

СБОРНИК СТУДЕНЧЕСКИХ РАБОТ
У МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ НАУКИ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

2018
Москва

СОДЕРЖАНИЕ

Л.В. Яцкив ВИРТУАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ: СУЩНОСТЬ И АНАЛИЗ В МИРОВОЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	6
Е.А. Гребенюк МЕСТО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ.....	11
А.М. Беглер С.А. Костоусов КРИТЕРИИ ВЫБОРА ИНСТРУМЕНТА ПО РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ БАЗАМИ ЗНАНИЙ	18
С.К. Калашникова ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ ИДЕНТИЧНОСТИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ	24
В.Э. Лопатина ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ.....	31
Д.С. Кузнецова ФОРМИРОВАНИЕ И ХАРАКТЕР РАСХОДОВ НА РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА.....	35
А.В. Жигляева ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	43
Н.А. Осокин СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ	48
А.И. Канашина РАЗВИТИЕ РОБОЭДВАЙЗИНГА В РОССИИ.....	57
В.Ю. Майстровская АНАЛИЗ КОМПЕНСАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ КАДРОВОГО АГЕНТСТВА.....	62
О.А. Потапова ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА ФЕДЕРАЛЬНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В РЕГИОНЕ	68
О. М. Абросимова ПРИМЕНЕНИЕ ОСНОВ ЭМПИРИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	74

А. Т. Махмудчина	
СИСТЕМНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ.....	79
И.В. Елисеева	
ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ В ПРОЦЕССЕ МОНИТОРИНГА СТОИМОСТИ РЕСУРСОВ КАПИТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА	84
В. Ю. Фельман	
ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ НА БИЗНЕС-МОДЕЛЬ КОМПАНИИ FMCG-ОТРАСЛИ	90
П.Д. Колесник	
РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КОМПАНИИ	95
А.В. Пенчук	
ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА	102
Е.В. Морозова	
ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ЧЕРЕЗ ПРОГРАММНУЮ ПОДДЕРЖКУ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.....	108
Е.В. Себеченко	
ТОКЕНИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ.....	115
А.В. Ковалева	
СОВЕРШЕННЫЙ ЗАКАЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ	120
М.А. Коршева	
НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ	125
В.В. Митракова	
ИННОВАЦИОННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН	129
М.К. Гаспарян	
МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБЛИГАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ, КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ	134
А.Е. Тавдишвили	
РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ ТОВАРОВ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ	140
Л.И. Зарипова	
СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ: СВЯЗЬ НЕЙРОБИОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИИ	144

К.В. Архипова «ЗЕЛЕННЫЕ» ОБЛИГАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСИРОВАНИЯ ЭКОЛОГО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОЕКТОВ: АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИИ.....	148
А.О. Иванова ИЗУЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ	154
Э.Ю. Силпагар ИНВЕСТИЦИИ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА РЫНОЧНУЮ СТОИМОСТЬ КОМПАНИЙ.....	158
Е.А. Лялина Т.В. Прискокова ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ УДЕРЖАНИЯ ПЕРВЕНСТВА В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА	163
А.В. Борова ПРИВЕДЕНИЕ В СООТВЕТСТВИЕ ТРЕБОВАНИЯМ ИТ-АУДИТА ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ.....	168
А.В. Стоносов УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ В КОРПОРАЦИЯХ	173
А.Д. Жирнов ОСОБЕННОСТИ И КРИТЕРИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КОМПАНИЕЙ	177
Нгуен Ча Ми СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ В АВТОМОБИЛЬНОМ СЕКТОРЕ	180
Е.А. Кебадзе УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В СФЕРЕ ИТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОВ СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА И VRM.....	187
Д.Р. Логинов ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ	191
И.А. Головчанский Д.С. Таренко СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ЗАВИСИМОСТЬ ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ И ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	194
А. Е. Мелихова МЕТОДОЛОГИЯ SCRUM: ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ФИЛОСОФИЯ И ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	198

М.В. Богданова РАЗВИТИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ УЧАСТИЯ В КЕЙС-ЧЕМПИОНАТАХ.....	205
А.У. Мергенева В.В. Потехина РАЗВИТИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ	209
К.Д. Исаев ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЁЖИ	215
Е.Р. Мясищева ВОЛОНТЕРСТВО – ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ.....	220
Н.В. Егорова ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В МОСКВЕ	225

Л.В. Яцкив
Студент факультета
Международные экономические отношения
Финансовый университет при правительстве Российской Федерации
Г. Москва, Российская Федерация
Email: lubava1998@mail.ru
+79998364680

ВИРТУАЛЬНЫЕ ДЕНЬГИ: СУЩНОСТЬ И АНАЛИЗ В МИРОВОЙ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: За последние несколько лет значительно возрос интерес к цифровой экономике как таковой. Здесь встает вопрос о главных движущих рычагах данной системы. Автором выдвигается гипотеза об усиленном влиянии виртуальных денег на эволюцию и рекламирование цифровой экономики в современном мировом сообществе в виду их новаторства, прорывного характера и всеобъемлющего масштаба.

Ключевые слова: виртуальные деньги, виртуальная валюта, цифровая экономика, децентрализованная валюта, криптовалюта, криптобиржа.

L. V. Yatskiv
Student of the faculty of International economic relations
Financial University under the government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

VIRTUAL MONEY: THE NATURE AND ANALYSIS IN THE GLOBAL DIGITAL ECONOMY

Abstract: Over the past few years the interest in the digital economy has increased significantly. This raises the issue of the main driving levers of that system. The author puts forward the hypothesis about the strong effect of virtual money on the evolution and promotion of the digital economy in the modern world community due to their innovation, breakthrough nature and comprehensive scope.

Keywords: virtual money, virtual currency, digital economy, decentralized currency, cryptocurrency, crypto currency exchange.

Виртуальными деньгами называются условные единицы, которые представлены в виде конкретных записей в различных электронных системах. Кроме того, виртуальной валютой признаются также частные электронные деньги,

которые используются, в частности, для приобретения и продажи виртуальных товаров в каких-либо сетевых сообществах, например: социальных сетях, виртуальных мирах и онлайн-играх.

Важно отметить, что виртуальные деньги обладают такой же ценностью, как и фиатные, которые расположены на банковских счетах или же в кошельке покупателя.

Итак, каковы основные причины повлиявшие на то, что данная валюта получила такое масштабное применение?

В первую очередь, это - высокая скорость. На данный момент произвести покупку товара или осуществить оплату каких-либо услуг можно с максимальной скоростью, даже не платя при этом высокие, а то и неоправданные комиссионные сборы.

Во-вторых, это - доступность. Системы, связанные с виртуальными валютами, работают постоянно, в автоматическом режиме, то есть без выходных или обеденного перерыва и на протяжении всей недели, что очень удобно для любого потенциального клиента. Сверх того, такие денежные переводы можно осуществлять как внутри страны, так и за ее пределами.

В-третьих, это - безопасность. Виртуальные деньги созданы так, что их подделать просто не является возможным, в виду того, что они в своей основе имеют зашифрованный цифровой формат.

Также, это - конвертируемость. Системы электронных платежей позволяют производить перевод одной виртуальной валюты в другую без каких-либо проблем: происходит это моментально, при помощи многочисленных онлайн-сервисов и онлайн-бирж.

Классификация виртуальных валют¹:

1) Закрытые виртуальные валюты

Виртуальные валюты называются *закрытыми*, если они не имеют никакой официальной связи с реальной экономикой, к примеру, валюты в многопользовательских ролевых онлайн-играх, таких как *World of Tanks*, *World of Warcraft*, *Counter-Strike* и тому подобное.

2) Виртуальные валюты с валютным потоком в одном направлении

Этот тип валюты известен уже давно в виде программ стимулирования клиентов или программ лояльности. Примерами являются программы для часто летающих пассажиров различных авиакомпаний, Microsoft Points, Nintendo Points, Facebook Credits, Amazon Coins и так далее.

3) Конвертируемые виртуальные валюты

¹ Сайт Википедии на английском языке. URL: <https://en.wikipedia.org/>

Это виртуальная валюта, которая может быть куплена и продана для юридического тендера.

Децентрализованная валюта была определена министерством финансов США как «валюта, которая не имеет центрального хранилища и не имеет единого администратора, и которую люди могут получить своими собственными вычислительными или производственными усилиями»².

#	Name	Market Cap	Price	Circulating Supply	Volume (24h)	% Change (24h)	Price Graph (7d)
1	 Bitcoin	₽3 821 279 706 810	₽230 540	16,575,337 BTC	₽91 572 079 225	-0.27%	
3	 Bitcoin Cash	₽451 349 230 904	₽27198.52	16,594,625 BCH	₽21 145 007 091	0.96%	
6	 Dash	₽141 834 285 476	₽18744.19	7,566,842 DASH	₽2 106 722 605	-2.73%	
2	 Ethereum	₽1 567 772 638 895	₽16553.14	94,711,497 ETH	₽41 227 026 024	-0.85%	
29	 Byteball Bytes	₽8 054 540 867	₽13794.47	583,896 GBYTE *	₽9 241 316	-4.45%	
15	 Zcash	₽23 846 120 545	₽10754.97	2,217,219 ZEC	₽1 220 808 203	-1.99%	
12	 BitConnect	₽46 334 779 857	₽6878.34	6,736,332 BCC	₽526 808 642	0.30%	
70	 Unobtanium	₽1 160 680 910	₽5867.48	197,816 UNO	₽1 249 686	-3.23%	
9	 Monero	₽84 066 304 004	₽5565.79	15,104,109 XMR	₽2 481 296 344	-4.90%	
31	 BitcoinDark	₽7 106 197 892	₽5513.54	1,288,862 BTCD	₽9 709 047	-4.73%	
5	 Litecoin	₽166 141 029 506	₽3134.63	53,001,832 LTC	₽18 598 142 493	1.41%	

Рис. 1. Рейтинг криптовалют по цене за одну единицу в российских рублях на 19 сентября 2017 года.

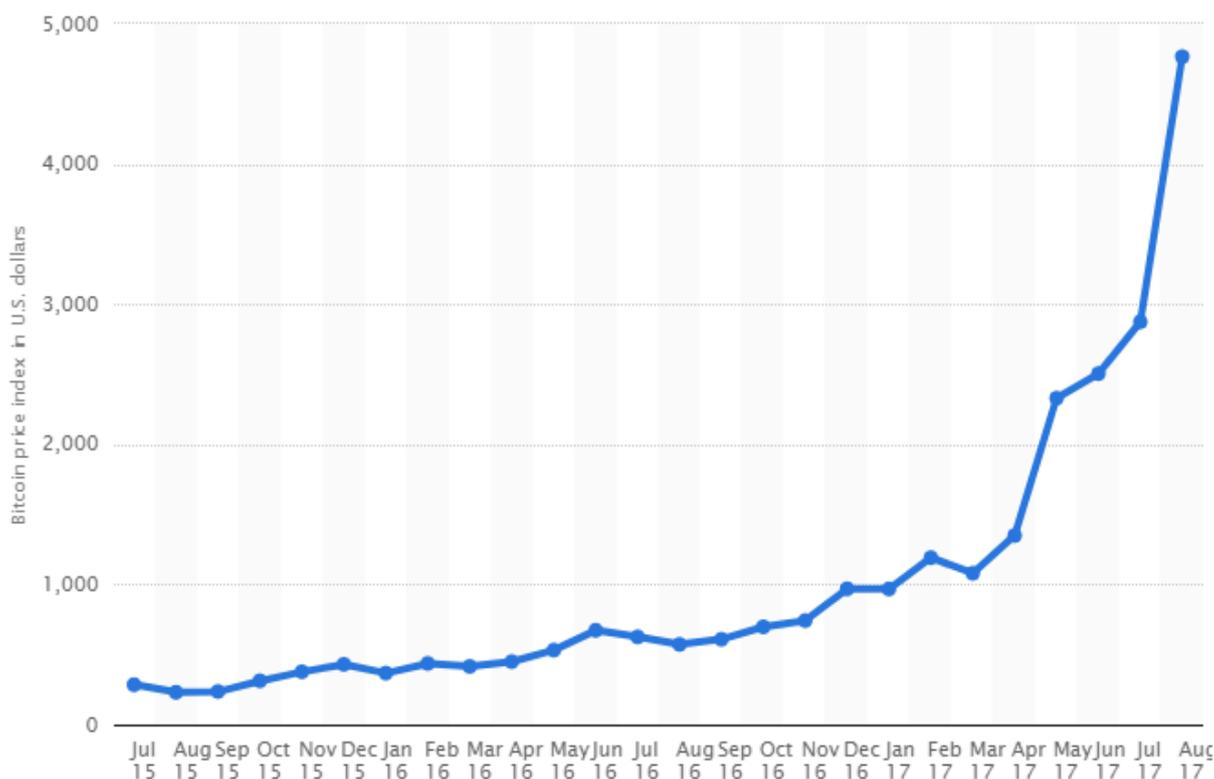
Превалирующие децентрализованные виртуальные валюты:

1. Bitcoin - это первая децентрализованная цифровая валюта.

Bitcoin оправляется от недавнего удара со стороны китайских властей по запрету криптобирж и ICO. В частности, Народный банк Китая полностью запретил Биткойн-сделки в розничной торговле, каких бы то ни было банках и всем платежным операторам, действующим в стране. А это уже значительный ущерб по Биткойну, так как 80 процентов³ его торговли в последние шесть месяцев приходилось именно на юань.

² United States Department of the Treasury «Financial Crimes Enforcement Network». URL: https://www.fincen.gov/statutes_regs/guidance/html/FIN-2013-G001.html

³ Сайт основной статистической информации по Биткойну. URL: <http://bitcoinity.org/>



© Statista 2017

Рис. 2. График ценового индекса Биткойна с июля 2015 года по август 2017 года⁴.

2. Ethereum – это платформа для создания децентрализованных приложений на основе блокчейна, использующая так называемые «умные контракты». Структуру Эфириума можно рассматривать как некую единую децентрализованную виртуальную машину со своей внутренней расчётной единицей – Эфиром.

Интересно, что ядро системы написано на таких языках программирования, как C++, Go, node.js, Haskell, JavaScript, Python, Java и адаптировано под работу на таких операционных системах, как: Linux, POSIX, Windows, OS X.

Таким образом, мы пришли к выводу, что виртуальные деньги непосредственно участвуют в процессах цифровой экономики, а, именно, в сфере покупки или продажи различных товаров и сервисов, вплотную связаны с электронной коммерцией и электронным бизнесом.

⁴ Сайт Статистического портала. URL: <https://www.statista.com/>

Список использованной литературы:

- 1) JERRY BRITO AND ANDREA CASTILLO. BITCOIN: A Primer for Policymakers. Mercatus Center, George Mason University, 2013. URL: https://www.mercatus.org/system/files/Brito_BitcoinPrimer.pdf
- 2) United States Department of the Treasury «Financial Crimes Enforcement Network». URL: https://www.fincen.gov/statutes_regs/guidance/html/FIN-2013-G001.html
- 3) Доклад «Схемы виртуальных валют». Европейский центральный банк, 2012. URL: <http://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/virtualcurrencyschemes201210en.pdf>
- 4) Образовательный портал о финансах Fingramota.org. URL: <http://www.fingramota.org>
- 5) Сайт Википедии на английском языке. URL: <https://en.wikipedia.org/>
- 6) Сайт Капитализации рынка криптовалют. URL: <https://coinmarketcap.com/currencies/>
- 7) Сайт Киви-кошелек. URL: <https://qiwi.com/>
- 8) Сайт Киви-кошелек для бизнеса. URL: <https://corp.qiwi.com/>
- 9) Сайт международной системы расчетов WebMoney. URL: <https://www.webmoney.ru/>
- 10) Сайт новостей и информации о цифровых валютах. URL: <https://www.coindesk.com/>
- 11) Сайт основной статистической информации по Биткойну. URL: <http://bitcoinity.org/>
- 12) Сайт Статистического портала. URL: <https://www.statista.com/>
- 13) Сайт Яндекс.Деньги. URL: <https://money.yandex.ru/>

Е.А. Гребенюк
Студентка Факультета менеджмента
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: grebenyukelizaveta@gmail.com
+7(919) 760-74-69
Научный руководитель:
Линдер Н.В. к.э.н., профессор,
заместитель руководителя Департамента менеджмента

МЕСТО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ В ОБЛАСТИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В работе рассматриваются причины ускорения темпов развития цифровой экономики в России в сравнении с другими странами и их уровнями цифровизации. Прослеживается прямая взаимосвязь между НИОКР и уровнем развития инновационной цифровой экономики. В статье предложены пути ускорения темпов роста за счет субъектов малого и среднего бизнеса и увеличение прозрачности информационного канала между фундаментальными научно-исследовательскими центрами и МСП.

