективность; приборы в собственности потребителей, которые могут быть встроены в инновационную энергетическую систему.

Целесообразно, по нашему мнению, дать оценку последствий внедрения таких интеллектуальных сетей в любой экономической системе: снижение расходных нагрузок; значительное уменьшение воздействия на экологический фон, в большой степени за счет перехода к децентрализованному производству электроэнергии именно потребителями-участниками, в том числе, в рамках концепции распределенного производства видов энергии. В перспективе также важно углублять интеграцию с компьютерными системами для оптимизации энергопотребления в целом на всех уровнях жизни с учетом принципов автоматизации и минимального вмешательства в систему извне.

Учитывая вышесказанное, стоит очертить главные преимущества ввода в эксплуатацию рассматриваемой технологии по сравнению с устоявшейся ныне моделью энергетического оборота.

Во-первых, при удачном разветвлении звеньев, входящих в систему интеллектуального энергоснабжения, обеспечивается бесперебойность подачи энергии к потребителю. Это может проявляться в ситуациях, когда определенный отрезок системы снабжения выходит из строя. Кроме того, активное развитие компьютерного инжиниринга и его применение в сфере энергетики может обеспечить процесс автоматизированного восстановления поврежденных участков сети.

Из предыдущего вытекает следующее преимущество – поступление избыточной энергии, при ее наличии, в общую систему, формирующую удобную топологию для пользования многими участниками сети, поскольку, те домохозяйства, которые не способны в полной мере самостоятельно генерировать необходимые объемы вида энергии, смогут быть обеспечены ей за счет займа из общего энергетического «контура».

Благодаря использованию в системе устройств, сущность которых заключается в накоплении энергии, обеспечивается относительная устойчивость ее подачи, например, в условиях непогоды, когда нет возможности использовать для генерации солнечные панели и т. д.

Такие условия способны обеспечить благоприятную среду также для развития сервисного обслуживания установленных на основе Smart Grid домашних систем, систем на производствах и т. д. Это является одним из драйверов развития экономики государства [3].

То есть, распространяемая политика, направленная на повсеместное использование «умной» энергосистемы, не является безосновательной. Это подкрепляется экономической выгодой в перспективе. Для того, чтобы выделить перспективы успешного применения такой энергетической модели в регионе, необходимо обратиться к опыту других стран.

Основным показателем для оценки эффективности использования энергоресурсов является ЕАРИ. Исследование показателей энергосистем осуществляется с помощью 18 индикаторов, которые в свою очередь объединяются в три большие группы измерения показателей энергетических систем:

- экономический рост и динамика развития;
- равновесное состояние экологической системы;
- доступность и безопасность энергии.

В результате анализа, лидерами среди государств-членов Международного энергетического агентства (далее – МЭА) оказались такие страны, как Южная Корея и Соединенные Штаты Америки. Факторами успеха послужили целесообразно выбранная экологическая политика и наличие больших запасов и возможностей по использованию альтернативных источников энергии. Промежуточные итоги представлены на рисунке 1 [4]. Оценивание осуществляется по шкале от 0 (худший результат) до 1 (лучший результат).

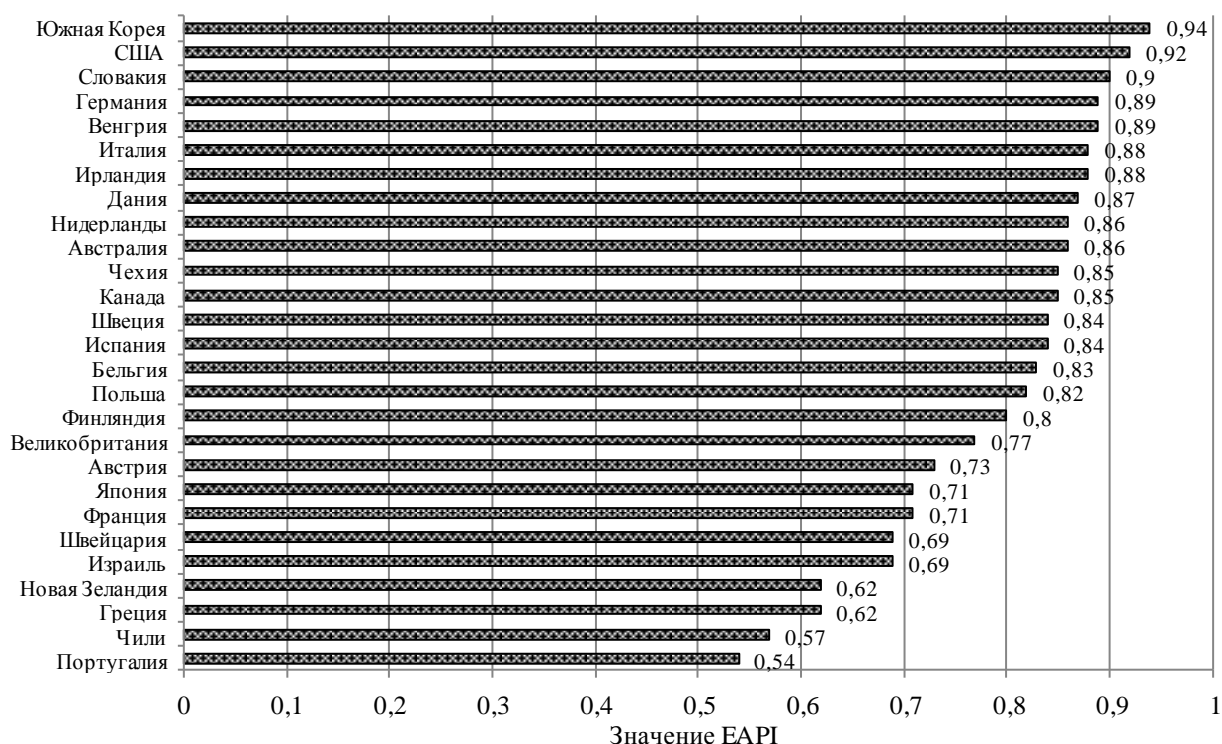


Рисунок 1 – Показатели Глобального индекса энергоэффективности стран-участниц МЭА в 2021 году (составлено авторами на основе [4])

С момента внедрения смарт-технологий большинство стран-участниц МЭА начали поиск альтернативных видов источников энергии. В конце 2021 года был зафиксирован значительный показатель использования электроэнергии, произведенной из возобновляемых источников (табл. 1). В 2021 году производство электроэнергии из возобновляемых источников выросло примерно на 7 %, при этом ветряные и солнечные фотоэлектрические

технологии составили около 60 % этого роста. Доля возобновляемых источников энергии в мировом производстве электроэнергии достигла почти 29 % в 2021 году, что является рекордным годовым приростом на два процентных пункта. Такие объемы «чистой» энергии вызвали проблемы по управлению энергосистемами.

Таблица 1 – Показатели общего энергоснабжения по источникам стран-участниц МЭА в 2021 году (составлено авторами на основе [4])

Страна	Источники энергоснабжения, ТДж					
	Каменные и уголь	Природный газ	Гидро- энергетика	Ветер, солнце и др.	Биотопливо и отходы	Нефть
Австралия	1648775	1605004	53150	167484	247488	1760503
Австрия	99321	305616	151193	40115	264083	447408
Бельгия	102099	633872	977	65542	159288	768249
Великобритания	218752	2671347	23324	320588	637211	2167077
Венгрия	68627	366421	878	21585	112353	304756
Германия	1811452	3118859	65963	699807	1307933	3954485
Греция	70968	206346	12054	61772	53499	381441
Дания	30008	86828	58	66424	203086	233361
Ирландия	34625	190695	3358	42398	31958	243010
Испания	115858	1168586	109429	356318	332497	1823408
Италия	198987	2448407	167998	391291	611907	1842300
Канада	441733	4702400	1384682	147150	556286	3942190
Нидерланды	172876	1316248	167	93186	210646	1068129
Новая Зеландия	68937	162467	87233	205922	42067	266321
Польша	1667192	715468	7624	68473	381613	1213366
Португалия	23935	216612	44779	62763	138131	350840
Словакия	90768	170552	16031	–	75189	144061
США	9406509	29779989	1055675	2191403	4178417	29404822
Финляндия	117509	87792	57082	29598	405781	299083
Франция	227643	1463842	223882	224483	698887	2581744
Чехия	509903	304646	7718	–	199859	355028
Швейцария	3629	119331	136331	12319	118051	336401
Швеция	65975	52459	258318	124885	527618	416421
Южная Корея	3175018	2069767	13958	103316	293838	4146620
Япония	4684391	4054011	290108	429259	657412	6173407

Одной из передовых технологий, которые применяются в рамках Smart Grid можно считать FACTS (Flexible Alternating Current Transmission Systems) и DCSG (Direct Current Smart Grid), главной целью которых является соблюдение стабильности в работе и повышение уровня пропускной способности электросетей с применением электропередач переменного и постоянного тока с использованием интеллектуальных сетей, за счет контроля над перепадами напряжения. Основным условием применения этой технологии является наличие надежного соединения сетей в мире [5].

В настоящее время реализуется ряд проектов на основе технологии ASMSD (Automative Smart Metering System Data). Она базируется на

интеллектуальном учете воды, энергии, света с использованием специальных приборов, имеющих возможность передачи информации по сетям GSM/GPRS с последующим определением адреса пользователя. Среди компаний, применяющих данную технологию можно выделить: Siemens AG и Techem GmbH. Внедрение данных технологий должно стать необходимостью для каждой страны с целью развития в экономической и экологической сферах [3].