Ключевые слова: цифровая экономика, НИОКР, инновации, экономическое развитие.

Grebenyuk Elizaveta Alekseevna
Student of Faculty of management, group CM2-1
The Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation
E-mail: grebenyukelizaveta@gmail.com
+7(919) 760-74-69
Research supervisor:
Linder N.V. PhD Econ., professor,
deputy head of Department of management

THE PLACE OF THE RUSSIAN FEDERATION IN MODERN SCIENTIFIC RESEARCH IN DIGITAL ECONOMY

Abstract: In this work the reasons of acceleration of rates of development of digital economy in Russia in comparison with other countries and their levels of digitalization are considered. The direct interrelation between Research and Development and the level of development of innovative digital economy is traced. In article ways of acceleration of

growth rates due to subjects of small and medium business and increase in transparency of information channel between fundamental research centers and MSP are offered.

Keywords: digital economy, research and development, innovations, economic development.

В наши дни стремительно происходит глобализация общества, чему напрямую способствует развитие цифровой экономики в большинстве стран мира, которая является движущей силой глобального экономического роста, способствует формированию новых рынков и отраслей, а также инновационному развитию страны.

Целью исследования является обоснование необходимости развития цифровой экономики в России, как движущего фактора развития страны.

Для достижения цели работы были поставлены следующие задачи:

- Изучить доли наукоемкости в ВВП стран;
- Рассмотреть и сравнить факторы уровня цифровизации Японии и России;
- Обозначить зависимость ускорения темпов развития инновационной цифровой экономики от субъектов малого и среднего бизнеса (далее – МСП).

Показателем экономического развития, как известно, является уровень ВВП страны, где по показателям инновационной активности можно определить объем общей наукоемкости ВВП. По данным UNESCO доля расходов НИОКР в ВВП составила 4,9% в Израиле, который является первым в рейтинге по данному показателю, далее идут Швеция-4,3%, Финляндия-3,5%. США занимает 8 место с долей в 2,6% ВВП, в России доля наукоемкости составляет 1,2% на 32 месте в рейтинге стран.[1]

Неуклонно растет общая цифровая интенсивность мировой экономики, но страны значительно отличаются по уровню цифровизации. Рассмотрим показатели Японии и России, так как Япония является одной из ведущих стран по темпу развития цифровой экономики. Это позволит выявить слабые стороны развития экономики и выявить оптимальный путь увеличения ее темпов роста в России. Основываясь на статистических данных UNESCO, в России численность специалистов, занятых в науке, составляет 495 тыс. человек, в то время как в Японии этот показатель составляет 787 тыс. человек, что на 58,99% больше числа ученых и инженеров в России.[1] Важно обозначить, что при данных показателях количество населения в Российской Федерации составляет 146 084 372 человека на 1 января 2017 года и значительно превышает население Японии равное 126 740 000

человек, что обосновывает отставание России в мировом рейтинге развития цифровой экономики стран (рис. 1).



Рисунок 1-Численность специалистов, занятых в науке

Источник: составлено автором по данным [1]

На каждые 10 000 человек населения Японии приходится 62 специалиста, занятых в науке, а в России это количество составляет почти в 2 раза меньше – 34 ученых (рис. 2). Такой результат может быть объяснен расходами стран на НИОКР, в Японии за 2016 год был выделен 75,1 млрд. дол., в России - 1,4 млрд. дол. Можно предположить, что при увеличении расходов на НИОКР в России доля специалистов в области науки возрастет, что приведет к ускорению развития цифровой экономики страны.



Рисунок 2 – Численность ученых по отношению к населению страны (на 10 тыс. чел.)

Источник: составлено автором по данным [1]

Доля высокотехнологичной продукции в экспорте страны указывает на уровень развития инновационных разработок в стране и развитие в ней цифровой экономики, как двигателя прогресса. В России этот показатель равен 19%, в

Японии-38%, в Индии-8%.[1,2] Согласно данным UNESCO, Россия находится в середине рейтинга, учитывая, что Индия занимает одни из последних позиций. Вследствие того, что в Японии выделяется достаточное количество денежных средств на развитие науки и инновационные разработки, страна имеет конкурентное преимущество в развитии цифровой экономики, и сам процесс протекает в разы быстрее, чем в России.

В современной ситуации в экономике РФ можно проследить, что в условиях глобализации она может проиграть в конкурентной борьбе между странами мира по причине недостаточного умения преобразовать научный потенциал в рыночные преимущества.

Развитие цифровой экономики России способствует повышению инновационной активности, так как распространение разработок ученых будет в разы быстрее за счет цифровизации. Цифровая экономика обеспечит более прозрачную инновационную деятельность, за счет чего будет доступно задействование инноваций в той или иной сфере. Россия активно сотрудничает и с членами БРИКС по обмену опытом и идеями в сфере цифровой экономики, чтобы обеспечить глобальную конкурентоспособность экономики. В июле 2017 года состоялась встреча министров БРИКС «Цифровая экономика: инновации и конвергенция в сфере информационно-коммуникационных технологий». Министр массовых коммуникаций РФ Николай Никифоров, выступая на встрече, сказал: «В Российской Федерации разработана отдельная программа "Цифровая экономика". Ее цель заключается во внедрении цифровых технологий во все сферы жизнедеятельности общества. Мы будем очень рады делиться опытом с нашими коллегами из стран-БРИКС в ходе воплощения этих масштабных начинаний». Он пояснил, что данная программа в первую очередь создана для развития социально-важных аспектов экономики и общества. Она ставит перед собой задачи по внедрению новых технологий в государственное управление, здравоохранение, образование и других сфер. Никифоров также подчеркнул необходимость оценки принятых решений по переходу и внедрению цифровой экономики и обратной связи. [3]

Согласно мировой практике, особая ставка в ускорении темпов развития инновационной цифровой экономики делается на малый и средний бизнес, так как 80% крупнейших изобретений 20 века, сделанных в Западной Европе и США, принадлежит малым предприятиям. На данный момент, по расчетам Национального научного фонда США доля субъектов малого и среднего бизнеса среди наукоемких компаний составляет около 90%.[5] В Ирландии доля малого инновационного бизнеса в общем числе промышленных предприятий равна 75%, Германия отстает с долей в 66%, в Финляндии она равняется 49%, во Франции – 46%, в Италии – 40%, в Великобритании - 39% (рис. 3). Российская Федерация не

вошла в данный рейтинг, что указывает на низкий потенциал развития малого и среднего бизнеса в сфере инноваций и негативно влияет на конкурентные позиции России.[6]

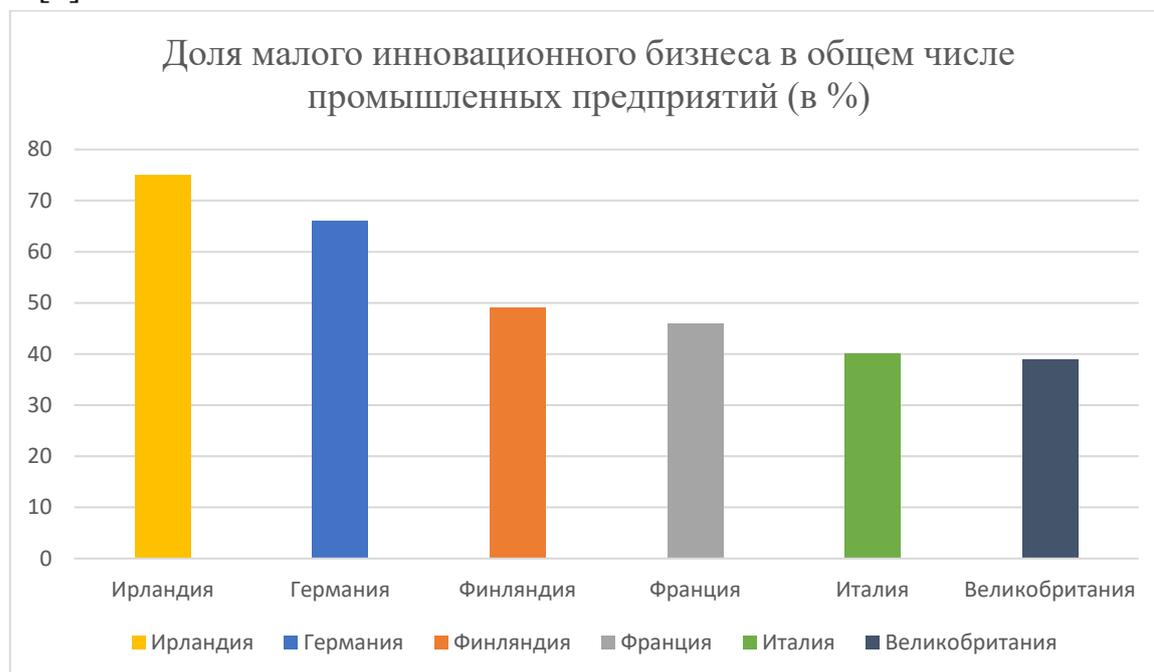


Рисунок 3 – Доля малого инновационного бизнеса в общем числе промышленных предприятий
Источник: составлено автором по данным [2,3]

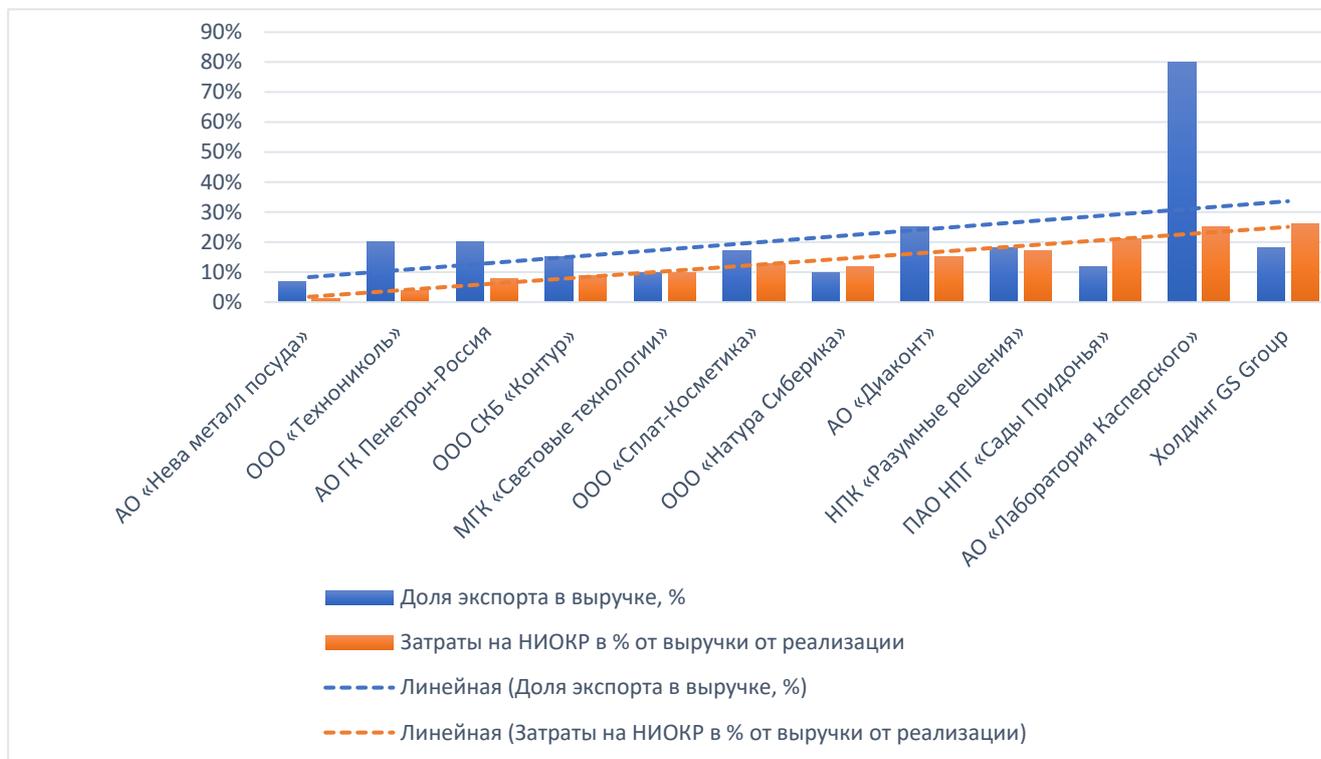
Таким образом, анализ развития цифровизации экономик стран показал, что ее темпы напрямую зависят от доли расходов на НИОКР, численности специалистов, занятых в науке. Чтобы сократить отставание России в рейтинге стран по развитию цифровой экономики, в первую очередь необходимо увеличить расходы на НИОКР, это привлечет новых специалистов, улучшит качество их обучения, предоставит возможность использовать новейшие технологии и позволит повысить долю экспорта высокотехнологичной продукции, что повысит конкурентоспособность страны.

В августе 2017 года был опубликован ежегодный рейтинг самых инновационных компаний мира Forbes, согласно которому только две российские компании входят в него: «Магнит» Сергея Галицкого на 53-ем месте и «Норникель» Владимира Потанина на 63-ем.[4], что свидетельствует о наличии потенциала и возможности для России завоевания сегмента на мировом рынке.

Также, в рамках хоздоговорной научно-исследовательской работы Финансового университета «Методы стратегического развития бизнес-моделей средних высокотехнологичных промышленных предприятий» была выявлена взаимосвязь доли экспорта в выручке и затрат на НИОКР в % от выручки. Выход на зарубежные рынки значимо положительно влияет на создание подразделений,

занимающихся R&D, финансирование R&D, увеличение доли экспорта и внедрение маркетинговых инноваций. Вместе с тем, у данной группы

экспортеров не наблюдается значимой связи между началом экспорта и внедрением нового продукта или технологии. Вероятно, это можно объяснить тем, что начатые с выходом на новые рынки исследования и разработки пока еще не



дали результатов.

Рисунок 4 - Взаимосвязь доли экспорта в выручке и затрат на НИОКР в % от выручки

Так как малый и средний бизнес являются одним из факторов ускорения темпов роста инновационной цифровой экономики, необходимо поддерживать МСП, которые занимаются данными разработками и поддерживать его научно-прикладные изыскания. Это возможно сделать через программы государственной поддержки малого и среднего бизнеса.

Еще одним толчком для ускорения развития цифровой экономики в России может стать налаживание четкого и быстрого информационного контакта между фундаментальными центрами научных исследований и представителями малого и среднего бизнеса. Этот информационный канал уже существует, но он еще не достиг прозрачности, вследствие закрытости научно-исследовательских центров и их разработок. Достижение такого взаимодействия позволит субъектам МСП, используя разработки российских ученых, продвигать инновации в цифровой экономике в разы быстрее.