Для успешной реализации опыта зарубежных стран в данной сфере необходимыми условиями являются:

- обеспечение конкурентной среды на рынке энергоресурсов;
- производительное использование энергии;
- предоставление свободного доступа к энергосетям;
- создание условий для дальнейшего инвестирования в проекты интеллектуальных сетей.

Для согласования и контроля над взаимосвязанными процессами необходимо создание дорожных карт для эффективного внедрения политики внедрение «умных» энергосетей.

Дорожная карта представляет собой нормативный документ, состоящий из необходимых процессов, первостепенных стейкхолдеров с направлениями их деятельности и сроками выполнения работ. Она является ключевым элементом в развитии интеллектуальных сетей. Назначение дорожной карты обуславливается согласованием стратегических задач и тактических решений, а также состоит в улучшении управления бизнес-процессами и интенсификация процессов инновационного развития экономики. Внедрение в систему дорожных карт является достаточно распространенным в сфере энергетики среди различных институтов и компаний.

Наибольшего успеха в разработке и реализации политики внедрения «умных» сетей по применению дорожных карт достигли такие страны, как США, Китай, Германия и Индия. Дальнейшей задачей для этих стран является улучшение уровня производительности и эффективности функционирования нынешних сетей.

Проанализировав опыт стран, добившихся значительных результатов в развитии «умной» энергетики, можно выделить наиболее важные направления деятельности для успешного внедрения и ассимиляции Smart Grid в национальном масштабе:

- 1) энергоэффективная политика и регуляция;
- 2) инфраструктура;
- 3) технологии, инновации и исследования;
- 4) привлечение потребителей и открытость.

Стоит отметить, что для большинства составляющих определяющим фактором является именно ресурсный, который предполагает, в определенной степени, изменение экосистем. В совокупности – снижение негативного воздействия на окружающую среду. Важно отметить, что для большинства стран-участниц МЭА задача снижения уровня эмиссии CO₂ оказалась посильной, что обусловлено синергетическим эффектом расширения

возможностей применения альтернативных источников энергии и активной реализацией проектов Smart Grid в области энергетики (рис. 2).

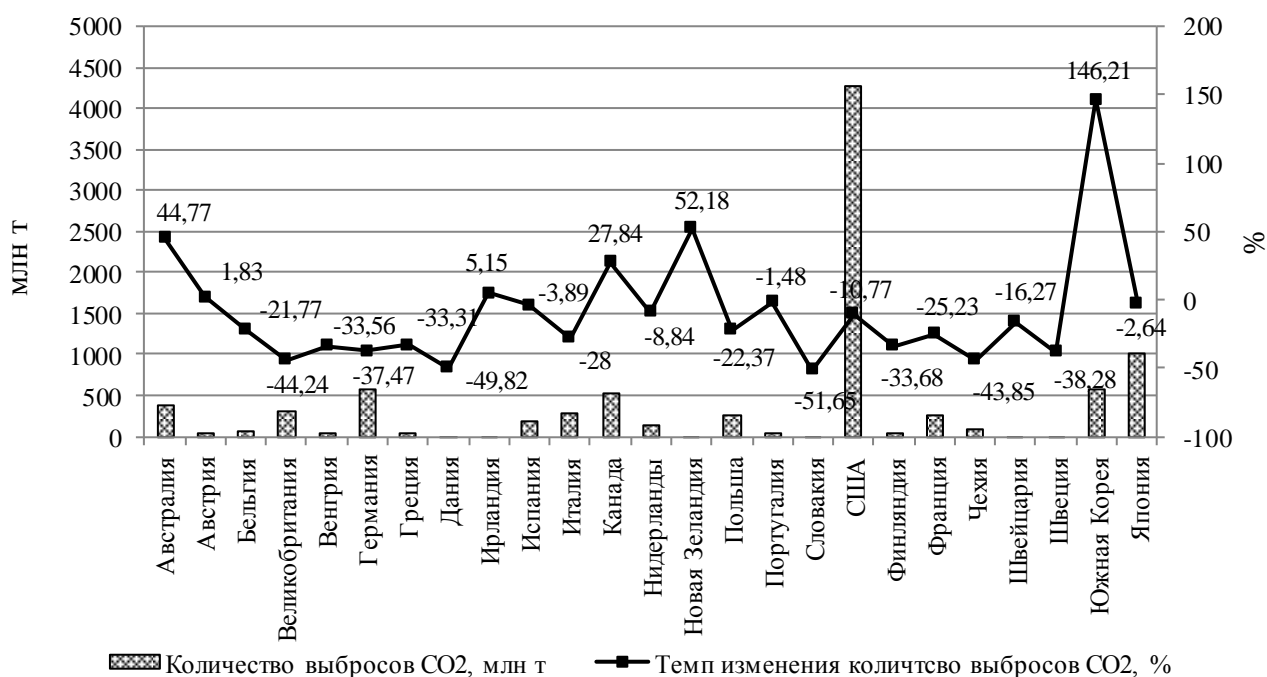


Рисунок 2 – Темп изменения эмиссии CO₂ в 2021 г. по сравнению с 1990 г. странами-участницами МЭА (составлено авторами на основе [4])

Наиболее весомыми факторами развития альтернативных источников с использованием технологии Smart Grid является активное внедрение IT-технологий, энергосберегающих установок, счетчиков и т. д. [6]. Использование и распространение этих элементов в комплексе позволит экономить, эффективно используя энергию.

На современном этапе развития энергетической и экологической составляющих, повышение уровня применения Smart Grid технологий и улучшение организации управления невозобновимыми ресурсами становится необходимостью. Перспективный путь развития заключается в применении таких приборов:

- смарт-счетчики;
- интегрированных систем информационного обмена;
- адаптивных систем защиты;
- системы для передачи данных [6].

Эксперты утверждают, что будущая сеть лишится иерархической структуры. Вместо этого она будет иметь вид сложной, разветвленной и неструктурированной системы, основными приборами которой будут являться интеллектуальные счетчики. За счет повышения динамики управления сетью улучшится уровень надежности и безопасности энергоснабжений.

Ввиду роста цен на углеводороды, возможно сокращение разрыва между стоимостью традиционных и альтернативных источников электроэнергии. Стимулирующим фактором также можно считать ужесточение условий

строительства станций, сосредоточенных на использовании традиционных видов источников.

По прогнозам экспертов, доля энергопоставок проводимых через смарт-сети может достигать 20 % от общего объема энергопоставок [6].

Выводы. Таким образом, позитивные сдвиги от использования Smart Grid очевидны в любой области общественной жизни: от экономии ресурсов и их рационального использования отдельным домохозяйством до развития экономики за счет упрочнения таких систем на производствах, создание новых рабочих мест, связанных с данной сферой; от распределенного производства энергии с использованием альтернативных источников до улучшения состояния окружающей среды.

Необходимость применения Smart Grid технологий подтверждается нынешним экологическим состоянием Биосферы, что проявляется в чрезмерном загрязнении атмосферы станциями, генерирующими энергию на основе невозобновляемых природных ресурсы. Актуальность применения приборов на основе интеллектуального учета подтверждается неоптимизированной и неэффективной политикой использования энергии.

Литература

1. Дариенко, О. Л. Идентификация и предотвращения потерь электроэнергии энергоснабжающих организаций на основе системы альтернативных управленческих решений / О. Л. Дариенко, Е. С. Попова // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2018. – Т. 4. – № 1 (3). – С. 258–265. – Текст : непосредственный.

2. Дариенко, О. Л. Оценка экологического риска загрязнения приземного слоя атмосферного воздуха в условиях техногенных нагрузок / О.Л. Дариенко, Д. М. Яковлева // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике.– 2017. – Т. 10. – № 4-4 (6). – С. 37–42. – Текст : непосредственный.

3. Шестернева, А. М. Энергосберегающие решения в распределительных электрических сетях с применением интеллектуальных сетей Smart Grid / А. М. Шестернева, О. Н. Титаренко, Е. Г. Малюк // Энергетические установки и технологии. – 2020. – Т. 6. – № 4. – С. 103–111. – Текст : непосредственный.

4. International Energy Agency : официальный сайт Международного энергетического агентства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.iea.org>. – Текст : электронный.

5. Полешук, Е. Н. Smart Logistics Grid – концепция эффективного использования логистических ресурсов в распределительных сетях / Е. Н. Полешук // Логистические системы в глобальной экономике. – 2018. – № 8. – С. 202–205. – Текст : непосредственный.