Список использованной литературы:

1. UNESCO Institute for statistics [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://uis.unesco.org> (дата обращения: 15.09.17)
2. РИА рейтинг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://riarating.ru> (дата обращения: 15.09.17)
3. Информационное агентство России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/4442739> (дата обращения: 15.09.17)
4. Американский Forbes опубликовал рейтинг самых высокотехнологичных компаний мира [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ej.by/news/it/2017/08/10/amerikanskiy-forbes-opublikoval-reyting-samyh-vysokotehnologichnyh.html> (дата обращения: 15.09.2017)
5. МСП Банк [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.mspbank.ru> (дата обращения: 15.09.17)
6. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 16.09.17)

А.М. Беглер
Аспирантка Высшей школы менеджмента СПбГУ
г. Санкт-Петербург, Россия
E-mail: alena.begler@gmail.com
+79523682628

С.А. Костоусов
студент СПбПУ Петра Великого
г. Санкт-Петербург, Россия
E-mail: sergkosto94@gmail.com
+79313717758

КРИТЕРИИ ВЫБОРА ИНСТРУМЕНТА ПО РАБОТЕ С КОРПОРАТИВНЫМИ БАЗАМИ ЗНАНИЙ

Аннотация: В обзоре рассматриваются основные характеристики инструментов по работе с корпоративными базами знаний. Выделены две группы таких характеристик: общие (соответствующие требованиям, предъявляемым к качеству программного обеспечения) и функциональные (технические характеристики, возможности моделирования, возможности для наполнения экземплярами, принадлежность к функциональной группе).

Ключевые слова: инженерия знаний, корпоративные онтологии, инструменты создания и поддержки онтологий.

А.М. Begler
Doctoral student, Graduate School of Management SPbU
Saint Petersburg, Russia
S.A. Kostousov
Student, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
Saint Petersburg, Russia

CRITERIA FOR CORPORATE KNOWLEDGE BASES TOOLS CHOOSING

Annotation: We oversee the crucial characteristics for choosing the tools for corporate knowledge bases development. All the characteristics divided into two groups: general (which is consistent with software quality requirements) and functional (conceptual, modelling options, population options, group).

Keywords: knowledge engineering, corporate ontology

Сегодня организации прикладывают много усилий для сохранения, распространения и анализа знаний^{5,6}. Один из способов организации формализованных корпоративных знаний – создание базы знаний. Существует значительное количество инструментов для создания таких баз, однако при подборе инструмента для конкретных корпоративных задач могут возникнуть трудности, связанные с разнообразием предлагаемых инструментов и отсутствием единого списка требований, предъявляемых к такому программному обеспечению. Для подбора таких инструментов необходимо учитывать: 1) класс задач, для решения которых планируется использовать базы знаний; 2) особенности организации, в которой инструмент будет внедряться; 3) характеристики инструмента. В данной работе мы немного коснёмся основных характеристик для первого и второго пункта и предложим развёрнутый список характеристик инструментов для работы с корпоративными базами знаний.

Корпоративные задачи. Корпоративные базы знаний могут использоваться для решения ряда задач, стоящих перед современной организацией: преодоления проблем коммуникации и совместного использования знаний⁷; организации корпоративных веб-приложений⁸; управления корпоративной памятью⁹; организации бизнес-процессов¹⁰; создания обучающих систем и т.д.

Особенности организации. Особенности использования баз знаний в рамках одной задачи могут различаться в зависимости от характеристик организации, таких как: этап развития организации (уровень зрелости управления); масштаб (размер, степень глобализации); сектор, в котором работает организация (например, научно-исследовательский или производственный); производимый продукт; организационная структура (функциональная, проектная, матричная, командная, в том числе наличие распределённых команд и т.д.).

Характеристики инструмента. Одной из ведущих технологий построения баз знаний являются онтологии^{11,12}. Использование онтологических баз знаний по сравнению с традиционными технологиями (например, вики-системами) позволяет

⁵ Smith E. A. The role of tacit and explicit knowledge in the workplace // *Journal of knowledge Management*. – 2001. – Т. 5. – №. 4. – С. 311-321.

⁶ Du Plessis M. Drivers of knowledge management in the corporate environment // *International journal of information management*. – 2005. – Т. 25. – №. 3. – С. 193-202.

⁷ Roche C. Corporate ontologies and concurrent engineering // *Journal of Materials Processing Technology*. – 2000. – Т. 107. – №. 1. – С. 187-193.

⁸ Obrst L., Liu H., Wray R. Ontologies for corporate web applications // *AI Magazine*. – 2003. – Т. 24. – №. 3. – С. 49.

⁹ Dieng R. et al. Methods and tools for corporate knowledge management // *International journal of human-computer studies*. – 1999. – Т. 51. – №. 3. – С. 567-598.

¹⁰ Hepp M., Roman D. An ontology framework for semantic business process management // *Wirtschaftsinformatik Proceedings 2007*. – 2007. – С. 27.

¹¹ Gruber T. R. The role of common ontology in achieving sharable, reusable knowledge bases // *KR*. – 1991. – Т. 91. – С. 601-602.

¹² O'Leary D. E. Using AI in knowledge management: Knowledge bases and ontologies // *IEEE Intelligent Systems and their Applications*. – 1998. – Т. 13. – №. 3. – С. 34-39.

обеспечить как управление базой знаний, так и интеграцию корпоративной информации¹³. Существует ряд подходов к оценке инструментов по работе с онтологическими базами знаний^{14,15,16,17,18}. Мы расширили предлагаемые подходы и адаптировали их к специфике работы с корпоративными онтологиями. Предлагаемая методика включает два набора характеристик: общие и функциональные, описывающие непосредственные возможности для построения онтологий.

Общие характеристики для инструментов по работе с корпоративными базами знаний в основном соответствуют требованиям, предъявляемым к качеству программного обеспечения^{19,20}. Среди них: гибкость, надёжность, масштабируемость, безопасность, удобство для пользователя, наличие возможностей совместного редактирования, лёгкость в эксплуатации, наличие обновлений и технической поддержки. Дополнительно для инструментов, обеспечивающих работу онтологической базы знаний, следует обратить внимание на методологию, лежащую в основе инструмента, в частности на:

- 1) Соответствие стандартам World Wide Web Consortium. Более того, для отдельных областей могут существовать собственные стандарты, например, BioOntology Consortium рекомендует DAML+OIL для биологических онтологий.
- 2) Планируемая методология разработки. Описано множество подходов²¹ к построению онтологий, выбирать инструмент следует исходя из того, какой подход планирует использовать организация.

Функциональные характеристики инструментов по работе с корпоративными базами знаний онтологического типа:

1. Технические:

¹³ Кудрявцев Д. В. Системы управления знаниями и применение онтологий. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та – 2010. – 344 с.

¹⁴ Corcho O., Fernández-López M., Gómez-Pérez A. Methodologies, tools and languages for building ontologies. Where is their meeting point? // *Data & knowledge engineering*. – 2003. – Т. 46. – №. 1. – С. 41-64.

¹⁵ Duineveld A. J. et al. WonderTools? A comparative study of ontological engineering tools // *International Journal of Human-Computer Studies*. – 2000. – Т. 52. – №. 6. – С. 1111-1133.

¹⁶ Gómez-Pérez A. Ontology evaluation // *Handbook on ontologies*. – Springer Berlin Heidelberg, 2004. – С. 251-273.

¹⁷ Lambrix P., Habbouche M., Perez M. Evaluation of ontology development tools for bioinformatics // *Bioinformatics*. – 2003. – Т. 19. – №. 12. – С. 1564-1571.

¹⁸ Murshed M., Singh R. Evaluation and ranking of ontology construction tools. – Technical Report DIT-05-013, University of Trento, 2005.

¹⁹ Bourque P. et al. Guide to the software engineering body of knowledge (SWEBOOK (R)): Version 3.0. – IEEE Computer Society Press. – 2014.

²⁰ Вигерс К. Разработка требований к программному обеспечению / Пер. с англ // М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция». – 2004 – 576 с.

²¹ Fernández-López M. Overview of methodologies for building ontologies // *Proceedings of the IJCAI-99 workshop on Ontologies and Problem-Solving Methods (KRR5)*. – 1999.

- 1.1. Совместимость, в частности, возможность экспорта/импорта онтологии в общепринятом формате (OWL, RDF).
- 1.2. Реализация и скорость навигации по онтологии, в том числе наличие семантического поиска.
- 1.3. Языки описания онтологий и представления аксиом должны быть учтены в случае, если планируется работа с исходными форматами данных.
- 1.4. Поддержка визуализации.
- 1.5. Встроенный аналитический модуль.
2. Возможности моделирования:
 - 2.1. Наличие модуля валидации и верификации* для проверки согласованности онтологии и валидности языка описания, как в процессе разработки, так и в процессе обогащения (при добавлении новых классов и свойств).
 - 2.2. Реализация логического вывода. Может быть как частью инструмента, так и отдельным подключаемым модулем.
 - 2.3. Уровень реализации автоматического извлечения информации. Важен при потребности реализации scratch-методов, таких как машинное обучение, обработка естественного языка.
 - 2.4. Поддерживаемый уровень экспрессивности должен подбираться под конкретные задачи компании, например, множественное наследование может как быть, так и не быть критически важным параметром.
 - 2.5. Примеры реализации распространённых шаблонов проектирования онтологий (Ontology Design Patterns).
 - 2.6. Формирование схемы на основе структуры источников данных.
 - 2.7. Возможности работы с несколькими онтологиями (например, слияния).
 - 2.8. Возможность работы с общедоступными онтологиями и словарями (например, DBpedia)
3. Возможности наполнения экземплярами
 - 3.1. Наполнение онтологии экземплярами из разных источников (баз данных, таблиц, полу- и неструктурированных файлов), в том числе в автоматическом или полуавтоматическом режиме.
 - 3.2. Реализация модификации и удаления экземпляров.

Данные параметры являются критически важными, в случае, если организация планирует наполнять и обогащать онтологию (например, при создании онтологической базы знаний) и не важны, в случае, если онтология используется только для моделирования.

4. Принадлежность к определённой функциональной группе²² не является критически важным параметром, но может помочь при выборе инструмента под определённые задачи.
 - 4.1. Семантические Wiki подойдут для расширения функционала базы знаний, реализованной на классическом Wiki-движке.
 - 4.2. Предметно-ориентированные инструменты.
 - 4.3. Онтологии для семантического поиска на сайте для веб-приложений.
 - 4.4. Редакторы онтологий (универсальные и расширенные) для разработки онтологии, их редактирования, анализа и наполнения экземплярами.

Рассмотренные характеристики могут быть использованы при выборе инструмента для работы с корпоративными базами знаний онтологического типа, при этом в зависимости от конкретных задач и характеристик организации разным параметрам должен быть присвоен разный вес.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 17-07-00228.

Список использованной литературы:

1. Bourque P. et al. Guide to the software engineering body of knowledge (SWEBOK (R)): Version 3.0. – IEEE Computer Society Press. – 2014.
2. Corco O., Fernández-López M., Gómez-Pérez A. Methodologies, tools and languages for building ontologies. Where is their meeting point? // Data & knowledge engineering. – 2003. – Т. 46. – №. 1. – С. 41-64. URL: <http://oa.upm.es/2637/1/JCR02.pdf>
3. Dieng R. et al. Methods and tools for corporate knowledge management // International journal of human-computer studies. – 1999. – Т. 51. – №. 3. – С. 567-598.
4. Du Plessis M. Drivers of knowledge management in the corporate environment // International journal of information management. – 2005. – Т. 25. – №. 3. – С. 193-202.
5. Duineveld A. J. et al. WonderTools? A comparative study of ontological engineering tools // International Journal of Human-Computer Studies. – 2000. – Т. 52. – №. 6. – С. 1111-1133.

²² Григорьев, Л. Ю., Заблоцкий, А. А., Кудрявцев, Д. В. Технология наполнения баз знаний онтологического типа // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Информатика. Телекоммуникации. Управление. – 2012. – № 3 (150). – С. 27–36.

6. Fernández-López M. Overview of methodologies for building ontologies // Proceedings of the IJCAI-99 workshop on Ontologies and Problem-Solving Methods (KRR5). – 1999.
7. Gómez-Pérez A. Ontology evaluation // Handbook on ontologies. – Springer Berlin Heidelberg, 2004. – С. 251-273.
8. Gruber T. R. The role of common ontology in achieving sharable, reusable knowledge bases // KR. – 1991. – Т. 91. – С. 601-602.
9. Hepp M., Roman D. An ontology framework for semantic business process management // Wirtschaftsinformatik Proceedings 2007. – 2007. – С. 27.
10. Lambrix P., Habbouche M., Perez M. Evaluation of ontology development tools for bioinformatics // Bioinformatics. – 2003. – Т. 19. – №. 12. – С. 1564-1571.
11. Murshed M., Singh R. Evaluation and ranking of ontology construction tools. – Technical Report DIT-05-013, University of Trento, 2005.
12. O'Leary D. E. Using AI in knowledge management: Knowledge bases and ontologies // IEEE Intelligent Systems and their Applications. – 1998. – Т. 13. – №. 3. – С. 34-39.
13. Obrst L., Liu H., Wray R. Ontologies for corporate web applications // AI Magazine. – 2003. – Т. 24. – №. 3. – С. 49.
14. Roche C. Corporate ontologies and concurrent engineering // Journal of Materials Processing Technology. – 2000. – Т. 107. – №. 1. – С. 187-193.
15. Smith E. A. The role of tacit and explicit knowledge in the workplace // Journal of knowledge Management. – 2001. – Т. 5. – №. 4. – С. 311-321.
16. Вигерс К. Разработка требований к программному обеспечению / Пер. с англ // М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция». – 2004 – 576 с.
17. Григорьев, Л. Ю., Заблоцкий, А. А., Кудрявцев, Д. В. Технология наполнения баз знаний онтологического типа // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Информатика. Телекоммуникации. Управление. – 2012. – № 3 (150). – С. 27–36.
18. Кудрявцев Д. В. Системы управления знаниями и применение онтологий. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та – 2010. – 344 с.

С.К. Калашникова
Магистрант направления «Стратегические
коммуникации в бизнесе и политике»
Санкт-Петербургский государственный университет
Г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
E-mail: sofyakalashnikova15@gmail.com
+79533513403

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛИТИКИ ИДЕНТИЧНОСТИ В САНКТ- ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация: Данная статья посвящена определению роли политики идентичности в жизни регионального сообщества и оценке эффективности основных реализуемых региональными властями на сегодняшний день направлений региональной политики идентичности в Санкт-Петербурге. проведенное пилотажное исследование демонстрирует, что оценка эффективности политики идентичности «снизу», базирующаяся на критериях информированности, оценки значимости и включенности населения, возможна. Основываясь на результатах пилотажного исследования, автор предварительно оценивает уровень эффективности политики идентичности в регионе как средний, так как при наличии перспективных и активно поддерживаемых населением направлений, существуют более слабые и фрагментированные компоненты.

Ключевые слова: политика идентичности, региональная идентичность, символическая политика, эффективность, пилотажное исследование.

S.K. Kalashnikova
Master of the Strategic communications
in business and politics
St. Petersburg State University
St. Petersburg, Russian Federation

EFFICIENCY OF POLICY OF IDENTITY IN ST. PETERSBURG

Abstract: This article is devoted to the determination of a role of policy of identity in regional community life and the efficiency`s evaluation of the main directions of regional policy of identity realized by the regional authorities in St. Petersburg today. The conducted pilot research shows that the efficiency of policy of identity evaluation "from below", which is based on criteria of knowledge, assessment of the importance and social involvement, is possible. Based on results of a pilot research, the author estimates previously the level of efficiency of policy of identity in the region as average as in the

presence of the perspective and actively supported by the population directions, there are weaker and fragmented components.

Keywords: policy of identity, regional identity, symbolical policy, efficiency, pilot research.

Актуализация проблем, связанных с общегосударственной идентичностью в России, начинается в конце 1980-х – начале 1990-х годов. В середине 1990-х годов возникает необходимость построения новой российской идентичности, что связано с включением России в процессы международной интеграции и глобализации, с изменением типа социально-экономического и политического развития общества и, как следствие, с возникшим на основе утраты советского основания кризисом идентичности. Россия стремительно превратилась в «страну регионов»²³, утратив политическую стабильность.