6. Гилязов, Т. Р. Трансформация мировых энергетических рынков : «умный энергетический рынок Smart Grid» / Т. Р. Гилязов // Экономические науки. – 2020. – № 193. – С. 202–206. – Текст : непосредственный.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ФОРМИРОВАНИИ ПРИРОДОСБЕРЕГАЮЩЕЙ МОДЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Чурсинова Аделина Сергеевна, Савицкая Инна Михайловна
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Майкопский государственный технологический
университет» г. Майкоп, Республика Адыгея

***Аннотация.** Существующая экологическая обстановка и предпосылки ее преобразования во многом определяются промышленным производством и производственной деятельностью в целом. Несмотря на конкретные успехи и достижения, всеобщая картина здесь продолжает портиться, что ведет к поэтапному развитию экологического кризиса в мире. основополагающая причина такого положения состоит в низкой результативности применяемых алгоритмов экологического мониторинга и управления на промышленном производстве, преимущественно выстроенных на жестких административных методах и принуждении. Все более явной становится потребность поиска новых путей и методов к урегулированию экологических проблем промышленного производства. В данной статье рассматриваются сущность, содержание и задачи экологического менеджмента в формировании природосберегающей модели функционирования организации.*

***Ключевые слова:** экологический менеджмент, экологическое управление, общественное производство, экологические проблемы.*

ENVIRONMENTAL MANAGEMENT IN THE FORMATION OF A NATURE-SAVING MODEL OF THE ORGANIZATION'S FUNCTIONING

Chursinova Adelina, Savitskaya Inna
Federal State Budgetary Educational Institution
Of Higher Education "Maykop State Technological University", Maykop, Republic
Of Adygea

***Annotation.** The existing ecological situation and the prerequisites for its transformation are largely determined by industrial production and production activities in general. Despite concrete successes and achievements, the overall picture here continues to deteriorate, which leads to the gradual development of the environmental crisis in the world. The fundamental reason for this situation is the low efficiency of the applied algorithms of environmental monitoring and management in industrial production, mainly based on strict administrative methods and coercion. The need to find new ways and methods to resolve environmental problems of industrial production is becoming more and more obvious. This article discusses the essence, content and objectives of environmental management in the formation of a nature-saving model of the functioning of the organization.*

***Keywords:** environmental management, environmental management, public production, environmental problems.*

Постановка проблемы. Решение глобальных и локальных экологических проблем предполагает использование широкого арсенала научных, технических и иных методов, в частности, развития теории и практики экологического менеджмента. Экологический менеджмент как отрасль научного знания только формируется. В Повестке дня на XXI век, принятой в Рио-де-Жанейро в 1992г., подчеркивается, что "экологический менеджмент следует отнести к ключевой доминанте устойчивого развития и одновременно к высшим приоритетам промышленной деятельности и предпринимательства" (Earth Summit'92. The United Nations Conference on Environment and Development). Таким образом, необходимо изучить какое воздействие способен оказывать экологический менеджмент на формирование природосберегающей модели функционирования организации, что и является целью предлагаемого исследования.

Анализ исследований и публикаций. Объектом исследования в данной работе является система организации экологического менеджмента природосберегающей модели развития организации. В ходе исследования были задействованы общедоступные учебники зарубежных и отечественных авторов в отрасли экологического менеджмента и экономики природопользования. В работах Т. Гредела, Р. Дажо, Г. Винтера, Ю. Одума, П. Ревелля, П. Риклефса, С. Ю. Даймана, А. В. Анисимова, Ю. В. Бабина, Н. В. Пахомова, Т. А. Трифонова, Е.В. Фомичева подробно описываются становление, организация и управление экологическим менеджментом на предприятии. Теоретическую базу изучения составляют: информация из глобальной сети Internet, статистические данные, сведения из научнопопулярных журналов, материалы СМИ.

Цель исследования – проанализировать систему экологического менеджмента и сделать выводы о ее направлении в дальнейшем формировании природосберегающей модели функционирования организации.

Основные результаты исследования. В российской публицистике (в том числе, в переводах документов ISO 14000) термин «экологический менеджмент» подменен «управлением качеством окружающей среды», а в некоторых – «экологическим управлением». Экологический менеджмент – это инициативная и эффективная деятельность экономических субъектов, нацеленная на свершение их собственных экологических задач, проектов и стратегий, выработанных на основе критериев экоэффективности и экосправедливости. Экологическое управление – это деятельность государственных органов и экономических субъектов, основным образом ориентированная на выполнение общеобязательных условий природоохранительного законодательства, а также на модернизацию и разработку надлежащих задач, проектов и стратегий. Экологический менеджмент рассматривает беспрестанно изменяющиеся, естественные обстоятельства среды обитания людей и показатели использования обществом окружающей естественной среды. Как и иные экономические науки, экологический менеджмент исследует промышленные взаимоотношения между индивидуумами, в конкретном случае по поводу употребления людьми сил и потенциалов природы. Процесс труда есть взаимоотношение между обществом, природой.

Будучи общеэкономической наукой, экологический менеджмент использует данные определённых экономических наук, а также естественных наук –

геологии, биологии, почвоведения, лесоведения, метеорологии, демографии и иных наук, их тезисы и положения, которые нужны для объяснения более действенных принципов применения требований и потенциалов природы.

Экологический менеджмент имеет как теоретическое, так и практическое понятие. В обстоятельствах существующей структуры национального хозяйства в стране в настоящее время экологический менеджмент призван давать реальные директивы по разным маршрутам применения природных ресурсов.

В наиболее обширном смысле экологический менеджмент должен благоприятствовать модернизации предпосылок концепции стабильного эколого-экономического становления. Такое функционирование прогнозирует отказ от создавшейся на практике теории экстенсивного экономического роста, стоявшей в основе функционирования системы мирового хозяйства и основывавшейся на понятии о неисчерпаемости природных ресурсов и неограниченности способностей природной среды к самообновлению.

К немаловажным критериям экологического менеджмента, характеризующим его отличие от общепринятых форм научно-производственного экологического управления, принято причислить:

- объяснение и сознательное принятие начальством предприятия экологической политики – открыто провозглашаемых основополагающих критериев, ориентиров экологической деятельности;

- наличие определённых экологических задач и миссий, нацеленных на становление механизмов постепенного усовершенствования всюду, где это почти осуществимо; непременное упорядочение параметров и принципов характеристики достигаемых показателей;

- действенное проектирование и организация экологической деятельности в соответствии с поставленными целями и задачами; взаимосвязанность основополагающей промышленной и экологической деятельности;

- привлечение всего персонала в экологическую деятельность; предельное задействование всех имеющихся способностей и вложений для урегулирования экологических проблем;

- независимые мониторинг и характеристика достигнутых показателей деятельности; планомерный пересмотр и усовершенствование экологической политики, целей и задач, планирования и организации деятельности в соответствии с достигнутыми итогами;

- экологическая «прозрачность»; совершенствование отношений и конструктивный диалог со всеми заинтересованными в экологических аспектах деятельности лицами и сторонами; учредителями, подрядчиками, спонсорами, покупателями, импортёрами, публикой, населением;

- проработка и тиражирование инициативной экологической документации («зеленая» отчетность); представление и анализ в отчетности наряду с позитивными также и негативных результатов деятельности.

Экологический менеджмент неразрывно связан с экономикой страны и структурирует первоначальную информацию о потребности употребления природных ресурсов при решении проблем эффективности становления

производства. Формирование новых задач рационального употребления природных ресурсов и охраны окружающей среды порождено заметной необходимостью практики жизнеустройства. Всесторонний программно-целевой подход к становлению новых форм собственности и рыночной экономики отображает взаимозависимость всех разделов программы природопользования. Совершенствованию естественнонаучных предпосылок экологического менеджмента благоприятствует модернизация генеральных схем использования производительных сил, включающих региональные факторы, производственные особенности, сырьевые ресурсы и т. д.

Достоверные первопричины внедрения экологического менеджмента в большинстве ассоциируются с общественно-трудовой и личностной деятельностью, которая является одним из значительных аспектов влияния на окружающую среду, ее преобразования в эпоху научно-технического прогресса.

Применение природных ресурсов должно быть в целом таким, чтобы оно содействовало уменьшению трат и увеличению доходности в общественном производстве. Необходимо наиболее рационально использовать содержащиеся виды сырья и энергии. Их изымание должно быть бережным, чтобы не переступить определенных граней, после которых становится трудным самовосстановление биоресурсов. Для этого целесообразна всемерная рационализация производства, его системность, что полагает минимизацию отходов, нейтрализацию утрат, обширное использование вторичного сырья. Все задачи по бережливому, хозяйственному использованию природных ресурсов должны гармонировать с предельно возможным поддержанием окружающей среды путем, с одной стороны, усовершенствования технологии и уменьшения сбросов, а с другой – всесторонней чистки от засорения, сведения к минимуму возможного урона, причиняемого здоровью и жизни людей, средствам предприятия, помещениям и строениям.

Общественное производство, да и многие иные виды деятельности людей формируют значительную перегрузку на природу. Необходимо ее всячески сократить. Природа погибает от несоблюдения полноценного закономерного воспроизведения своих факторов. Биосфера представляет собой замкнутую и уравновешенную систему, которая сама себя поддерживает.

Современное индустриальное производство не замкнутого характера, это – открытая система. В нее поступают массы сырых природных материалов, проходящих изредка фазу первичной переработки при добыче, – уголь, нефть, руда, строительные материалы, сельскохозяйственное и лесное сырье, вода, воздух. Вся биомасса материалов пройдет одну или несколько фаз переработки и потом в виде итогового продукта выходит из системы и идет в употребление. Наравне с этим на всех фазах ее переработки из системы сбрасываются отходы – пустая руда, токсины, сажа, смывы, аэрозоли, газы, пары, пыль и иные, содержащие зачастую разнообразнейшие зловредные для человека и живых организмов вещества.

Размер отбросов нередко превышает размер итогового продукта. О степени продуктивного применения сырья и об абсолютной величине шлаков можно судить по отношению веса итогового продукта к весу первоначального материала.

В современном мире на долю отходов приходится до 96–98 % от первоначального материала и только 2–4 % – на итоговый продукт. Цель состоит в том, чтобы сократить отходы за счет всемерного их употребления. Нужно преобразовывать производства до возможности в замкнутую систему, продвигая малоотходные и безотходные формы производства.