Также происходит новая регионализации внутреннего пространства Российской Федерации, что повлекло за собой мобилизацию политических региональных элит.

Санкт-Петербург является городом федерального значения. Таким образом, проблема поиска региональной идентичности актуальна не только для элит и жителей региона, но и имеет большое значение для репрезентации страны в целом. Субъектом региональной политики идентичности является политическая элита. Ключевую роль в определении уровня эффективности проводимых мер играет мнение и степень восприятия этих мер основным объектом политики идентичности – жителями Санкт-Петербурга.

Таким образом, объектом исследования в данном случае выступает политика идентичности в Санкт-Петербурге, а предметом – эффективность политики идентичности в Санкт-Петербурге. Методы исследования включили в себя качественный контент-анализ нормативных правовых актов с целью изучения институциональных оснований политики идентичности, традиционный анализ СМИ и анализ результатов пилотажного Интернет-опроса с целью выявления тенденций развития направлений политики идентичности и оценки их эффективности. Гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом: средний уровень эффективности политики идентичности в Санкт-Петербурге связан с отсутствием комплексного подхода к ее формированию и фрагментарностью реализации при наличии нескольких направлений.

Теоретическое осмысление феномена идентичности окончательно оформляется к 60-м годам XX века. Идентичность может рассматриваться в

²³ Ачкасов, В.А. Региональная идентичность в российском политическом пространстве: «калининградский казус» [Текст] / В.А. Ачкасов // Политекс. — 2005. — № 1. — С. 68.

современной науке как «продукт воображения, конструируемый при помощи различного рода дискурсивных практик»²⁴.

Региональная идентичность представляет собой целостность общеисторического разделенного коллективного опыта и формирующихся на его основе социальных практик, ценностей, традиций, которые конструируются дискурсивно²⁵. Важнейшая черта региональной идентичности – ее способность объединять людей разных профессий, полов, возрастов, национальностей (снижать или даже искоренять межгрупповые барьеры).

Политика идентичности в регионах, являясь частью символической политики, представляет собой уникальную деятельность региональных элит, направленную на конструирование региональной идентичности. Результат политики идентичности – усвоение человеком определенных стереотипов и ориентаций, которые транслируются элитой, в связи с чем процесс политической социализации занимает здесь ключевое место²⁶.

По мнению М. В. Назукиной, в изучении региональной политики идентичности базовым трендом становится инструментальный взгляд. Построение идентичности рассматривается как источник развития региона²⁷.

Необходимо отметить, что понятие «эффективность» в политологии не имеет однозначной интерпретации. Деятельность власти может оцениваться через оценку внутренних качеств элиты и через анализ внешних проявлений «в контексте взаимоотношений государства и общества»²⁸. Наиболее активно категория эффективности используется в рамках изучения проблем государственного управления, в частности оценки государственных программ.

Из-за «распыленности» направлений политики идентичности не только по различным государственным программам, но и по сферам деятельности разных властных структур, мы предлагаем оценивать эффективность данного политического курса через систему субъективных установок жителей Санкт-Петербурга, связанных с региональной идентичностью и мерами, направленными на ее формирование. Три ключевых критерия применяются отдельно к каждому направлению данной деятельности. Во-первых, в условиях современного

²⁴ Попова, О.В. Эффективность политики идентичности современного полиэтничного государства [Текст] / О.В. Попова // Политическое пространство и социальное время: сборник материалов конференции. — Симферополь, 2016. — С. 158.

²⁵ Рабжаева, М.В. В поисках Петербургской идентичности [Текст] / М.В. Рабжаева, В.Е. Семенов // Свободная мысль. — 2002. — № 11. — С. 17.

²⁶ Ачкасов, В.А. Политика идентичности в современном мире [Текст] / В.А. Ачкасов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. — 2013. — №4. — С. 74.

²⁷ Назукина, М.В. Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне в России: акторы, специфика, тренды [Текст] / М.В. Назукина // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. — 2014. — № 3. — С. 137.

²⁸ Юрескул, Е.А. Влияние институциональных характеристик политической системы на эффективность государственной власти [Текст] / Е.А. Юрескул // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2013. — № 3. — С. 230.

индустриального общества, когда информация – ключевой ресурс власти²⁹, необходимо учитывать уровень информированности жителей о проведении каких-либо действий в рамках конкретного направления, так как оценка важности того или иного направления политики идентичности для представителей власти и для рядового жителя может кардинально отличаться, что ведет к работе «впустую». Во-вторых, рассуждать об эффективной политике идентичности без учета уровня включенности жителей в реализацию деятельности по формированию региональной идентичности также не представляется целесообразным, поскольку целью выступает убеждение людей в том, что они представляют собой особую, солидарную группу, и что наличие внутренних различий не имеет значения³⁰. То есть в рамках проблематики данного исследования именно факт принадлежности к региону должен выступать основанием для консолидации. И, в-третьих, оценка текущего состояния каждого направления, степень удовлетворенности жителей как деятельностью властей в целом, так и конкретными мерами, место региональной идентичности в матрице идентичностей – все это результирует деятельность субъекта политики идентичности. Таким образом, при отсутствии структурированного и институционально однородного курса политики идентичности как части публичной политики региона оценка эффективности данной деятельности может происходить только «снизу», со стороны объекта влияния.

Богатая история Санкт-Петербурга включает в себе множество противоречащих друг другу смыслов, однако, в настоящее время акцент делается на дореволюционный период истории³¹, что является характерной чертой символической политики большинства регионов Российской Федерации. Политика идентичности, являясь наряду с политикой памяти одним из инструментов символической политики³², основываясь на символическом капитале Санкт-Петербурга, реализуется через несколько направлений: проведение массовых городских мероприятий, основанных на памятных, исторических датах, топонимическая политика и брендинг территории.

Говоря о проблеме оценки эффективности политико-социальных процессов, социологические исследования являются оперативным инструментом, который позволяет в сжатые сроки оценить отношение граждан как к политическим

²⁹ Шабров, О.Ф. Эффективность государственного управления в условиях постмодерна [Текст] / О.Ф. Шабров // Власть. — 2010. — №5. — С. 9.

³⁰ Брубейкер, Р. Этничность без групп [Текст] / Р. Брубейкер. — Москва: Издательский дом Высшая школа экономики, 2012. — С. 122.

³¹ Гигаури, Д.И. Символическая политика в социокультурном пространстве города (на примере г. Санкт-Петербурга) [Текст] / Д.И. Гигаури // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 16. — С. 139.

³² Гигаури, Д.И. Политический миф и ритуал как социокультурные основания символической политики [Текст] / Д.И. Гигаури // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2015. — № 3. — С. 91.

институтам, так и к мерам³³, которые принимаются властными структурами, но реализуются на общественном уровне, изменяя жизнь граждан. Таким образом, именно социологические исследования позволяют оценить степень влияния, тот самый социальный или общественный эффект, который является целью политико-управленческой деятельности.

В рамках исследования была предпринята попытка оценить возможность комплексного анализа эффективности политики идентичности на региональном уровне посредством проведения пилотажного социологического опроса жителей Санкт-Петербурга в сети Интернет.

Форма Интернет-опроса располагалась на платформе opros.spbu.ru, а основным каналом распространения стала социальная сеть «ВКонтакте»³⁴ (паблики и страницы пользователей).

По итогам пилотажного исследования были сформулированы следующие гипотезы для проверки в ходе полноценного социологического опроса:

- 1) символический капитал региона базируется на историко-культурном компоненте;
- 2) образ Петербурга связан, в первую очередь, с такими характеристиками как «исторический», «туристический» и «культурный»;
- 3) образ типичного петербуржца, в первую очередь, связан с такими чертами как «вежливость», «доброжелательность», «образованность»;
- 4) проведение массовых городских мероприятий – наиболее перспективное направление политики идентичности в Санкт-Петербурге;
- 5) День Победы, День Города, праздник выпускников «Алые паруса» – самые значимые городские мероприятия для регионального сообщества;
- 6) региональный компонент идентичности выходит на первый план в матрице идентичности жителей Санкт-Петербурга;
- 7) мужчины склонны оценивать деятельность городских органов управления критичнее женщин;
- 8) характер информирования населения о изменениях городской топонимики влияет на отношение жителей к проводимым мерам;
- 9) оценка топонимических изменений связана с идеологическими установками жителей;
- 10) описание Санкт-Петербурга как родного города, своего дома характерно только для коренные петербуржцев.

³³ Будко, Д.А. Эффективность деятельности органов власти в оценках жителей Санкт-Петербурга [Текст] / Д.А. Будко, А.В. Шентякова // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2015. — № 2. — С. 145.

³⁴ Число охваченных групп: 30; число репостов на страницах пользователей: 22; приблизительное количество просмотров: 9 880; конечное число участников: 292.

Таким образом, проведенное пилотажное исследование демонстрирует, что оценка эффективности политики идентичности «снизу», базирующаяся на критериях информированности, оценки значимости и включенности, возможна. Автор предварительно оценивает уровень эффективности политики идентичности в регионе как средний, так как при наличии перспективных и активно поддерживаемых населением направлений (проведение городских праздников), существуют более слабые и фрагментированные компоненты (брендинг территории, формирующийся стихийно). При этом для большинства респондентов региональная идентичность является значимой, что, однако, может быть связано не с эффективностью проводимых мер, а с влиянием высокой степени укорененности участников опроса.

Список использованной литературы:

- 1) Ачкасов, В.А. Политика идентичности в современном мире [Текст] / В.А. Ачкасов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. — 2013. — №4. — С. 71-77.
- 2) Ачкасов, В.А. Региональная идентичность в российском политическом пространстве: «калининградский казус» [Текст] / В.А. Ачкасов // Политекс. — 2005. — № 1. — С. 68-82.
- 3) Брубейкер, Р. Этничность без групп [Текст] / Р. Брубейкер. — Москва: Издательский дом Высшая школа экономики, 2012. — 408 с.
- 4) Будко, Д.А. Эффективность деятельности органов власти в оценках жителей Санкт-Петербурга [Текст] / Д.А. Будко, А.В. Шентякова // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2015. — № 2. — С. 144-171.
- 5) Гигаури, Д.И. Политический миф и ритуал как социокультурные основания символической политики [Текст] / Д.И. Гигаури // Вестник Санкт-Петербургского университета. — 2015. — № 3. — С. 91-98.
- 6) Гигаури, Д.И. Символическая политика в социокультурном пространстве города (на примере г. Санкт-Петербурга) [Текст] / Д.И. Гигаури // Теория и практика общественного развития. — 2015. — № 16. — С. 136-139.
- 7) Назукина, М.В. Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне в России: акторы, специфика, тренды [Текст] / М.В. Назукина // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. — 2014. — № 3. — С. 137-150.
- 8) Попова, О.В. Эффективность политики идентичности современного полиэтничного государства [Текст] / О.В. Попова // Политическое пространство и социальное время: сборник материалов конференции. — Симферополь, 2016. — С. 157-160.

- 9) Рабжаева, М.В. В поисках Петербургской идентичности [Текст] / М.В. Рабжаева, В.Е. Семенов // Свободная мысль. — 2002. — № 11. — С.14-21.
- 10) Шабров, О.Ф. Эффективность государственного управления в условиях постмодерна [Текст] / О.Ф. Шабров // Власть. — 2010. — №5. — С. 4-9.
- 11) Юрескул, Е.А. Влияние институциональных характеристик политической системы на эффективность государственной власти [Текст] / Е.А. Юрескул // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. — 2013. — № 3. — С. 228-249.

В.Э. Лопатина
студентка факультета «Государственное управление и
финансовый контроль»
Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: leralopatina@mail.ru
+79067987218

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ В УПРАВЛЕНИИ

Аннотация:

В статье рассмотрена характеристика результативности в управлении. Также приведены основные показатели результативности управления и их характеристика.

Ключевые слова:

Результативность, управление результативностью, показатели результативности, результативность, эффективность.

V.E. Lopatina
student of the Faculty of Public Administration and
Financial Control at
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

PERFORMANCE CHARACTERISTICS IN MANAGEMENT

Abstract: The article describes the performance characteristics in management. The main indicators of the effectiveness of management and their characteristics are also given.

Keywords: performance, performance management, performance indicators, effectiveness, efficiency.

Существует аксиома в теории оценки эффективности и результативности, которая гласит, что наиболее сложным является управление многофункциональными и большими системами. «К данной системе относиться государственное управление, оценки которого должны одновременно учитывать эффективность и результативность решения множества задач, а именно:

- глобальных и локальных;
- стратегических и тактических;

- внешнеполитических и внутригосударственных;
- общенациональных и отраслевых;
- общегосударственных и региональных задач.»³⁵

В самом широком смысле под показателем результативности понимают описываемый или количественный индикатор, который характеризует результат деятельности или успешность к достижению поставленной цели.³⁶

Система показателей, используемых для оценки результативности и эффективности деятельности должна отвечать принципу целесообразности, то есть она должна обеспечивать количественно-качественную характеристику общественной идеи и последствий, которые проведены или намечены на преобразование.

Показатели результативности представлены в таблице №1:

Таблица 1 - Классификация показателей результативности

Показатель	Характеристика показателя
Экономичность	Получение отчетных данных должно производиться с минимальными затратами;
Действительность	Степень достижения организацией поставленных целей: степень завершения «необходимой» работы;
Эффективность	Соотношение результатов и затрат деятельности организации;
Качество	Совокупность свойств или характеристик услуг и продукции, которые способны удовлетворять потребности;
Качество управления	Соответствие системе требований, функционирования управляющей подсистемы, которое направлено на улучшение результативность деятельности управляемой подсистемы;
Внедрение инноваций	Процесс, с помощью которого организация получает новые, более совершенные товары и услуги; привлечение новых технологий;
Производительность	Количество продукции, произведенное в единицу времени;

Результативность управления - способность системы управления обеспечить достижение конечных результатов, которые соответствуют поставленной цели и

³⁵ Еремин С.Г. О современной оценке эффективности и результативности деятельности федеральных органов исполнительной власти. / Еремин С.Г. // Экономика и предпринимательство. – 2016.- №1-1(66-1). – с. 406-410

³⁶ Клищ Н.Н. Показатели эффективности и результативности профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих./Государственная служба/-2015.

удовлетворяют конкретную потребность и создают условия для устойчивого развития организации.

«Управление будет результативным, если:

1) организация достигла конечных результатов, в которых реализована ее общая цель;

2) конечные результаты совпадают с потребностями;

3) определена потенциальная потребность в результатах деятельности организации, как основание для формирования новой цели и создания условий устойчивого развития организации (уровень возможного расширения);

4) достигнута результативность по каждому виду управления (уровень соответствия функциональных результатов их целям).»³⁷

Очень часто результативность рассматривают как конечный результат. На самом деле, это нечто большее: важны цели, стремления, а также качественные сдвиги. Данный аспект результативности можно оценить, соотнеся с установленными стандартами, заданными в следующей форме: «Результативность отвечает установленным стандартам, если...» Естественно, результаты можно оценить не только качественно, но и количественно. Оценка такого рода проявляется, когда проект или задача, выпалена на минимально удовлетворительном уровне.³⁸

Таким образом, «результативность» - это вопрос не только того, что сделано, но и как. Отличные результаты становятся возможными благодаря соответствующему поведению и эффективному применению необходимых знаний, навыков и компетенций. Управление результативностью должно изучать, как именно достигаются результаты, поскольку это позволяет понять, какие меры требуются для дальнейшего роста.

Список использованной литературы:

1. Армстронг, М. Управление результативностью: Система оценки результатов в действии [Электронный ресурс] / Май кл Армстронг, Анжела Бэрон; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — с. 25.

2. Еремин С.Г. О современной оценке эффективности и результативности деятельности федеральных органов исполнительной власти. / Еремин С.Г. // Экономика и предпринимательство. — 2016.- №1-1(66-1). — с. 406-410

³⁷ Армстронг, М. Управление результативностью: Система оценки результатов в действии [Электронный ресурс] / Май кл Армстронг, Анжела Бэрон; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — с. 25.

³⁸ Армстронг, М. Управление результативностью: Система оценки результатов в действии [Электронный ресурс] / Май кл Армстронг, Анжела Бэрон; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — с. 21-22.

3. Прокофьев С.Е., Попадюк Н.К. Новации во внутренней организации государственных органов и государственного менеджмент. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2014. № 16. С. 234-236.

Д.С. Кузнецова
Магистрант,
Кафедра «Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
8 964 784 53 43
kds1994@yandex.ru

Плотицына Любовь Александровна
Научный руководитель: профессор, доктор экономических наук
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
8 (495) 249-51-07
ploticina@bk.ru

ФОРМИРОВАНИЕ И ХАРАКТЕР РАСХОДОВ НА РАЗВИТИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ГОРОДА МОСКВЫ В УСЛОВИЯХ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОГО ПОДХОДА

Аннотация:

В статье освещен вопрос бюджетного финансирования транспортной инфраструктуры города Москвы, рассмотрены особенности формирования и отражения расходов, дана оценка перспектив дальнейшего применения программно-целевого подхода к формированию расходов бюджета.

Ключевые слова:

программно-целевой подход, транспортная инфраструктура, транспортная система города Москвы, расходы бюджета.

Kuznetsova Daria S.
Master student,
Department of Public and Municipal administration
Financial university under the Government of the Russian Federation

Ploticina Lubov A.
Academic supervisor: Professor, Doctor of Economics
Financial university under the Government of the Russian Federation

THE FORMATION AND EXPENSES TYPES OF MOSCOW TRANSPORT INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT IN CONDITIONS OF APPLYING PROGRAM-TARGET APPROACH.

Abstract:

The article highlights the issue of Moscow transport infrastructure budget financing, covers specifics of expenses formation, evaluates prospects of the future formation of program-target approach in budget expenses creation.

Key words:

program-target approach, transport infrastructure, Moscow transport system, budget expenses.

В настоящее время государству принадлежит ведущая роль в финансировании объектов транспортной отрасли (строительство, содержание, ремонт), которое обеспечивается за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, а также внебюджетных источников. В этой связи устойчивое развитие транспортного комплекса страны должно обеспечиваться посредством эффективного управления государственными и муниципальными расходами.

Формирование расходов бюджетов бюджетной системы происходит в соответствии с расходными обязательствами, которые согласно действующему законодательству обусловлены разграничением полномочий между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления

Бюджеты субъектов Российской Федерации играют центральную роль в реализации социально-экономической политики в целом и в рамках конкретного региона. В свою очередь, процесс эффективного управления расходами регионального бюджета на развитие транспортной системы позволяет создать условия для эффективного функционирования всех составляющих транспортной инфраструктуры не только в данном регионе (в нашем случае в г. Москве – крупнейшем транспортном центре), но и обеспечивает развитие транспортной инфраструктуры в стране в целом.

В этой связи интерес представляет анализ бюджетных расходов на развитие транспортной инфраструктуры города Москвы, проведенный автором с целью определения эффективности программно-целевого подхода, как инструмента реализации государственной политики в области транспортной инфраструктуры, который в результате позволил:

- определить структурную долю расходов на развитие транспортной инфраструктуры города Москвы в общем объеме бюджетных расходов и на этом

основании сделать вывод о приоритетности данного комплекса городского хозяйства;

- оценить преимущества и недостатки применения выбранных автором вариантов классификации расходов бюджета города Москвы, направленных на развитие транспортной инфраструктуры, что предоставило возможность выявить наиболее корректный метод анализа;

- выявить особенности формирования расходов бюджета города на развитие транспортной инфраструктуры города Москвы и дать оценку перспектив применения программно-целевого подхода к формированию расходов в рассматриваемой отрасли.

Принято считать, что проявление экономической сущности расходов заключается в их видах. Определенный вид расходов обладает как количественной, так и качественной характеристикой. Применительно к исследуемой проблеме следует проанализировать и упорядочить расходы с учетом уже имеющихся классификаций: ведомственная, функциональная, по экономическому содержанию (текущие/капитальные) и программная.

В соответствии с Законом г. Москвы от 10.09.2008 № 39 «О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в городе Москве» в составе бюджета города формируются расходы по целевым статьям, в соответствии с мероприятиями государственных программ, а также непрограммными направлениями деятельности.

Говоря о ведомственной группировке расходов, следует отметить, что данная классификация имеет особую специфику и используется в частных случаях, для конкретизации использования бюджетных средств в рамках расходов отдельных главных распорядителей бюджетных средств и не позволяет построить комплексный анализ динамики средств определенного отраслевого направления.

Например, расходы Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы в рамках ведомственной классификации расходов включают в себя программные расходы (по государственным программам: «Развитие транспортной системы», «Социальная поддержка жителей города Москвы», «Безопасный город», «Развитие городской среды», «Информационный город») и расходы непрограммных направлений деятельности (содержание органов исполнительной власти, резервный фонд, прочие непрограммные направления деятельности).

В рамках функциональной классификации, в части расходов на поддержку транспортной инфраструктуры, автором были рассмотрены расходы бюджета города Москвы по подразделам бюджетной классификации: 0408 «Транспорт» и 0409 «Дорожное хозяйство», поскольку транспортная инфраструктура

предполагает не только расходы на содержание и развитие транспорта, но также и на строительство дорог.

В процессе анализа автором выявлено, что функциональная классификация расходов по подразделам не отражает в полной мере объективной картины развития, поскольку часть расходов по указанным подразделам имеет отношение как к непрограммным направлениям деятельности, так и к расходам государственных программ иной направленности.

Так, например, по подразделу 0408 «Транспорт» отражаются расходы бюджета города Москвы на реализацию мер социальной поддержки отдельных категорий граждан по оплате проезда и мероприятий, направленных на обеспечение транспортного обслуживания населения (ГУП «Мосгортранс», ГУП «Московский метрополитен», пригородный железнодорожный транспорт), которые имеют отношение к государственной программе «Социальная поддержка жителей города Москвы» (2017 год – 97,6 млрд.руб.)³⁹

Также автором выявлено, что анализ функциональной классификации расходов не позволяет в полной мере оценить достижение конечных целей в определённой отрасли, поскольку одно мероприятие может включать в себя несколько функциональных подразделов. Так, например, интерес представляет мероприятие *«Реализация комплекса мер по созданию, развитию и эксплуатации объектов гаражно-парковочного назначения, в том числе в границах улично-дорожной сети»*, которое в 2013 году отражается по подразделам 0408 «Транспорт» и 0503 «Благоустройство», потому как ряд работ в рамках реализации данного мероприятия невозможно отнести исключительно на один подраздел (строительство парковок - 0408, строительство заездных карманов и локальные мероприятия на улично-дорожной сети - 0503). Поскольку данные расходы являются неотъемлемой частью на пути к достижению конечной цели – количество введенных в эксплуатацию машино-мест, лишь комплексный анализ позволит определить затраченный объем финансирования.

Говоря о классификации расходов по экономическому содержанию: текущие и капитальные расходы (инвестиционный характер), отметим, что в Российской Федерации данное разграничение расходов начиная с 2005 года не используется в полном объеме и заменено на группировку расходов по влиянию на величину государственных и муниципальных активов, а именно: классификацией операцией сектора государственного управления, однако это не является причиной полного отказа от использования классификации расходов по экономическому признаку, так как текущий и инвестиционный характер расходов сохранился. По мнению

³⁹ Закон г. Москвы от 23.11.2016 № 42 (ред. от 26.04.2017) «О бюджете города Москвы на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов».

автора, целесообразным является рассматривать данную группировку в составе любой другой классификации, так, например, на основе функциональной.

Анализ расходов бюджета города Москвы на развитие транспортной инфраструктуры по экономическому содержанию с делением расходов на текущие и инвестиционные показал, что соотношение данных расходов составляет примерно: 70% - инвестиционные, 30% - текущие и говорит о том, что в настоящее время бюджет города Москвы в области транспортной инфраструктуры является бюджетом развития, поскольку реализуемые мероприятия с наибольшими объемами финансирования, например строительство объектов дорожного хозяйства и метрополитена, носят инвестиционный характер расходов.

Как уже было отмечено автором, анализ расходов по функциональной классификации не в полной мере корректно отражает расходы на развитие транспортной системы. В этой связи в условиях применения программной структуры бюджета, когда в составе бюджета города формируются расходы на финансовое обеспечение государственных программ, по мнению автора более корректным является рассматривать именно классификацию расходов по программному признаку.

Обращаясь к международному опыту, большинство развитых стран используют программную структуру бюджета, как основной инструмент для повышения эффективности, увеличения открытости и прозрачности расходов бюджетов, а также доступности информации для граждан.

Стоит отметить, что ГП «Развитие транспортной системы», утвержденная Постановлением Правительства Москвы от 02.09.2011 № 408-ПП, основываясь на принципах программно-целевого управления включает в себя несколько подразделов функциональной классификации. Так, безусловно наибольший удельный вес в общем объеме расходов на её реализацию занимает подраздел 0408 «Транспорт» (порядка 50%). Однако стоит обратить внимание, что немалая часть средств, отражается по подразделам 0409 «Дорожное хозяйство» (порядка 30%) и 0503 «Благоустройство» (порядка 17%), поскольку развитие транспортной системы, а именно объектов дорожного хозяйства невозможно без расходов на строительство, ремонт и содержание объектов транспортной инфраструктуры (инженерно-коммунальные сооружения, мосты, тоннели).

Основополагающая идея программно-целевого подхода при формировании расходов состоит в том, чтобы концентрировать внимание не только на финансовых возможностях бюджетных средств, но и на эффективности их использования, для достижения конечных результатов, показателей и целей.

Стоит сразу обратить внимание, что данные о расходах бюджета города Москвы на реализацию ГП «Развитие транспортной системы», в соответствии данными Постановления Правительства Москвы от 02.09.2011 № 408-ПП имеют

отклонения от абсолютных расходов бюджета⁴⁰, что обусловлено ретроспективной спецификой учета мероприятий программы.

Так, при проводимой ежегодной актуализации государственных программ, происходит сопоставление данных путем приведения к текущим условиям, где имеют место быть отраслевые особенности: передача средств и перемещение конкретных мероприятий на другие государственные программы.

Например, до 2017 года расходы бюджета города Москвы по мероприятию «Расчеты в рамках Соглашения между Правительством Московской области и Правительством Москвы об организации транспортного обслуживания отдельных категорий граждан, имеющих место жительства в городе федерального значения Москве или Московской области» отражались в ГП 01 «Развитие транспортной системы», а с 2017 года указанные расходы отражаются в ГП 04 «Социальная поддержка жителей города Москвы». Соответственно принимая во внимание сопоставимые условия, с 2012 года указанные средства подлежат отражению в ГП 04 с одновременным исключением из ГП 01, однако Законы об исполнении бюджета города Москвы за 2012-2015 годы содержат фактические данные.

Анализ расходов бюджета города Москвы на развитие транспортной инфраструктуры в рамках программной классификации, по мнению автора, является наиболее корректным и объективным, поскольку представляется возможным оценить финансовое обеспечение реализуемых мероприятий и их конечных показателей, при этом расходы представлены комплексно, с учетом актуализации и ретроспективы.

Подводя итог, автор отмечает, что доля расходов на развитие транспортной инфраструктуры города Москвы в общем объеме бюджетных расходов варьируется на уровне 20%, и свидетельствует о приоритетности данного комплекса городского хозяйства, поскольку транспортная отрасль является основополагающей в развитии всех систем жизнеобеспечения мегаполиса.

Общеизвестно, что основным достоинством программно-целевого подхода в современных условиях является концентрация ресурсов на реализацию взаимосвязанных мероприятий, возможность контроля за их расходованием, корректировки и стимулирования их эффективного использования.

Однако, по мнению автора, применение программно-целевого подхода при формировании расходов бюджета города не стоит рассматривать как «панацею», поскольку бесконечная актуализация государственных программ приводит к отклонению от сути программно-целевого подхода и отсрочке достижения конечных целей реализуемых государственных программ. По существу, верным является завершение государственных программ и разработка (при

⁴⁰ Под абсолютными расходами автором понимаются фактические значения за 2012 – 2015 годы в соответствии с законами об исполнении бюджета города Москвы за указанные годы

необходимости) новых, в соответствии с основными векторами государственной политики.

При оценке перспектив применения программно-целевого подхода в развитии транспортной инфраструктуры следует подчеркнуть, что имеющее место «бесконечное строительство» в итоге может оказать негативный эффект, т.к. создание дорогостоящей инфраструктуры в Москве в дальнейшем потребует больших затрат на обеспечение ее функционирования и содержания, и текущие расходы бюджета города возрастут в разы.

Очевидным является тот факт, что развитие транспортной системы в г. Москве «бесконечно» приоритетным направлением государственной политики оставаться не будет, однако в долгосрочном периоде следует говорить о важности и перспективности данного направления развития.

Вместе с тем, поскольку государственное управление транспортной отрасли осуществляется посредством разработки и реализации транспортных инфраструктурных проектов, направленных на совершенствование Московской транспортной системы и приведение ее в соответствие лучшим мировым стандартам, то применение программно-целевого подхода при формировании расходов бюджета города, по мнению автора, останется и в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы:

1. Закон г. Москвы от 23.11.2016 № 42 (ред. от 26.04.2017) «О бюджете города Москвы на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов».
2. Постановление Правительства Москвы от 02.09.2011 № 408-ПП «О государственной программе города Москвы «Развитие транспортной системы на 2012-2016 гг.».
3. Братушев А.А., Карасёва С.Н. Программно-целевой метод в государственном управлении // «Проблемы экономики, финансов и управления производством», 2015.- № 37.- С. 72-75
4. Комягин Д.Л. Бюджетное право России: Учебное пособие // Институт публично-правовых исследований, под ред. А.Н. Козырина, 2011
5. Изутова О.В. Новые подходы к формированию госпрограмм // Журнал: Бюджет, август 2016 - №8 (164), - с.8.
6. Мешкова И.В., Кабайлов С.О. Программно-целевой подход в государственном управлении в Российской Федерации: проблемы и перспективы использования // Вопросы совершенствования системы государственного управления в современной России Сборник научных статей. Под общей редакцией Л.В. Фотиной. Москва, 2016., - С. 217-224

7. Михайлова А.А. Лучшая практика внедрения и реализации государственных программ //Журнал: Финансы, 2016 - №7 – с.64.
8. Поспелов Г.С. Ириков В.А. Программно-целевое планирование и управление: Учебное пособие / Г.С.Поспелов,. - М:Экспо, - 2008. - с.156.
9. Прокофьев С.Е. Программный подход в государственном управлении: проблемы и пути их решения // Муниципальная академия. 2016. № 3. С. 35-40.
10. Прокофьев С.Е. финансовое обеспечение реализации государственных программ // Альманах мировой науки. 2016. № 3-3 (6). С. 47-49.
- 11.Открытый бюджет Москвы <http://budget.mos.ru/>

А.В. Жигляева
студентка факультета Экономики и Права
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: anastasia.zhiglyaeva@gmail.com
+79035711499

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация:

В современном мире стремительно повышается значимость передовых технологий и их внедрения в различных секторах экономики. Существует весьма распространённое мнение, что инновации позволяют экономике отвечать на современные вызовы, сохранять устойчивость и эффективность в изменяющихся условиях. На сегодняшний день знания и интеллектуальный капитал выступают в качестве интенсивных факторов производства. В статье отражены ключевые характеристики экономики знаний и инновационного развития зарубежных стран. Значительное внимание уделено перспективным инновационным подходам к экономическому развитию. Указаны основные проблемы развития инноваций в России и некоторые рекомендации по их устранению.