Воздействие человека на биосферные системы прерывает их равновешенность и внутренние взаимосвязи. Получаются неожиданные последствия. Использование инсектицидов в лесу для уничтожения насекомых приводит к гибели муравьев и мелких животных. Таких примеров великое множество.

Выводы. Проведенное в данной статье исследование продемонстрировало, что в процессе становления общества беспрестанно сформировываются несоответствия между увеличивающимися потребностями людей и ограниченными способностями биосферы, природных ресурсов по их удовлетворению.

Литература

1. Трифонова, Т. А. Экологический менеджмент: Учебное пособие для высшей школы. / Т. А. Трифонова, Н. В. Селиванова, М. Е. Ильина – М.: Академический Проект: Фонд «Мир», 2003. – 320 с.– Текст : непосредственный.
2. Реймерс, Н. Ф. Экология (теория, законы, правила, принципы и гипотезы)/ Н. Ф. Реймерс – М.: Россия молодая, 1994. – 367 с– Текст : непосредственный.
3. Реймерс, Н. Ф. Природопользование. Словарь-справочник / Н. Ф. Реймерс – М.: «Мысль», 1990. – 639 с.– Текст : непосредственный.
4. Рамад, Ф. Основы прикладной экологии. / Ф. Рамад – Л. : Гидрометеиздат, 1981. – 543 с.– Текст : непосредственный.
5. Шипилов Н. Ю. Экологический менеджмент: стратегический аспект / Н. Ю. Шипилов // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2020. – № 1 (25). – С. 184-190.– Текст : непосредственный.
6. Хоровинникова Е. Г. Организация управления экономическими процессами предприятия в области экологического менеджмента / Е. Г. Хоровинникова // Вестник евразийской науки. – 2020. – Т. 12. – № 2. – С. 77. – Текст : непосредственный.

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ В ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Дариенко Оксана Леонидовна¹, Королева Екатерина Олеговна¹,
Чичкан Русалина Руслановна²

¹Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

²Государственное профессиональное образовательное учреждение «Горловский техникум» Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет»

г. Горловка, Донецкая Народная Республика

***Аннотация.** В статье исследована сущность дефиниции «стратегическая коммуникация». Выделены основные характеристики стратегической коммуникации в экологической сфере. Отмечена важность коммуникационной стратегии в повышении уровня экологической культуры путем построения качественного взаимодействия в системе «власть – общественность». Охарактеризована сущность экологической коммуникации и описаны ее стратегии и тактики, которые целесообразно использовать на локальном уровне. Выделены основные задачи коммуникационной стратегии в экологической сфере.*

***Ключевые слова:** коммуникационная стратегия, коммуникационный дискурс, управление, местное самоуправление, экологическая сфера*

FEATURES OF THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC COMMUNICATIONS IN THE ENVIRONMENTAL SPHERE

Darienko Oksana¹, Koroleva Ekaterina¹, Chichkan Rusalina²

¹Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»

²Gorlovka technical school of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National University»

Gorlovka, Donetsk People's Republic

***Abstract.** It was the essence of the definition of «strategic communication» that was investigated. The main characteristics of strategic communication in the environmental sphere are highlighted. The importance of the communication strategy in raising the level of ecological culture by building high-quality interaction in the «government – public» system is noted. The essence of environmental communication is characterized and its strategies and tactics, which are advisable to use at the local level, are described. The main tasks of the communication strategy in the environmental sphere are highlighted.*

***Keywords:** communication strategy, communication discourse, management, local self-government, environmental sphere.*

Постановка проблемы. Для современного демократического общества вопросы взаимодействия в системе «власть – общественность» обостряются в процессе разработки, принятия и реализации решений в экологической сфере. Стратегическая коммуникация в этом случае выступает весомым элементом обеспечения экологической безопасности в государстве. Важность такой коммуникации сегодня подтверждается почти всеми учеными и практиками различных сфер деятельности. За счет коммуникационных связей реализуется государственная политика, укрепляются культурные особенности, расширяющих круг интересов, строятся новые функциональные стратегии, взаимодействия и т. д. Использование инструментов стратегических коммуникаций позволяет эффективно создавать и обнародовать важную информацию (в виде сообщений), оказывающую весомое воздействие на целевую аудиторию. Именно такое направление стратегических коммуникаций будет способствовать решению экологических проблем в государстве на национальном и локальном уровнях.

Анализ исследований и публикаций. В научном дискурсе проблема стратегических коммуникаций в экологической сфере очерчивается лишь в некоторых аспектах. Так, Д. Дубов рассматривает проблемы концептуализации и практической реализации стратегических коммуникаций; Г. Почепцов исследует стратегические коммуникации в государственном управлении; О. Кушнир характеризует сущность стратегических коммуникаций в условиях современного государства; С. Иванова очерчивает информационные основы коммуникационного процесса; А. Зайцева в своих исследованиях уделяет внимание экологическому дискурсу; И. Сухенко изучает экологическую коммуникацию в информационном обществе. Исследованию самого феномена стратегических коммуникаций посвятили свои работы: Л. Берк, Б. Гамильтон, В. Ландсман, В. Липкан, С. Патерсон, М. Толедано и другие. При этом вопрос стратегических коммуникаций как приоритетного элемента решения экологических проблем в научном поле не исследован.

Цель исследования заключается в исследовании основ стратегической коммуникации в целом и в экологической сфере в частности.

Основные результаты исследования. В современных условиях эффективная внутренняя политика государства в различных сферах (включая экологическую) является важной детерминантой его развития. Стратегическая коммуникация как элемент политического и социального дискурса является перспективным направлением исследований и важным элементом управления сложными социальными системами. Понятие «стратегическая коммуникация», которое начало свое активное распространение в начале 2000-х годов, использовалось преимущественно в военных или политических кругах. Сам термин был введен в обращение в начале 1960-х годов. Современные тенденции обусловили расширение перечня сфер, в которых исследуются стратегические коммуникации, среди которых выделено и экологическое направление. Так, механизм информационного взаимодействия государства, местного самоуправления, институтов гражданского общества с целью создания позитивного воздействия на экологическое состояние является

сегментом стратегических коммуникаций. В то же время эффективная стратегическая коммуникация предполагает разработку детальной коммуникационной стратегии.

Отметим, что именно важность коммуникации для всех сфер жизнедеятельности людей (наднациональный, национальный и региональный уровни, уровень организации, коллектива и т. д.) связывают со сложностью поиска единого универсального объяснения относительно сущности стратегической коммуникации. Таким образом, основными характеристиками стратегической коммуникации в экологической сфере можно считать: достижение экологических интересов (объективно существующие потребности в чистой, здоровой, продуктивной окружающей естественной среде, которая обеспечивает биологический режим жизни) на национальном, локальном и других уровнях; эффективное взаимодействие и результативное сотрудничество между публичными управленцами, активистами, общественными лидерами, неправительственными организациями и другими стейкхолдерами; информационная поддержка и обратная связь; изучение реакции на принятые решения; налаживание сотрудничества между институциональными организациями; координация коммуникаций между различными субъектами; усиление стратегического эффекта; формирование информационной среды; увеличение количества сторонников экологического образа жизни за счет специальных технологий и средств; распространение экологической культуры в обществе и т. д. [1]. При этом одной из задач коммуникационной стратегии является повышение уровня экологической культуры путем развития качественного взаимодействия в системе «власть – общественность». Отметим, что обязательным условием обеспечения эффективности стратегической коммуникации является оперативность средств массовой информации.

Отдельно стоит очертить отличия стратегической коммуникации от понятия «связи с общественностью» (PR – public relations), которое предполагает коммуникацию только с внешними стейкхолдерами. В то же время стратегическая коммуникация включает систему внутренних и внешних коммуникаций. Следовательно, связи с общественностью являются составной частью стратегической коммуникации.

Эффективность стратегической коммуникации зависит от построения действенной коммуникационной стратегии, включающей миссию, цели, задачи и детализирует план. Коммуникационная стратегия дает ответы на вопросы: что, кому, каким образом, при каких обстоятельствах и в каких условиях, когда, зачем коммуницировать. С помощью внутренней коммуникации происходит мотивация к внедрению изменений внутри организации, повышение эффективности ее работы. В то же время внешняя – направлена на привлечение партнеров, формирование положительного имиджа и т. д. Оба вида коммуникации направлены на достижение определенных целей (сотрудничество с партнерами, привлечение сторонников, волонтеров, публичное продвижение). Таким образом, коммуникационная стратегия включает план реализации, который обычно является рамочным, однако

содержит основные форматы коммуникации и включает тематические кампании. Однако стоит заметить, что коммуникационная стратегия может быть неэффективной, если ее базовые компоненты (миссия, видение, ценности) сформулированы не четко или если ежедневная деятельность происходит без их учета.

Коммуникационная стратегия должна быть «живой и пластичной» (предусматривать внесение дополнений, изменений, адаптировать стратегию в соответствии с потребностями). В основе коммуникационной стратегии общества заложена концепция позиционирования общества (в экологической сфере в частности), которая доводится до целевой аудитории.

Экологическая коммуникация на пересечении теории коммуникации и теории об окружающей среде может рассматриваться как система различных форм межличностного, группового, общественного, организационного и опосредованного общения, которое формирует социальную дискуссию об экологических проблемах, преимущественно «отношения человека/нечеловека», что составляет «экологический дискурс» [2].

Зайцева А. [3] выделяет определенные стратегии экологического дискурса, составными частями которых являются тактики [3] (рис. 1). Заметим, что в одной социальной экологической кампании может быть реализовано сразу несколько тактик. Активная реализация таких стратегий и тактик на местном уровне способна повлиять на экологическое сознание и актуализацию экологических проблем среди общественности.