Ключевые слова:

экономика знаний, инновационное развитие, стимулирующие меры, инновационные кластеры, инновационный инжиниринг

A.V. Zhiglyaeva
student, Faculty of Economics and Law
Plekhanov Russian University of Economics
Moscow, Russian Federation

FEATURES OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF MODERN ECONOMY

Abstract. In today's world, the importance of advanced technologies and their implementation in various sectors of the economy grows rapidly. There is a very widespread opinion that innovations allow the economy to respond to modern challenges, to maintain stability and efficiency in a changing environment. Nowadays knowledge and intellectual capital act as the intensive factors of production. In this article, the key characteristics of the knowledge economy and innovative development of foreign countries are indicated. Considerable attention is paid to promising innovative approaches to economic development. The main problems of development of innovations in Russia and some recommendations for their elimination are pointed out.

Keywords: knowledge economy, innovative development, incentives, innovative clusters, innovative engineering

Многие исследователи, эксперты приходят к выводу, что эффективное развитие и внедрение инноваций является мощным стимулом экономического развития на региональном, национальном и глобальном уровнях в современных условиях. Так называемая экономика знаний - это тип экономики, основанный на национальной инновационной системе. В этом случае передача знаний осуществляется через различные институты (государство, университеты, предприятия, технологические парки). Фактически, долгосрочное устойчивое развитие во многом возможно благодаря инновационной деятельности экономических агентов⁴¹.

На современном этапе формирование экономики знаний является приоритетным направлением экономической политики в развитых странах. К наиболее характерным чертам экономики знаний как системного явления целесообразно отнести:

- прорыв в области информационных и других передовых технологий;
- появление новых методов и способов управления человеческим капиталом, знаниями;
- присутствие таких понятий, как «экспоненциальный характер роста», «когнитивная рента» и др.⁴²;
- вовлечение потребителя в процесс генерации знаний;
- гуманизация экономического роста (концепция устойчивого развития ноосферы).

Кроме того, одной из важнейших характеристик экономики знаний является применение знаний на практике, что приводит к созданию высококачественных продуктов и услуг, углублению разделения труда в области переработки природных ресурсов, развитию производственной и непроизводственной инфраструктур.

Ряд зарубежных стран достигли высокого уровня развития науки и техники. В соответствии с международным рейтингом стран по Глобальному Инновационному Индексу (ГИИ – 2016), ведущими странами являются США, Великобритания, Сингапур, Швейцария, Германия. Что касается рейтинга научно-технического и инновационного развития в соответствии с «Bloomberg Business» (2016), Южная Корея, Германия, Япония являются самыми сильными

⁴¹ Долгова М.В. Современные тенденции развития наукоёмких и высокотехнологичных отраслей // Фундаментальные исследования. - 2014. - № 11-4, с. 853

⁴² Соломатина Н. А., Славнецкова Л. В. Анализ зарубежного опыта развития инновационных систем на региональном уровне // Известия Саратовского университета. - 2015. -Т. 15, с. 265

инноваторами. Эти страны имеют значительный опыт в развитии высокотехнологичных и инновационных секторов экономики. Следует отметить, что передовые зарубежные страны используют эффективные методы прямого и косвенного стимулирования развития инноваций.

Наиболее существенными мерами прямого поощрения, поддержки являются:

- создание научной и сервисной инфраструктуры в регионах, где сосредоточена научно-исследовательская, инновационная, экспериментальная деятельность;

- реализация государственных заказов в основном в форме контрактов на исследовательскую деятельность;

- бюджетное финансирование, предоставление льготных кредитов предприятиям, которые готовят высококвалифицированный персонал;

- создание фондов внедрения инноваций, с учётом возможности коммерческого риска, эффективное венчурное финансирование.

В зарубежных странах также используются следующие методы содействия: разработка правовых норм для поощрения научно-технической деятельности; предоставление налоговых льгот в области инвестиций в наукоёмкие проекты; предоставление разнообразных преференций инновационным субъектам экономической деятельности.

В результате инновационные технологии влияют на темпы и качество экономического роста в этих странах, способствуют повышению уровня и качества жизни. Кроме того, инновации укрепляют позиции стран в глобальной экономической системе (особенно благодаря большой доле высокотехнологичной продукции в экспорте). Доля США на мировом рынке инновационных продуктов составляет примерно 36%, Японии - 30%, Германии - 17%⁴³.

Приоритетные области включают производство аэрокосмических машин и оборудования, электронных компонентов и телекоммуникационного оборудования, а также фармацевтических продуктов. Инновационные и наукоёмкие технологии характеризуются прогрессивностью и динамичностью, потребностью в интеллектуальном потенциале и информации, высококонкурентными продуктами. Что очень важно, они способствуют созданию большой доли добавленной стоимости.

На современном этапе значительное внимание уделяется кластерному подходу к развитию инновационной экономики. Как правило, ядро инновационного кластера представлено ведущими компаниями (например, «STADA» и «Berlin-Chemie» в фармацевтическом кластере). Инновационные кластеры имеют много преимуществ с точки зрения создания

⁴³ Мезенцева О. Е. Развитие высокотехнологичного производства в мире и России // *Фундаментальные исследования*. -2015. -№ 7-1, с. 178

высокопроизводительных и высокотехнологичных рабочих мест, накопления интеллектуального потенциала, роста индекса физического объема промышленного производства. Более того, такие кластеры стимулируют распространение инновационных технологий и, таким образом, способствуют модернизации смежных отраслей⁴⁴. Кроме того, современный механизм реализации кластерной политики предполагает целеориентированный подход, обеспечивающий более эффективное использование средств для приоритетных областей и направлений.

Одним из важнейших компонентов формирования инновационной экономики является инновационный инжиниринг. Он охватывает весь жизненный цикл продукции от генерации идей до использования готового продукта⁴⁵. Комплексный инжиниринг, как правило, эффективно синхронизирует науку и производство. Инжиниринговые центры создаются и развиваются преимущественно в инновационных кластерах и на базе технических университетов. Они активно привлекают студентов и профессорско-преподавательский состав в научно-технические процессы.

Тем не менее, существуют различные проблемы, которые препятствуют развитию инновационных технологий. Большинство стран пока не достигли высокого уровня инновационного развития национальных экономик. В частности, в Российской Федерации довольно низкая доля инновационных продуктов в экспорте. Российский рынок услуг инжиниринга находится на стадии формирования. Тем не менее, инновационный путь развития России - важный приоритет ее экономической и социальной политики.

Перечень основных препятствий на пути развития инноваций в России включает: отсутствие «длинных» финансовых инструментов (нестабильность и неопределенность экономической ситуации не стимулируют экономических субъектов к осуществлению долгосрочных инвестиций); недостаточный уровень эффективности функционирования и развития инновационной инфраструктуры; несовершенство законодательной базы (в рассматриваемом контексте – с точки зрения регулирования наукоёмких, инновационных процессов и т.п.).

Необходимо развивать и совершенствовать такие меры, как поддержка малого и среднего бизнеса (МСП), применение исследований для прогнозирования рыночного спроса на инновационные продукты, совершенствование законодательства в области инноваций. Наряду с этим чрезвычайно важно

⁴⁴ Соколов Д. С. Перспективы развития инновационных кластеров в России // Наука. Инновации. Образование. - 2012. - № 12, с. 209

⁴⁵ Мантуров Д. В. Развитие инжиниринга – важнейшая составляющая формирования инновационной экономики в России // Вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана. - 2013. - № 2 (91), с. 5

развивать партнерские отношения между государственным и частным секторами и повышать инновационный потенциал регионов.

Наконец, следует анализировать, учитывать угрозы и возможности для развития инновационных технологий, чтобы создать сильную и устойчивую инновационную систему. Государство, наука и бизнес должны объединить свои усилия для дальнейшего продвижения инновационных идей и их успешного осуществления.

Список использованной литературы:

1. Долгова М.В. Современные тенденции развития наукоёмких и высокотехнологичных отраслей // Фундаментальные исследования. - 2014. - № 11-4. – С. 852-857.

2. Мантуров Д. В. Развитие инжиниринга – важнейшая составляющая формирования инновационной экономики в России // Вестник МГТУ им. Н.Э. Баумана. - 2013. - № 2 (91). – С. 3-17.

3. Мезенцева О. Е. Развитие высокотехнологичного производства в мире и России // Фундаментальные исследования. -2015. -№ 7-1. - С. 176-181.

4. Соколов Д. С. Перспективы развития инновационных кластеров в России // Наука. Инновации. Образование. - 2012. - № 12. – С. 203-213.

5. Соломатина Н. А., Славнецкова Л. В. Анализ зарубежного опыта развития инновационных систем на региональном уровне // Известия Саратовского университета. - 2015. -Т. 15. - С. 263-269.

Н.А. Осокин
Студент магистратуры
факультета Менеджмента
Финансового Университета при Правительстве РФ
beaver523@yahoo.com
тел.: 8-985-962-82-00

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ МЕНЕДЖМЕНТА ФУТБОЛЬНЫХ КЛУБОВ

Аннотация:

В статье рассматриваются основные системы проблемы, с которыми столкнулся профессиональный футбол в последние годы. Автором изучается, каким образом институциональные требования в виде финансового фэйр-плэй вынуждают российские клуб по-новому подходить к вопросу организационной эффективности и результативности. В статье устанавливается положительное влияние финансовых возможностей клубов на их спортивные успехи, что соответствует выводам зарубежных трудов. На основе проведенного анализа автором предлагается система метрик на основе финансовой и потребительской перспектив сбалансированной системы показателей, которая может быть использована для стимулирования повышения организационной эффективности и результативности российских футбольных клубов.

Ключевые слова:

спортивный менеджмент, ССП, футбольные клубы, финансы в спорте, финансовый фэйр-плэй, оценка эффективности и результативности

BALANCED SCORECARD AS A TOOL FOR INCREASING THE ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF FOOTBALL CLUBS

Abstract:

The article reviews the main systemic issues within Russia club football over the past years. The author studies the manner in which institutional changes such as the UEFA financial fair-play regulations stimulate football clubs to pay more attention to their organizational performance. This paper determined a positive relationship between financial resources of clubs and the sporting results, which is in line with the conclusions of foreign researchers. Based on the conducted analysis a metric system is introduced, which is inspired by the financial and consumer perspectives of the Balanced Scorecard. The system may be applied to stimulate Russian football clubs to raise their organizational performance levels.

Keywords:

sports management, BSc, football clubs, sports finance, financial fair-play, performance measurement

Роль сферы спорта в социально-экономическом развитии стран с каждым годом заметно увеличивается, не стала исключением и Россия (Солнцев, 2012). Растут объемы финансирования спорта, причем особенно заметно это прослеживается в профессиональном футболе (Солнцев, Осокин, 2016). Очевидно, что профессиональный футбол давно вышел за рамки сугубо спортивного явления, в своей нынешней форме он также обладает колоссальным коммерческим потенциалом. При этом непрофессиональная составляющая игры, в которую входит массовый и детско-юношеский футбол, выполняет еще и важную социальную миссию в обществе.

Однако на сегодняшний день факты указывают на то, что развитие футбола в России столкнулось с рядом проблем в области учебно-методического обеспечения, массовости занятий, финансовой самостоятельности и т.д. (Воробьев, Солнцев, Осокин, 2016). Экстраполируются подобные тенденции на все секторы отечественного футбола, в т.ч. и на профессиональные клубы.

С точки зрения соответствия современным требованиям футбольного бизнеса отечественные клубы заметно отстают от европейских коллег (Солнцев, Осокин, 2016). Среди возможных причин подобного явления называют:

- невозможность отойти от пережитков советской эпохи спортивной подготовки, за счет чего большинство профессиональных клубов остаются на обеспечение государственных структур или госкомпаний (Поротькин, 2017);
- слабая коммерческая привлекательность российского футбола (Воробьев, Солнцев, Осокин, 2016);
- отсутствие налоговых и иных косвенных стимулов поддержки профессионального спорта (Солнцев, Чучина, 2014).

Отраслевой контекст проблемы

Согласно аналитике компании Deloitte (2017), совокупная выручка 20 самых доходных футбольных клубов Европы в сезоне 2015/2016 превысила 7 млрд. евро. Подобный результат более чем в 6 раз превышает аналогичный показатель сезона 1996/1997 (Рис. 1.). Именно рост объемов генерируемых денежных потоков послужил катализатором смещения приоритетов футбольных клубов от достижения результатов сугубо в спортивной плоскости к ориентированности на баланс между спортивными успехами и управленческой эффективностью (Terrien et al., 2017).

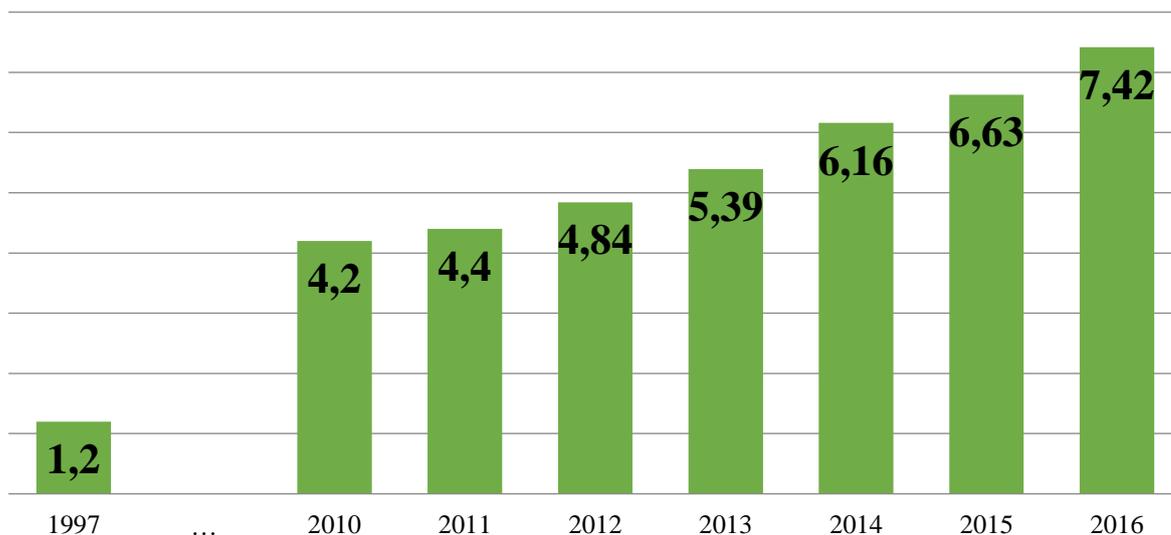


Рисунок 1. Динамика изменения совокупной выручки 20 футбольных клубов Европы с максимальными доходами (1997-2016), млрд €

Подтверждением тому стали повышенные требования к т.н. процедуре лицензирования клубов для участия в европейских футбольных турнирах, где помимо всего прочего команды должны соответствовать правилам финансового «фэйр-плэй» (ФФП). Основным критерием данного нормативного требования является соответствие критерию самокупаемости. Согласно данной норме расходы футбольных клубов не могут превышать доходы более чем на €5 млн за 3 финансовых года. При этом, начиная с сезона 2015/2016, клуб имеет право доводить разницу между релевантными доходами и расходами до €30 млн, только если владелец команды напрямую инвестирует до €25 млн за указанный период. Большую сумму инвесторам запрещено инвестировать. За несоответствие требованиям, предъявляемым Союзом Европейских Футбольных Ассоциаций (УЕФА), клубы подвергаются дисциплинарным наказаниям. Перечень мер разнится от ограничения числа спортсменов в заявке команды на сезон и штрафов до полной дисквалификации от участия в европейских клубных турнирах.

Финансы в российском футболе

Одними из клубов, наиболее часто попадающих под санкции ФФП, являются представители российского футбола. Отечественные клубы лидируют по числу дисциплинарных случаев в связи с несоответствием требованию самокупаемости (рис. 2). Причем московское «Динамо» испытало наиболее жесткую меру наказания – лишения команды права участия в европейских турнирах. Подобная мера была спровоцирована переоценкой спонсорского соглашения с мажоритарным акционером клуба, ПАО «ВТБ», в результате которой за отчетный период был показан убыток в €302 млн.

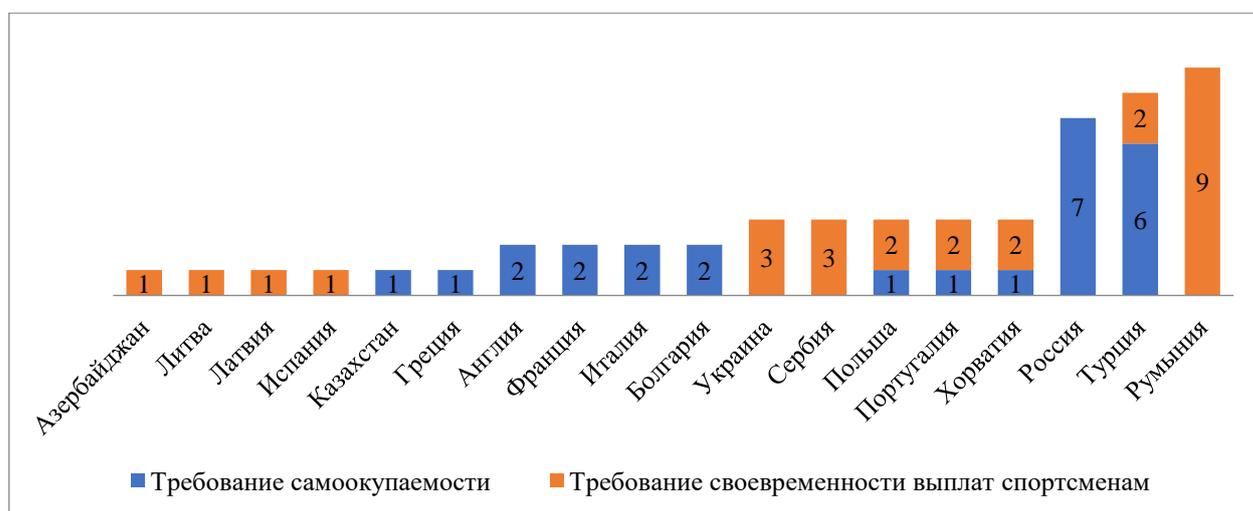


Рисунок 2. Число нарушений правил ФФП УЕФА футбольными клубами (2011-2016). Подготовлено автором на основе данные UEFA (2016)

Сравнение бюджетов клубов Российской Футбольной Премьер-Лиги (РФПЛ) и их спортивных результатов в домашнем чемпионате показывает, что существует положительная логарифмическая зависимость между переменными (рис. 3). Подобный результат подтверждает аналогичные выводы, сделанные зарубежными авторами (Szymański, Kuypers, 1999; Hall, Szymanski, Zimbalist, 2002). Однако давняя практика бесконечного покрытия убытков футбольных клубов их акционерами, которую зачастую исповедовали российские команды (Солнцев, Осокин, 2017), ныне стала нежизнеспособной из-за введения вышеупомянутого ФФП. В связи с этим отечественным клубам необходимо развивать собственную организационную эффективность и результативность, чтобы суметь самостоятельно обеспечивать свою деятельность без помощи акционеров. В данной работе предлагается в качестве одного из возможных инструментов для достижения данной цели использовать сбалансированная систему показателей (ССП), разработанную Нортон и Каплан (Kaplan, Norton, 2005). ССП позволяет руководителям фирм ответить на 4 принципиальных вопроса:

- Каково мнение потребителей о нас? (Потребительская перспектива);
- Какие области могут быть совершенствованы? (Перспектива внутренних бизнес-процессов);
- Можем ли мы продолжать совершенствоваться и создавать стоимость? (Перспектива инноваций и обучения);
- Удовлетворены ли нами акционеры? (Финансовая перспектива).

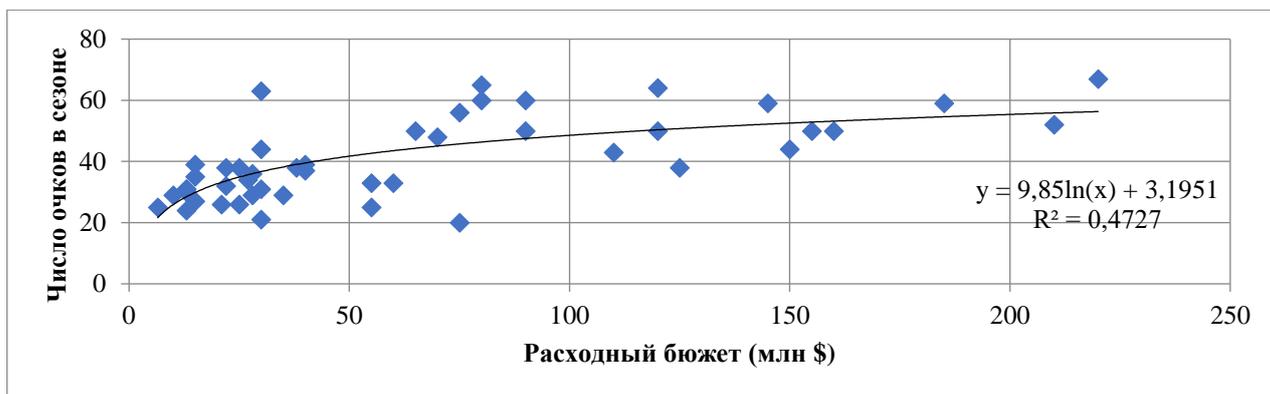


Рисунок 3. Диаграмма рассеивания данных по спортивным результатам и расходным бюджетам клубов РФПЛ (2014-2016). Подготовлено на основе данных Sports.ru (2016)

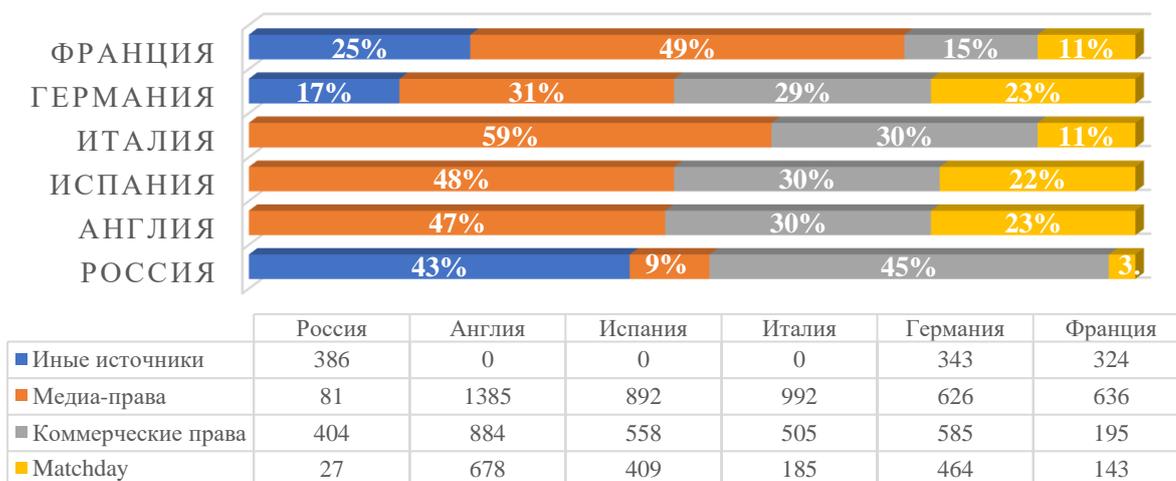


Рисунок 4. Структура доходов 5 ведущих футбольных лиг Европы и России
 Согласно ежегодному статистическому отчету УЕФА, российские футбольные клубы в большей степени зависят от 2-х источников финансирования: «коммерческие права» и «иные источники» (рис. 4). Львиную долю выручки от реализации коммерческих прав футбольные клубы получают от соглашений о спонсорстве (Солнцев и Осокин, 2016). При этом, российская футбольная практика показывает, что акционеры команд чаще всего становятся их генеральными спонсорами – подобное утверждение как раз актуально для ранее упомянутого примера московского «Динамо». Под иными источниками в случае отечественных клубов понимаются прямые инвестиции

акционеров для покрытия убытков, которые согласно, требованиям ФФП не учитываются при подсчете критерия безубыточности.

Остальные статьи доходов российских футбольных клубов (меди-права и matchday) заметно отстают от показателей ведущих европейских лиг. Медиа-права реализуются коллективным контрактом от имени лиг, следовательно, клуб напрямую не могут повлиять на увеличение доходов от данного источника. Matchday («день матча») выручка высчитывается исходя из доходов от реализации

билетных и абонементных программ, а также всех сопутствующих услуг во время игры (продажа атрибутики, общественное питание и т.д.).

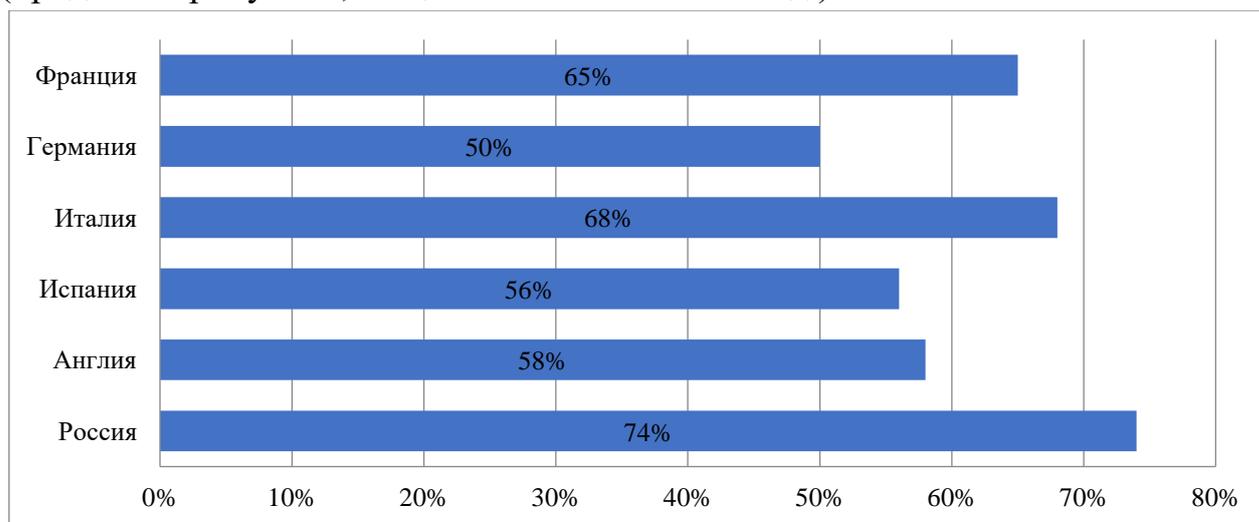


Рисунок 4. Соотношение зарплат футболистов к доходам европейских клубов (UEFA, 2017)

Среди расходных статей, заметно выделяются необоснованные траты на зарплаты футболистов. Согласно данным УЕФА, соотношение расходов на содержание контрактов спортсменов к доходам российских клубов (к которым также отнесены прямые инвестиции акционеров) равно 74%, что на порядок больше, нежели в 5 ведущих европейских лигах.

ССП для отечественных футбольных клубов

В данной работе будут подробно расписаны лишь финансовая и потребительская перспектива ССП для отечественных футбольных клубов. Объясняется подобный шаг тем, что именно в данных двух измерениях, как правило, закладываются показатели результативности. Также необходимо учитывать слабую управленческую прозрачность отечественных клубов, за счет чего не имеется возможности на данном этапе выявить системные изъяны в области построения бизнес-процессов и усилий клубов для роста и развития. В таком случае клубы будут иметь возможность адаптировать предложенные в работе финансовые и потребительские метрики под собственную специфику организационной структуры и иерархию бизнес-процессов. В таблице 1 представлены предложения по показателям эффективности и результативности футбольных клубов и их запаздывающим и опережающим индикаторам в рамках двух перспектив ССП. Выбор показателей основан на обзоре литературы зарубежных (Andreff, 2015; Terrien M. et al., 2017; Leach, Szymanski, 2015; Kennedy, Kennedy, 2012) и отечественных авторов (Parshakov, Vaidina, 2017; Зайцева, 2015; Солнцев, Осокин, 2016). Более детально разработать основные выводы работ не считается возможности в связи с ограничениями по объему.

Таблица 1. Предложения по финансовой и потребительской перспективе ССП для российских футбольных клубов

Показатель	Запаздывающий индикатор	Опережающий индикатор
Финансовая перспектива		
Выручка от реализации коммерческих прав с юр. лицами, не аффилированными с акционерами	Ежемесячный относительный прирост выручки	Абсолютное значение выручки к концу года; Соотношение зарплат и премиальных выплат спортсменам к выручке.
Выручка от игровых дней	Выручка игрового дня в среднем на одного посетителя матчей Число болельщиков за матч, хоть раз купивших напиток или закуску во время игры	Абсолютное значение выручки к концу года
Выручка от продажи разовых билетов на матчи		Абсолютное значение выручки к концу года
Выручка от реализации фирменной атрибутики вне матчей	Средний чек на одного покупателя Прирост числа покупок в месяц	Абсолютное значение выручки к концу года
Потребительская перспектива		
Посещаемость матчей	Относительное изменение числа болельщиков от матча к матчу Число повторных разовых посещений матчей; Число проданных билетов через сеть Интернет	Средняя посещаемость матчей за сезон
Число реализованных спонсорских пакетов	Ежемесячная оценка справедливой стоимости спонсорских соглашений	Процент реализованных спонсорских пакетов от числа возможных к концу года
Число проведенных спонсорских активаций	Уровень удовлетворенности зрителями проводимыми активациями	Спонсорских активаций в среднем за сезон
Число болельщиков в социальных сетях	Прирост метрик интерактивности за неделю	Общее число подписчиков во всех социальных сетях за год

Заключение

В данной работе автором предпринята попытка выявить ряд системных изъянов в финансовой политике отечественных футбольных клубов и сформировать набор метрик на базе ССП, которые бы способствовали повышению их организационной эффективности и результативности. Установлено, что спортивные результаты российских клубов зависят от их финансовых возможностей, что соответствует общеевропейским тенденциям. Однако

пережиточный способ существования футбольных клубов, где акционеры при любых обстоятельствах покрывают убытки команд, лишь снижает финансовую дисциплину в отечественном футболе. Следовательно, снижается их конкурентоспособность на международной арене, где предъявляются более жесткие требования к финансовой деятельности клубов.

Акцент в предложенных метриках сделан на стимулирование роста основных источников выручки характерных для европейских футбольных клубов. Данная работа может послужить платформой для дальнейшей детализации ССП для отечественных клубов посредством проведения качественных интервью с их сотрудниками, а также быть взятой за основу для реформирования нынешней системы оценки эффективности и результативности футбольных клубов РФПЛ, которая не менялась более 10 лет.