Рисунок 1 – Стратегии и тактики экологической коммуникации

Заметим, что социальные экологические кампании не ограничиваются представленным перечнем тактик, их может быть больше: тактика закрепление норм «экологически безопасного» и «экологически грамотного» поведения;

тактика гиперболизации негативных оценочных характеристик; тактика апелляции к мнениям ведущих ученых и т. д.

Таким образом, ключевыми задачами коммуникационной стратегии в экологической сфере являются:

1) формирование общего видения (определение потребности и проблемы экологической коммуникации; общие цели, интересы в экологической сфере; как с помощью коммуникации способствовать достижению целей экологического развития общества);

2) проведение диагностики (систематизация имеющихся мер, процессов, ресурсов и т. п.);

3) определение фокуса приложения усилий;

4) отсечение лишнего (выявить, какие подходы и деятельность стоит изменить/прекратить);

5) организация работы в направлении достижения поставленных целей (планирование ресурсов и процессов);

6) определение критериев эффективности (установка реалистичных ожидаемых результатов и разработка критериев их оценки);

7) налаживание обратной связи как элемента взаимодействия (с привлечением общественности к процессу принятия решений);

8) усиление продвижения в решении проблемных вопросов в экологической сфере.

Выводы. Таким образом, стратегические коммуникации способны образовывать перспективные отношения между различными субъектами (властью и общественностью, медиа и аудиторией и т. д.) в долгосрочной перспективе. Актуальность использования таких коммуникаций именно в экологической сфере приобретает значение в трансформационных условиях. Применение действенных коммуникационных инструментов в практической деятельности, способных изменить вектор решения экологических проблем, обуславливает проведение более глубоких исследований влияния стратегической коммуникации именно в экологической сфере.

Литература

1. Терещеня, А. В. Стратегические коммуникации в научно-теоретическом дискурсе / А. В. Терещеня // *Communications and Communicative Technologies*. – 2020. – Вып. 20. – С. 116–121. – Текст : непосредственный.

2. Sukhenko, I. Экологическая коммуникация : опыт переосмысления / I. Sukhenko // *Communications and Communicative Technologies*. – 2016. – 24 (12). – С. 146–148. – Текст : непосредственный.

3. Зайцева, А. В. Коммуникативные стратегии экологического дискурса ФРГ / А. В. Зайцева // *Вестник Иркутского государственного лингвистического университета*. Ежеквартальный журнал. Серия Филология. – Иркутск : ИГЛУ, 2013. – № 4 (25). – С. 244–250. – Текст : непосредственный.

СЕКЦИЯ 6
УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.
РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 338:658

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ
ПРЕДПРИЯТИЙ

Иванова Ирина Владимировна, Иванов Андрей Владимирович

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Рыбинский государственный авиационный технический
университет имени П. А. Соловьева», г. Рыбинск, Российская Федерация

***Аннотация.** Статья посвящена рассмотрению понятия риск, истории развития подходов к управлению рисками, классификации рисков, особое внимание уделено вопросу классификации рисков промышленного предприятия, влиянию рисков на деятельность промышленного предприятия.*

***Ключевые слова:** классификация рисков, деятельность предприятия, управление рисками.*

THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTERPRISE RISK MANAGEMENT

Ivanova Irina, Ivanov Andrey

P. A. Solovyov Rybinsk State Aviation Technical University,
Rybinsk, Russian Federation

***Abstracts.** The article is devoted to the consideration of the concept of risk, the history of the development of approaches to risk management, risk classification, special attention is paid to the classification of risks of an industrial enterprise, the impact of risks on the activities of an industrial enterprise.*

***Keywords:** risk classification, enterprise activity, risk management.*

***Постановка проблемы.** В современных условиях достаточно сложно обеспечить долговременную стабильность развития производственной системы, рыночный и конкурентный успех продукта. Предприятия оказываются зависимыми от изменчивости внешней и внутренней среды. Для повышения эффективности управления предприятием в этих условиях необходимо применение теоретических и методических знаний в области управления рисками.*

***Анализ исследований и публикаций.** Впервые термин «риск» появился в середине XX века, в это же примерно время утверждается риск-менеджмент как отдельная наука. Связано это с высокими темпами развития инфраструктуры, высокоиндустриальных производств, появлением инновационной техники, развитием сложных технических систем в промышленной и других сферах жизни общества.*

История развития представлений о риске и об управлении рисками

уходит корнями еще в древние времена. Риск в самом общем виде анализировался в Древнем Риме и Древнем Китае. Именно там были разработаны методики управления риском на основе гадания, и долгое время они служили основанием принятия важных решений. Постепенно, начиная с эпохи Нового времени анализ рискованных ситуаций прежде всего в экономической деятельности начинает проводиться с использованием достижений математической науки: разрабатываются методики страхового возмещения (Э. Галлей, 1696), формулируется «Закон больших чисел», вводится понятие полезности как меры стоимости различных исходов развития рискованной ситуации (Я. Бернулли, 1713, 1738) [1].

Вплоть до середины XX века анализ рисков проводился в основном в финансовой сфере и в сфере страхования, а также в области валютных операций.

Начиная с 90-х XX столетия риск-менеджмент начинает охватывать все аспекты деятельности компании. Появляется должность риск-менеджера – это специалист, который занимается всеми аспектами риска в компании. В период 1993–1995 гг. совместными усилиями специалистов Австралии и Новой Зеландии был создан первый в мире стандарт по риск-менеджменту AS/NZS 4360. Далее аналогичные стандарты появились в 1997 году в Канаде и Японии. На современном этапе разработаны стандарты в области риск-менеджмента как на международном, так и национальном уровне. Ведущую роль среди международных стандартов, касающихся менеджмента риска, играет семейство стандартов серии ISO 31000 [2, 3]. На отраслевом уровне в РФ разработаны стандарты по риск-менеджменту в области обеспечения безопасности и здоровья наемных работников на рабочем месте и охраны окружающей среды, управления проектами, в авиастроении, наноиндустрии, в области применения новых технологий.

Цель исследований. Целью данного теоретического исследования является рассмотрение понятия риск, классификация рисков в деятельности предприятий.

Основные результаты исследования. Внимание к риск-менеджменту определяется следующими факторами:

- компании рассматривают риски как возможности для дальнейшего развития, как способы увеличения стоимости;
- стоимость предупреждающих мероприятий гораздо меньше стоимости ликвидации последствий;
- требования по созданию специальных подразделений в компании выдвигаются контролирующими органами;
- быстрые темпы технического и технологического развития приводят к возникновению новых рискованных ситуаций, требующих развитой методологии для реагирования на них.

Исследования теоретических вопросов по управлению рисками выявили три варианта формулирования понятия «риск»:

- 1) негативный. Риск как опасность;

- 2) позитивный. Риск как свобода выбора;
- 3) формулировка неопределенности. Риск как описание неопределенностей.

В международных и российских стандартах содержится следующее определение понятия «риск». Риск – это влияние неопределенности на цели [2,4]. Для эффективного управления риском на промышленном предприятии наряду с изучением истории формирования понятия «риск» большое значение имеет классификация и анализ причин возникновения рисков.

Существует множество подходов к классификации рисков, отличающихся составом признаков. Наиболее распространенными признаками классификации рисков являются: время возникновения (ретроспективные, текущие, перспективные риски), факторы возникновения (политические, экономические, социальные), место возникновения (внутренние и внешние), сфера возникновения (в основу положены сферы деятельности. Обычно выделяют производственный, коммерческий, финансовый и страховой риски), характер последствий (чистые риски; спекулятивные риски); по размеру возможных потерь (допустимый риск, критический риск, катастрофический риск) [5].

В рыночной экономике существуют три основные группы предпосылок возникновения ситуации неопределенности:

- незнание – это недостаточность знаний о внешней среде;
- случайность определяется тем, что будущие события очень сложно предвидеть, так как в некоторых случаях те или иные события даже в сходных условиях происходят неодинаково;
- противодействие – это ситуация, когда те или иные события затрудняют эффективную деятельность предприятия, например, конфликты между подрядчиком и заказчиком, трудовые конфликты в коллективе [3, 5].

Предприятия машиностроительной отрасли отличается рядом специфических этапов по подготовке, производству, реализации продукции. Каждому из этих этапов присущи риски, для выделения которых следует внимательно рассматривать каждый из этапов жизненного цикла. Жизненные циклы промышленной продукции различны и зависимы от особенностей изделий, спроса, состояния поставщиков, потребителей, конкурентов, ситуации во внешней среде. Этапы создания и производства продукции можно условно разделить на предпроизводственные и этапы производства и реализации. Предпроизводственные этапы включают в себя действия по зарождению идеи, создание бизнес плана, разработке и организации производства. Для них характерны следующие виды рисков: риски обоснованности концепции изделия, практического воплощения, коммерческой реализуемости, достижения экономических результатов. Этапы производства продукции обуславливают также множества рисков. Особенность этих этапов связана с тем, что идея новой продукции и качество ее проработки на предпроизводственных этапах проходит проверку практической деятельностью. Эти этапы, по сути, означают превращение идеи в выручку и доходы для предприятия. Выделяют следующие

виды рисков: риски увеличения производственных мощностей, управленческие риски, вызванные сложностью решения задач снабжения, сбыта; риски удержания темпов производства, продаж. Далее идет группа рисков, связанная со снижением производства и объемов продаж. К ним относятся риски снижения производственной мощности, риски удержания показателей на соответствующем уровне. На этапе зрелости продукции следует обращать внимание на риски, связанные с деятельностью конкурентов, с сохранением конкурентоспособности. Одна из наиболее важных задач для предприятия связана с тем, чтобы как можно дольше удерживать достигнутый уровень. И, соответственно, необходимо вовремя выявлять и предупреждать действия рисков, способных сократить продолжительность данного этапа. Следующая группа рисков относится к снятию продукции с производства. Это один из самых непростых периодов жизненного цикла продукции. Здесь особую роль играет риск снижения конкурентоспособности и риск отказа от приобретения продукции [3, 5].

Выводы. В ходе теоретического исследования была оценена степень изученности термина «риск» в литературе и стандартах, проведен обзор существующих классификаций рисков. Важно понимать, что количество рисков и их уровень неуклонно растет. Это связано во многом с постоянно возрастающими требованиями со стороны потребителей, с нестабильной ситуацией на национальном и международном рынке.

Литература

1. Машков, Д. М. Теоретические основы управления рисками промышленных предприятий / Д. М. Машков // Современные подходы к управлению персоналом в различных отраслях и сферах деятельности: монография. – Шахты : ИСОиП (ф) ФГБОУ ВПО «ДГТУ», 2014. – 181 с. –

2. Моисеева, А. В. Обзор международных и национальных стандартов в области управления рисками / А. В. Моисеева // Молодой ученый. – 2017. – № 10 (144). – С. 261–264. – Текст : непосредственный.

3. Дзагоева, М. Р. Механизм комплексной оценки и управления рисками предприятий промышленности: Монография / М. Р. Дзагоева, А. Р. Цховребов, Л. Э. Комаева. – М. : НИЦ ИНФРА – М, 2014. – 120 с. – Текст : непосредственный.

4. ГОСТ Р ИСО 31000-2019 Менеджмент риска. Принципы и руководство. Национальный стандарт Российской Федерации. – М. : Стандартинформ, 2019. – Текст : непосредственный.

5. Батова, И. Б. Классификация рисков и причины их возникновения / И. Б. Батова // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 1. – Текст : непосредственный.

ПРОЕКТ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВУЗА: ОЦЕНКА РИСКОВ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ

Попова Ирина Владимировна, Руднев Богдан Сергеевич

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Донской государственной технической университет»

г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

***Аннотация.** Предложен проект развития информационных технологий Донского государственного технического университета. Даны рекомендации по выявлению рисков с использованием SWOT-анализа реализации проекта. Разработаны мероприятия по снижению рисков проекта.*

***Ключевые слова:** проект, сети, среда обучения, SWOT-анализ, риски проекта.*

UNIVERSITY INFORMATION TECHNOLOGY DEVELOPMENT PROJECT: RISK ASSESSMENT AND WAYS OF THEIR REDUCTION

Popova Irina, Rudnev Bogdan

Federal state budget higher education institution

«Don State Technical University»,

Rostov-on-Don, Russian Federation

***Abstract.** A project for the development of information technologies of the Don State Technical University is proposed. Recommendations are given for identifying risks using a SWOT analysis of the project implementation. Measures have been developed to reduce the risks of the project.*

***Keywords:** project, networks, learning environment, SWOT analysis, project risks.*

***Постановка проблемы.** Высшее образование оказывает значительное влияние на формирование интеллектуального потенциала страны, что приводит к повышению ее конкурентоспособности на мировом рынке. От качества образовательной услуги зависит рейтинг ВУЗа и его конкурентные позиции. В образовательной среде ВУЗа увеличивается доля бизнес-процессов, реализуемых с использованием современных цифровых технологий, что также соответствует общим тенденциям цифровизации экономики Российской Федерации. Поэтому реализация проектов, направленных на развитие цифровых и информационных технологий в образовательных организациях является актуальной и востребованной задачей в настоящее время.*

Вместе с тем, проекты разрабатываются и реализуются в условиях неопределенности. В первую очередь это связано с недостаточно полной информацией, на основании которой разрабатывается проект. Данная проблема частично решается в процессе дальнейшей работы над проектом путем получения дополнительной информации и внесением изменений в разработанную проектную

документацию, а также разработкой мероприятий, направленных на снижение (устранение) рисков.

Анализ исследований и публикаций. Вопросы управления проектами и рисками инвестиционного проектирования исследуются в работах Ф. Найта, Г. Марковица, У. Шарпа, Э. Михайловой, В. Морозова, Е. Непомнящего, Л. Орловой, С. Прилипко, В. Савчука, Н. Сычевой, А. Череп, В. Шапиро и др.

Цель исследования – предложить подход к оценке рисков проекта развития информационных технологий ВУЗа и наметить мероприятия по их снижению.

Основные результаты исследования. Сегодня мировое сообщество вошло в индустрию 4.0, в которой выделяют полную оцифровку пространства, субъектов и процессов; использование новых материалов; новое производство; новые системы управления. Одна из ее производных – это цифровая экономика. Платформенным принципом организации экономики США уже охвачено более 15% производства и бизнеса. В России этот показатель составляет пока менее 1%. В концепции цифровой экономики данные, представленные в цифровой форме, являются ключевым фактором общественного производства.

В нынешний период, когда по всему миру активно внедряются инструменты цифровой экономики, государству нужно успешно развивать эти процессы в стране, для того чтобы повышать свои конкурентные позиции на мировом рынке. Для этого Правительство РФ утвердило программу по развитию цифровой экономики с ее планом реализации до 2024 г. Ее основные положения в настоящее время активно переводятся в практическую плоскость [2].

Особенно активно цифровая экономика реализуется в образовательной среде высших учебных заведений. Связано это, с необходимостью электронного обучения и развитием дистанционных образовательных технологий, а также автоматизацией многих бизнес-процессов ВУЗа. В таком формате усиливается роль использования информационных технологий и Интернет-ресурсов, в том числе, для продвижения услуг высших учебных заведений.

На данный момент в цифровом пространстве Донского государственного технического университета функционирует четыре сети: edu.donstu.ru; my.e.donstu.ru; do.skif.donstu.ru; dstu.ru. Возможен к реализации проект по созданию Единой сети ДГТУ путем слияния указанных действующих сетей университета. Предлагаемый продукт решает ряд проблем: повышает эффективность коммуникаций преподаватель-студент; обеспечивает более комфортную среду для обучения; формирует единое информационное пространство; способствует росту рейтинга и популяризации ДГТУ; повышает эффективность продвижения услуг университета; обеспечивает экономию затрат за счет снижения количества обслуживаемых сетей.

Успешность внедрения проекта по созданию и развитию Единой сети ДГТУ подтверждается его экономической и социальной целесообразностью. Социальная целесообразность проявляется в повышении удобства пользования продуктом для его потенциальных потребителей (абитуриентов, студентов, преподавателей, сотрудников).

Проект является некоммерческим локальным проектом; не предполагает получение прибыли. Вместе с тем, экономический эффект в случае его реализации

проявится в виде сокращения затрат на администрирование 4-ех сайтов, функционирующих до внедрения единой сети. В перспективе может быть предложен другим образовательным учреждениям в качестве универсального решения проблемы отсутствия сайта, или, наоборот, большого количества различных сайтов конкретной организации.

В условиях применения электронного обучения (особенно при актуализации его дистанционной формы) и организации коммуникаций и взаимодействий ВУЗа с использованием цифровых онлайн технологий необходимо исследование как сильных, так и слабых сторон данной деятельности [3]. При этом также необходимо учитывать возможности и угрозы со стороны внешней среды.

SWOT-анализ реализации проекта приведен в табл. 1.

Таблица 1 – SWOT-анализ реализации проекта

Сильные стороны проекта (S)	Слабые стороны проекта (W)
<p><i>Единая сеть ДГТУ:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – гибкая, доступная, более автономная в управлении, организации и пользовании; – обеспечивает значительную адаптацию образовательного процесса и его обеспечения к потребностям и запросам всех типов пользователей (абитуриентов, студентов, преподавателей и т.д.); – предлагает существенный и универсальный пакет процедур, средств и методов для обеспечения образовательного процесса, внешних и внутренних коммуникаций; – адаптирована для непрерывного содействия процессу обучения; – способствует развитию информационных компетенций студентов и преподавателей; – автоматизация большего числа функций в обеспечении образовательного процесса 	<ul style="list-style-type: none"> – снижение уровня мотивации пользователей в случае недостаточного владения цифровыми технологиями; – временное сопротивление изменениям со стороны постоянных пользователей при переходе со знакомых ресурсов на Единую сеть ДГТУ; – временное снижение производительности труда сотрудников ДГТУ при переходе на новый цифровой ресурс; – увеличение времени на поиск необходимой информации при переходе и освоении нового цифрового ресурса; – требует непрерывного совершенствования и привлечения дополнительных ресурсов
Возможности (O)	Угрозы (T)
<ul style="list-style-type: none"> – трансформация образовательного процесса в общее инновационное развитие страны; – стимулирование процессов повышения уровня компьютерной грамотности населения; – получение внешнего финансирования или грантов на развитие цифровых технологий в ВУЗах 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточный уровень сформированности информационной компетентности, необходимой для успешной реализации образовательной деятельности с применением цифровых технологий; – проблемы с доступом в сеть Интернет и недостаточная скорость передачи сигнала; – сбои в работе компьютерных программ и сервера; – полная блокировка функционирования сети в случае отключения электричества, отсутствие сети Интернет; – угроза взлома, утечки данных

Проведенный SWOT-анализ реализации проекта позволил выявить наиболее вероятные риски, оценить их последствия, а также наметить мероприятия по их снижению или нейтрализации (табл. 2).

Таблица 2 – Последствия наступления рисков и способы их снижения

№	Риск	Последствия	Способы снижения риска
1	Угроза взлома, утечка данных	Данные авторизированных пользователей (номера телефонов, зачётных книжек и т.д.) могут попасть в руки мошенников и использоваться в целях получения личной выгоды	Повышение уровня безопасности на программном уровне (шифрование программного кода, двухфакторная аутентификация, иные методы защиты персональных данных)
2	Полная блокировка сети в случае отключения электричества, отсутствие сети Интернет	Сеть на момент отключения требуемых для работы ресурсов выключается	Возможность переноса Единой сети на другой домен, выделение средств на установку запасного сервера для аварийного пере-запуска сети
3	Увеличение времени на поиск необходимой информации при переходе и освоении нового цифрового ресурса	Новый цифровой ресурс может вызвать отторжение у пользователей с низкой цифровой компетенцией вследствие изменений в интерфейсе, расширения функций	Простота и наглядность интерфейса, подсказки для новых пользователей, интерактивные панели выбора требуемых функций, виртуальный робот-ассистент (наподобие Алисы от компании Яндекс)
4	Проблемы с доступом в сеть Интернет и недостаточная скорость передачи сигнала	Пользователи с низкой пропускной способностью Интернета могут столкнуться с довольно медленной загрузкой сайта	Упрощение программного кода
5	Сбои в работе компьютерных программ и сервера	В некоторых случаях у пользователей могут возникнуть сбои в использовании Единого сайта ДГТУ	Тестирование на уровне разработки программного кода, исправление возникающих ошибок в коде, обратная связь для пользователей
6	Сопrotивление изменениям со стороны постоянных пользователей	Увеличение времени на выполнение ряда функций и задач, связанных с обеспечением образовательного процесса, вводом данных, поиском необходимой информации и т.п.	Грамотное внедрение изменений (разъяснение целесообразности перехода на Единую сеть, учет предложений постоянных пользователей на этапе разработки, отладки и в процессе совершенствования Единой сети ДГТУ). Обучение сотрудников
7	Снижение производительности труда сотрудников ДГТУ при переходе на новый цифровой ресурс		

В целом проект по разработке и внедрению Единой сети ДГТУ можно считать проектом с низким уровнем риска, поскольку указанные проблемы характерны для цифровых технологий и компьютерной техники в процессе их использования и решаемы при достаточном уровне квалификации системных администраторов.

Выводы. Таким образом, оценка сильных и слабых сторон проекта развития информационных технологий образовательного учреждения с использованием SWOT-анализа позволила выявить наиболее значимые риски и разработать мероприятия по их снижению. Предложенный проект в случае его реализации

позволит решить ряд задач, связанных с повышением эффективности коммуникационных взаимодействий в среде преподаватель-студент; обеспечит более комфортную среду для обучения; будет способствовать продвижению образовательных услуг ВУЗа.

Литература

1. Дыбов, А. М. Сравнительный анализ методов оценки инвестиционных рисков / А. М. Дыбов // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2015. – № 3. – С. 27–38.

2. Руднев, Б. С. IT-решения в управлении рисками реализации инвестиционных проектов предприятия / Б. С. Руднев, Д. Н. Самисько, М. П. Глызина // Современная экономика и управление: новые вызовы и возможности [Электронный ресурс] : сб. научных трудов / под общ. ред. К. А. Бармуты ; Донской гос. техн. ун-т. – Ростов-на-Дону : ДГТУ, 2023. – 412 с. – С. 275–281.

3. Кручинин М. В. Применение цифровых технологий обучения в высшей школе: проблемы и перспективы, SWOT-анализ / М. В. Кручинин Г. А. Кручинина, Л. А. Петрукович // Казанский педагогический журнал. – 2020. – № 3. – С. 64–74.

УДК 33.330.3

ТИПИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЕ

**Скребов Александр Игоревич, Руднева Елена Юрьевна,
Дариенко Оксана Леонидовна**

Автомобильно-дорожный институт Государственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Донецкий национальный технический университет»
г. Горловка, Донецкая Народная Республика

Аннотация. В статье исследована сущность элементов механизма привлечения инвестиций, что дало возможность предложить их авторскую классификацию. Установлено, что предприятие в процессе привлечения инвестиций может использовать не только один механизм, но и их группу. С этой целью в статье освещены возможные способы сочетание механизмов на основе определения порядка их применения.

Ключевые слова: инвестиции, механизм привлечения инвестиций, предприятие, классификация, порядок применения механизмов привлечения инвестиций

TYPIFICATION OF MECHANISMS FOR ATTRACTING INVESTMENTS TO THE ENTERPRISE

Skrebov Alexander, Rudneva Elena, Darienko Oksana
Automobile and Highway Institute of State Higher Educational Establishment
«Donetsk National Technical University»
Gorlovka, Donetsk People's Republic

Abstract. *The article examines the essence of the elements of the mechanism of attracting investments, which made it possible to propose their author's classification. It is established that an enterprise in the process of attracting investments can use not only one mechanism, but also a group of them. To this end, the article highlights possible ways of combining mechanisms based on determining the order of their application.*

Keywords: *investments, investment attraction mechanism, enterprise, classification, procedure for applying investment attraction mechanisms*

Постановка проблемы. Эффективное функционирование субъектов хозяйственной деятельности значительным образом предопределяется наличием потенциальных возможностей собственного привлечения необходимого объема капитала для реализации проектов, достижения поставленных целей и т. д. Инвестиции для предприятия являются одним из наиболее весомых факторов его долгосрочного экономического развития [1, 2]. Поэтому использование действенных механизмов привлечения инвестиций является одной из приоритетных составляющих успешного функционирования предприятия. Именно инвестиции могут выступать источником ресурсов для улучшения финансово-хозяйственного состояния предприятия, увеличения его доли на рынке, внедрения инновационных продуктов, создания и использования конкурентных преимуществ и т. д.

Анализ исследований и публикаций. Проблемы привлечения инвестиций являются предметом научных изысканий многих ученых. В основном круг научных интересов в этом направлении сосредоточен на проблемах привлечения инвестиций на предприятия и в отдельные отрасли. К этой группе ученых относятся Алексеев И. В., Бондарчук М. К., Войтенко Л. Ю., Георгиади Н. Г., Гуменюк Д. А., Крупка М. И., Кравченко В. В., Кузьмин А. Е., Кузнецова А. Я., Любченко А. М., Соломина Г. В., Романюк Т. Ф., Скворцов И. Б., Харичков С. К., Черток Д. Л., Чухрай Н. И., Штангрет А. М. и др.

Цель исследования – систематизация и развитие подходов к классификации механизмов привлечения инвестиций на предприятие в современных условиях хозяйствования.

Основные результаты исследования. Долгое время понятие механизма оставалось прерогативой механики, рассматривающей его в качестве системы тел, предназначенной для преобразования движения одного или нескольких твердых тел в необходимое движение других.

Начиная с 60-х гг. XX в. термин «механизм» начинает активно использоваться в экономике социализма. Л. И. Абалкин [3] трактует данное понятие, как структуру, состоящую из четырех элементов: способа организации производства в обществе; разновидности связи между субъектами и объектами хозяйственной деятельности; способа и технологии управления, в том числе планирования, хозяйством; системы рычагов и хозяйственного назначения, которые применяются с целью воздействия на субъекты хозяйствования.

В дальнейшем понятие механизма начинает широко применяться в различных сферах экономики. Так, появляются механизмы управления, социально-экономического развития, в оборот вводятся термины «финансовый

механизм», «хозяйственный механизм» и другие [4].

Анализ различных подходов к трактованию понятия «механизм» [1-7], позволяет прийти к выводу, что под данной категорией стоит понимать определенный процесс, систему или структуру с некоторыми функциями, или отдельный ресурс. Поэтому, учитывая особенности деятельности, связанной с привлечением инвестиций, необходимо учесть, что если рассматривать механизм только как систему, процесс или определенную структуру с определенными функциями, то такое толкование будет не полным, характеризующим только некоторые особенности такой деятельности. В этой связи понятие «механизм привлечения инвестиций» следует рассматривать, как процесс, который наиболее полно отражает особенности деятельности, связанные с осуществлением привлечения инвестиций.

Дальнейшее исследование в данном научном направлении требует рассмотрения основных элементов механизма привлечения инвестиций. Проведенный анализ позволяет выделить следующие составляющие механизма привлечения инвестиций: предприятие (реципиент), инвестор, инвестиция, метод привлечения инвестиций.

Исследование особенности осуществления привлечения инвестиций позволяет дать следующее определение понятия «механизм привлечения инвестиций» (далее – МПИ), под которым предлагается понимать взаимодействие субъекта хозяйственной деятельности и инвестора в процессе привлечения инвестиций в определенной форме и определенным методом.

На основе основных элементов механизма привлечения инвестиций можно привести их классификацию (табл. 1). Следует отметить, что приведенные виды механизмов привлечения инвестиций не исключают друг друга, они могут быть объединены оптимальным образом для достижения наилучших результатов в процессе осуществления привлечения инвестиций.

Таблица 1 – Классификация механизмов привлечения инвестиций на предприятие

Классификационный признак	Вид механизма привлечения инвестиций
1	2
По видам инвестиций	
Объект, в который инвестируют средства	МПИ, ориентированный на реальные инвестиции
	МПИ, ориентированный на финансовые инвестиции
Характер участия инвестиций в капитале реципиента	МПИ, ориентированный на прямые инвестиции
	МПИ, ориентированный на портфельные инвестиции
Срок вложения средств	МПИ, ориентированный на краткосрочные инвестиции
	МПИ, ориентированный на долгосрочные инвестиции
По видам инвесторов	
Региональный признак	МПИ от иностранного инвестора
	МПИ от отечественного инвестора
	Смешанные
Форма собственности инвестора	МПИ от частного инвестора
	МПИ от государственного инвестора
	Смешанные

Продолжение таблицы 1.

1	2
Форма государственной регистрации инвестора	МПИ от инвестора – физического лица
	МПИ от инвестора – юридического лица
	Смешанные
Виды предприятий-реципиентов	МПИ на частное предприятие
	МПИ на государственное предприятие
	МПИ на предприятие, основанное на коллективной форме собственности
Характер и последовательность формирования	Первичные МПИ на предприятие
	Вторичные МПИ на предприятие
Методы привлечения инвестиций	МПИ, основанные на акционировании
	МПИ, основанные на заемном финансировании
	МПИ, основанные на государственном финансировании

Вполне возможна ситуация, когда предприятие обладает целым набором механизмов привлечения инвестиций, однако данные механизмы характеризуются различными показателями экономической эффективности. Тогда применение одного из механизмов не является обязательным, предприятие может применить несколько механизмов и тем самым повышать вероятность успешного завершения процесса привлечения инвестиций. На рисунках 1 и 2 представлены некоторые способы порядка применения механизмов привлечения инвестиций.

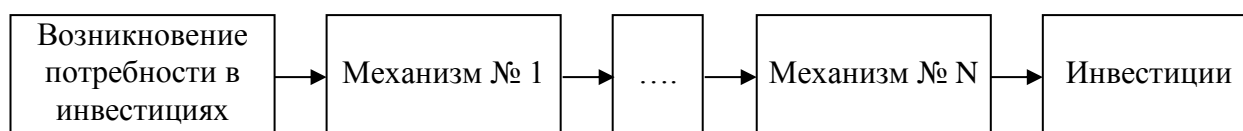


Рисунок 1 – Последовательный порядок применения механизмов привлечения инвестиций на предприятие (N – количество доступных данному предприятию механизмов)

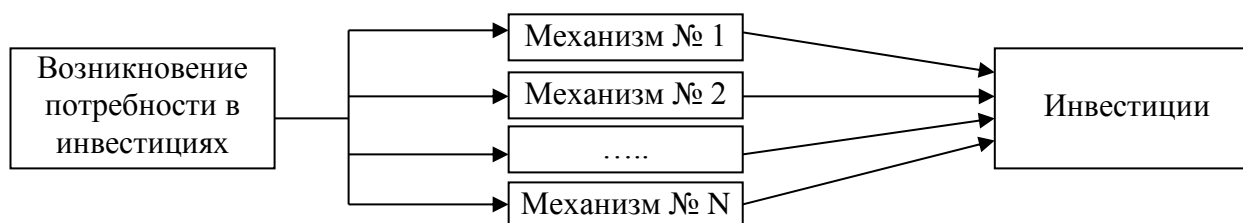


Рисунок 2 – Параллельный порядок применения механизмов привлечения инвестиций на предприятие (N – количество доступных данному предприятию механизмов)

Возможно использование механизмов привлечения инвестиций в порядке, который сочетает в себе особенности, как параллельного, так и последовательного механизма привлечения инвестиций. Использование нескольких механизмов, в разном порядке, дает возможность обеспечить высокие шансы предприятия на успешное привлечение необходимого объема

инвестиций. С этой точки зрения, проблемы экономической оценки механизмов привлечения инвестиций являются особенно актуальными, поскольку на порядок их применения будет влиять уровень экономической эффективности каждого механизма.

Если предприятие владеет набором механизмов привлечения инвестиций, экономическая эффективность которых отличается, то их последовательное применение должно начаться с механизма, который имеет наивысший уровень экономической эффективности. Параллельный порядок привлечения инвестиций целесообразно использовать, когда экономическая оценка механизмов показала, что применение ни одного из них не позволит вовремя привлечь необходимый объем инвестиций. Тогда одновременно используются несколько механизмов, что увеличивает шансы на успешное завершение процесса привлечения инвестиций.

Следует отметить, что последовательное применение механизмов прекращается, как только предприятие привлекло необходимый объем инвестиций. В условиях, когда используется параллельный или смешанный порядок применения механизмов, возможна ситуация, когда объем привлеченных инвестиций превысит запланированные пределы, что может иметь, как благоприятные, так и неблагоприятные последствия для предприятия. Если в результате применения имеющихся у предприятия механизмов не удалось вовремя привлечь нужный объем инвестиций, то необходимо осуществлять регулирование данных механизмов с целью улучшения их способности генерировать необходимый для предприятия объем инвестиций.

Если предприятие может использовать большое количество разнообразных механизмов, то порядок их применения будет варьироваться в зависимости от уровня конкретизации поставленных целей процесса привлечения инвестиций. Кроме этого, в зависимости от варьирования вероятных значений целевых параметров использования механизмов привлечения инвестиций, возможной является оптимизация процесса их применения. Так, если длительность использования механизма можно сократить за счет уменьшения стоимости, то целесообразным является учет данной возможности в соответствии с целями, поставленными перед предприятием-реципиентом. Изменение параметров применения механизмов возможно за счет их регулирования. Поэтому улучшение процесса привлечения инвестиций может реализовываться при условии предварительного регулирования механизмов привлечения инвестиций.

Стоит отметить, что учет в инвестиционном процессе такого понятия, как порядок применения механизмов, обуславливает необходимость пересмотра сущности понятия «механизм привлечения инвестиций». Так, сформированный порядок применения группы механизмов тоже может являться своеобразным механизмом, поскольку его элементы также взаимодействуют в определенной последовательности. Поэтому целесообразным будет классифицировать механизмы привлечения инвестиций на первичные и вторичные. Под первичными механизмами следует понимать сотрудничество предприятия с

одним инвестором на основе выбранного метода привлечения выбранного типа инвестиций, определенной формы и объема. Вторичным механизмом будет взаимодействие предприятия с группой инвесторов на основе различных методов привлечения инвестиций, разного типа, объема и формы.

Выводы. Таким образом, использование механизмов привлечения инвестиций на предприятие является одним из наиболее весомых условий успешной реализации запланированных проектов, достижения поставленных целей и выполнения запланированных задач. Поэтому на основе проведенного анализа, можно заключить, что при условии учета выбора механизмов в управленческом процессе, возможным является обеспечение долгосрочного экономического развития предприятия.

Литература

1. Кичун, К. О. Направления активизации инвестиционной деятельности предприятия / К. О. Кичун, Е. Ю. Руднева, А. А. Стоянов // Актуальные вопросы экономики и управления : теоретические и прикладные аспекты : материалы VII Международной научно-практической конференции. – Горловка, 2022. – С. 472–476. – Текст : непосредственный.

2. Дариенко, О. Л. Управление инвестиционной деятельностью предприятия на современном этапе / О. Л. Дариенко, О. В. Логинова // Современные тенденции развития и перспективы внедрения инновационных технологий в машиностроении, образовании и экономике. – 2018. – Т. 4., № 1 (3). – С. 266–271. – Текст : непосредственный.

3. Абалкин, Л. И. Избранные труды: В 4-х тт. : т.1 : Политическая экономия / Л. И. Абалкин. – Москва : Экономика, 2000. – 794 с. – Текст : непосредственный.

4. Зиновьев, Ф. В. Механизмы хозяйствования / Ф. В. Зиновьев. – Симферополь : Таврия, 2000. – 111 с. – Текст : непосредственный.

5. Гайдай, Р. Ф. Источники финансирования инвестиционной деятельности предприятия / Р. Ф. Гайдай, Е. В. Панова // В сборнике: Актуальные вопросы экономики и управления : теоретические и прикладные аспекты : материалы IV Международной научно-практической конференции. – Горловка, 2019. – С. 543–548. – Текст : непосредственный.

6. Новикова, Г. Ю. Пути создания механизма привлечения инвестиций для региональных программ жилищного строительства / Г. Ю. Новикова // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 12 (113). – С. 357–363. – Текст : непосредственный.

7. Щетинина, Е. Д. Развитие механизмов привлечения инвестиций в Белгородскую область : теория и практика / Е. Д. Щетинина, Н. В. Козлова, Т. Н. Пономарева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2018. – № 4 (71). – С. 232–245. – Текст : непосредственный.

Материалы VIII Международной
научно-практической конференции

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ:
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ
Часть 2

г. Горловка
24 марта 2023 г

Ответственные редакторы:

Мельникова Елена Павловна
Руднева Елена Юрьевна
Дариенко Оксана Леонидовна

Печатается в авторской редакции

Компьютерная верстка,
техническое редактирование: *М.А. Панченко*

Подписано к печати 16.03.2023 г. Формат 70×90/16. Бумага офисная.
Гарнитура «Times New». Печать – лазерная. Уч.-изд. л. 15.2. Усл. печ. л. 14,9.
Заказ № 41. Тираж 100 экз.

Автомобильно-дорожный институт
ГОУВПО «ДОННТУ»
284646, г. Горловка, ул. Кирова, 51

Свидетельство о государственной регистрации ДНР
Серия АА03 № 029192 от 7 апреля 2016 г.