Список литературы

1. Солнцев И. В. Роль индустрии спорта в развитии современной экономики //Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – №. 6 (24).
2. Солнцев И., Осокин Н. Спонсорство в футболе: оценка справедливой стоимости спонсорских соглашений //Экономическая политика. – 2016. – Т. 11. – №. 3.
3. Kaplan R. S., Norton D. P. The balanced scorecard: measures that drive performance //Harvard business review. – 2005. – Т. 83. – №. 7. – С. 172.
4. Воробьев А. И., Солнцев И. В., Осокин Н. А. Анализ международного опыта развития футбола и его применение в России с учетом подготовки к Чемпионату мира по футболу ФИФА 2018. – 2016.
5. Поротькин Е. С. Эффективность финансирования профессиональных футбольных клубов за счет средств регионального бюджета //Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2017. – №. 3. – С. 89-95.
6. Солнцев И. В., Чучина Е. А. Меры налогового стимулирования развития спорта в России //Налоги-журнал. – 2014. – №. 4. – С. 20-24.
7. UEFA (2016). Financial fair play: all you need to know // Официальный сайт УЕФА URL: <http://www.uefa.com/community/news/newsid=2064391.html> (дата обращения: 12.06.2017).
8. Szymański S., Kuypers T. Winners and losers. – Viking Adult, 1999.
9. Deloitte (2017). Football Money League: Planet Football // www2.deloitte.com URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/deloitte-football-money-league.html> (дата обращения: 23.08.2017).

- 10.Sports.ru (2016). Рейтинг бюджетов российских клубов: денег стало еще меньше // URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/odukhevremeni/959082.html> (дата обращения: 09/09/2017).
- 11.European club football's financial turnaround // UEFA (2017) URL: <http://www.uefa.com/insideuefa/protecting-the-game/club-licensing-and-financial-fair-play/news/newsid=2435355.html> (дата обращения: 09/09/2017).
- 12.Leach S., Szymanski S. Making money out of football //Scottish Journal of Political Economy. – 2015. – Т. 62. – №. 1. – С. 25-50.
- 13.Kennedy P., Kennedy D. Football supporters and the commercialisation of football: Comparative responses across Europe //Soccer & Society. – 2012. – Т. 13. – №. 3. – С. 327-340.
- 14.Andreff W. Governance of Professional Team Sports Clubs: Agency Problems and Soft Budget Constraints //Disequilibrium Sports Economics, Elgar: London. – 2015. – С. 175-228.
- 15.Зайцева И. А. Спорт глазами экономиста: обзор современного состояния предмета //Вопросы экономики. – 2015. – №. 11. – С. 100-119.
- 16.Parshakov P., Baidina K. Brands or Uncertainty? An Empirical Test of the Uncertainty of Outcome Hypothesis in Russian Football. – 2017.
- 17.Hall S., Szymanski S., Zimbalist A. S. Testing causality between team performance and payroll: the cases of Major League Baseball and English soccer //Journal of Sports Economics. – 2002. – Т. 3. – №. 2. – С. 149-168.

А.И. Канашина
Студент 4 курса
Специальность «Экономическая безопасность»
Вятский государственный университет
Киров, Российская Федерация
e-mail: nastia.kan@yandex.ru
89531395271

РАЗВИТИЕ РОБОЭДВАЙЗИНГА В РОССИИ

Аннотация.

Развитие рынка финансовых технологий происходит недавно, но активно открываются возможности для банков и финансовых компаний. Робоэдвайзинг – одно из последних веяний финтех-индустрии, остро обсуждаемых специалистами. Данная технология позволяет инвестировать денежные средства в ценные бумаги с помощью сервисов, которые составят для клиентов наиболее подходящий инвестиционный портфель и в дальнейшем будут управлять им. По сути, данная технология способна увеличить аудиторию непрофессиональных участников рынка ценных бумаг, ведь за них все будут делать роботы- финансовые консультанты. На зарубежном рынке робосоветники обретают популярность, но какое развитие их ожидает на российском рынке? В данном исследовании выделены плюсы и минусы этого проекта; рассмотрены юридические вопросы в работе такого рода платформ и выявлены возможные перспективы развития робоэдвайзинга в России.

Ключевые слова:

робоэдвайзинг, финансовый консультант, ценные бумаги, инвестирование, инвестиционный портфель, риск-профилирование, финансовые технологии.

Kanashina A. I.
4th year student
Speciality "Economic security"
Vyatka state University
Kirov, Russian Federation

THE DEVELOPMENT OF ROBO-ADVISOR IN RUSSIA

Abstract.

The development of the market of financial technologies takes place recently, but actively open up opportunities for banks and financial companies. Reloading is one of the latest trends in FINTECH industry, is keenly debated by specialists. This technology

allows to invest funds in securities with the help of services that offer customers the most suitable investment portfolio will continue to operate it. In fact, this technology can increase the audience of non-professional participants of the securities market, because for them it is all robots will be doing - financial advisors. In the foreign market roboadvisors gain in popularity, but what kind of development they can expect in the Russian market? The present study as well as highlighting the pros and cons of this project; examined legal issues in the work of such platforms and identified possible future development of rebouding in Russia.

Keywords:

robo-advisor, financial advisor, securities, investment, investment portfolio, risk profiling, financial technologies.

В 2008 году состоялся мировой финансовый кризис, который способствовал появлению новых продуктов, особенно в сфере финансов, готовых изменить управление активами. Одним из таких направлений стал робо-эдвайзинг, появившийся в США. Затем данный продукт распространился в Европу, Австралию и Канаду.⁴⁶

Робоэдвайзер или финансовый советник – это своего рода финансовый консультант-робот, который представляет собой автоматизированную платформу по финансовым консультациям и созданию инвестиционного портфеля с дальнейшим его управлением практически без вмешательства человека. Действительно, человеческое присутствие в работе робоэдвайзеров минимально (разве что внедрение этих систем-роботов в жизнь, разработка самих математических алгоритмов). Но на формировании портфеля и дальнейшей работе с инвестициями заказчика человеческий фактор уже не влияет, все делается автоматически, за счет заложенных ранее алгоритмов.

Робоэдвайзинг активно обсуждается представителями государственных органов, экспертами и аналитиками. Некоторые расходятся во мнении о полезности и необходимости данной услуги, другие считают робоэдвайзинг – одной из лучших новинок финансовой отрасли, которая позволит продвинуть финансовую индустрию на новый уровень. Анализируя известные данные об этом процессе, мнения экспертов и государственных органов, можно выделить положительные и негативные стороны робоэдвайзинга, которые представлены в Таблице.

Таблица 1 – Характеристика процесса робоэдвайзинга с выявлением положительных и отрицательных сторон.

Плюсы	Минусы
Низкие комиссии	Возможность выдачи роботами одинаковых стратегий инвестирования

⁴⁶ Markowitz Harry M. Portfolio Selection // Journal of Finance. 1952. 7. № 1 pp. 71-91

Возможность круглосуточного доступа к своему счету и инвестиционному портфелю	Отсутствие общения с реальным человеком
Доступ «онлайн» через мобильные приложения и сервисы, автоматизация	Возможность мошенничества
Открытие фондового рынка для непрофессиональных участников и для инвесторов с небольшими суммами, следовательно рост аудитории	Отсутствие правового регулирования и ответственности
Доступность для более широкого круга лиц	Возможные риски и убытки
Бесплатные финансовые консультации и риск-профилирование, но онлайн	
Отсутствие ошибок	

Как видно из таблицы, у данной технологии имеется достаточно и плюсов и минусов. Безусловно, робоэдвайзинг удовлетворяет многие потребности людей, такие как автоматизация, легкость и доступность, доходность, простота, отсутствие каких-либо серьезных знаний в сфере фондовой торговли. Но наличие большого числа минусов говорит о спорности безопасности, точности и минимальной рискованности данного процесса, поэтому попробуем разобраться с минусами и найти возможные причины устранения их, что позволит лучше скоординировать деятельность робоэдвайзеров на российском рынке.

Многие эксперты обеспокоены тем, что роботы начнут выдавать одинаковую стратегию инвестирования всем клиентам. Но в то же время, другая часть экспертов уверяет, что аудитория инвесторов слишком мала, чтобы оказывать сильное воздействие на весь фондовый рынок, и робоэдвайзеры формируют решения на основании потребностей клиентов и их портретов, то есть предложение для каждого клиента будет индивидуально.

Отсутствие человеческого контакта в работе робоэдвайзеров с одной стороны плюс, в том что снижается количество ошибок в формировании решений, отсутствует эмоциональный фактор. Но в то же время, невозможность поговорить с человеком, может сильно психологически давить на людей. Кроме того, могут возникнуть ситуации, когда необходима клиенту консультация по какому-либо вопросу. В данном случае я вижу решение в создании круглосуточных горячих линий, поскольку робот не всегда может понять запрос клиента и точно оценить различные нюансы. В любом случае, полностью роботизированная система не выживет в человеческом мире, но объединение человеческого фактора и роботизированного может положительно сказаться на развитии данного процесса.

Последние три минуса можно объединить в один. Безусловно, мобильные приложения и сервисы – большая возможность для мошенников, тем более что речь

идет о вложении денежных средств. Стоит помнить, что робо-консультанты призваны вовлечь на рынок людей, не владеющих финансовой грамотностью. Мошенничество может проявляться как в открытии поддельных платформ, так и в преднамеренном оттоке денежных средств у клиента в результате неверно предложенного варианта инвестирования, что повлечет убытки. Поэтому вопрос мошенничества становится особо актуальным и неразрывно связанным с регуляцией данной деятельности законодательством. Чтобы избежать вложения средств в несуществующие робоэдвайзеры, население нужно обучать азам финансового поведения. Такие Программы по повышению финансовой грамотности населения уже активно реализуются на территории России, поэтому их развитие необходимо сопровождать в дальнейшем. Для сравнения в США Комиссия по ценным бумагам и биржам опубликовала Бюллетень, где содержатся пояснения о работе робоэдвайзеров, их особенности и рекомендации для инвесторов. В рамках реализации Программы финансовой грамотности населения и ввиду развития робоэдвайзинга в нашей стране, необходимо также создать подобный Бюллетень и сайт действующих робоэдвайзеров.

В РФ пока нет никаких принятых регламентирующих документов и законов, касающихся деятельности робоэдвайзинга. Однако законопроект, касающийся инвестиционных консультантов, готовится вступить в силу в 2018 году. Но стоит сказать, что робоэдвайзеры - не традиционные консультанты, а автоматизированные, поэтому их регулированию должен быть посвящен отдельный документ. В США данный вид деятельности регулируется Письмом от 2017 года. Комиссия призывает данные компании действовать в интересах клиента, в соответствии с этим составлять понятные вопросы.

В России необходимо сделать данный вид деятельности лицензионным, это поможет бороться с мошенниками и нелегальными компаниями. К тому же, лицензирование обяжет робоэдвайзеров соответствовать определенным стандартам, которые нужно принять государству. В Стандарте предполагается указать обязанности робоэдвайзеров в предоставлении качественных услуг и индивидуального подхода, конфиденциальности данных, пояснить, что представляет собой качественная услуга. Также определить обязанности клиентов при подаче ими необходимой информации. Кроме того, проработать ответственность в случае нарушения конфиденциальности, выявления признаков мошенничества, недостоверности данных для каждой из сторон. Необходимым является установление перечня документов, которые робоэдвайзеры должны будут автоматически согласовывать с инвестором: заключение согласие на обработку персональных данных и даче достоверной информации; договор о принятии решения клиентом.

Как видно, все минусы можно решить разными путями: законодательным, распределением ответственности и взаимодействия с человеком. Поэтому робоэдвайзинг при соблюдении всех условий будет развиваться на российском рынке.

Список использованной литературы:

1. 6 ежегодный обзор венчурной индустрии России за 2016 год «MoneyTree: навигатор венчурного рынка», проведенный PWC и РВК.
2. Businessinsider, The 27 fintech unicorns from around the world, ranked by value, 1 августа 2016 г.
3. Гитман Л. Дж., Джонк М. Д. Основы инвестирования. Пер. с англ. — М.: Дело, 1997. - 1008с.
4. Markowitz Harry M. Portfolio Selection // Journal of Finance. 1952. 7. № 1 pp. 71-91
5. Your Money in 20 Years: The Future of Robo-Advisors, 30.11.2016. Электронный ресурс: fundersclub.com/blog/2016/11/30/your-money-in-20-years/
6. Bloomberg " The Rich Are Already Using Robo-Advisers, and That Scares Banks", Февраль 2016 г.
7. Goldman Sachs Global Investment Research "The Future of Finance", Март 2015г.

УДК 331.2

В.Ю. Майстровская
студентка Факультета Менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
г. Москва, Российская Федерация

E-mail: maestro1396@mail.ru

Контактный телефон: +7 (917) 525-75-18

Научный руководитель:

к.э.н., ст. преподаватель кафедры «Управление персоналом и психология»

Пуляева В.Н

АНАЛИЗ КОМПЕНСАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ КАДРОВОГО АГЕНТСТВА

Аннотация:

В работе рассматриваются теоретические аспекты формирования компенсационной политики, практические примеры составляющих социального пакета организации, а также рекомендации для совершенствования комплекса мероприятий по вознаграждению сотрудников ООО «Анкор».

Ключевые слова:

вознаграждение, компенсационная политика, социальный пакет, социальные выплаты, мотивация персонала, материальное стимулирование.

Maistrovskaya Victoria Y.

student of the 4th course, group UPP 4-1, personnel Management, faculty of
Management, Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation

Scientific supervisor: candidate of Economics, senior lecturer of the Department
"Personnel management and psychology" Pulyaeva V. N.

ANALYSIS OF COMPENSATION POLICY EMPLOYMENT AGENCIES

Annotation: The paper examines theoretical aspects of the formation of the compensation policy, practical examples of components of the social package of the organization, as well as recommendations for improvement of complex of measures on remuneration of employees of ООО "ANKOR".

Keywords:

remuneration, compensation policy, social benefits, social benefits, staff motivation, financial incentives.

В современном пространстве бизнеса все большую актуальность приобретает решение вопросов, касающихся разработки компенсационной политики и удовлетворенности работников организации процессом труда в общем и компенсационными выплатами в частности. Работники являются основным ресурсом каждой организации, и его деятельность напрямую зависит от уровня объективности оценки их труда.

Анализируя российские источники, посвященные системам компенсаций, можно сделать вывод о том, что особенно остро проблема разработки компенсационной политики стоит для коммерческих организаций, так как им присущи различные трансформации в условиях быстро сменяющейся конкурентной экономики [3].

Исходя из сущности деятельностного подхода компенсационная политика – это системная целевая деятельность субъекта управления по прогнозированию, формированию, анализу, реализации и изменению социального пакета организации и ее совокупности внешних вознаграждений, учитывая внутренние и внешние условия, где функционирует организация. Одной из существенных особенностей компенсационной политики компании является понимание субъектами управления стратегических решений по разработке систем внешнего премирования и анализе тактических приемов при их осуществлении.

Многие эксперты выделяют три основных этапа разработки компенсационной политики организации [1-2, 5]. На первом этапе производится анализ соответствия компенсационной политики стратегическим задачам и целям бизнеса, а также выявляются недостатки в настоящей компенсационной политике. На втором этапе происходит определение стратегических целей, задач, принципов и функций компенсационной политики. На третьем этапе реализуются стратегические решения по направлениям компенсационной политики. Основной целью этапа является формирование конкурентоспособной системы вознаграждений и механизма управления ею для обеспечения реализации целей и задач бизнеса.

При этом, немаловажным аспектом компенсационной политики является ее социальная составляющая, дающая сотрудникам ощущение стабильности и защищенности, повышающая их лояльность организации [4].

В ходе выявления особенностей сектора социальных выплат на рынке труда, нами была проанализирована компенсационная политика компании ООО «Анкор». Это кадровый холдинг, основанный в 1990 году, который является одним из лидеров кадрового рынка в странах СНГ. С 2012 года ООО «Анкор» работает на глобальном рынке в партнерстве с международным холдингом «Randstad».

Компании, ведущие бизнес в составе «Анкора», оказывают услуги корпоративным клиентам из различных рыночных сегментов, сочетая

продуктовую, отраслевую и локальную экспертизу. Холдинг оказывает услуги по 4 продуктовым направлениям: рекрутмент, стаффинг, аутсорсинг, консалтинг. Под брендом «Анкор» работают 12 компаний — стратегических бизнес-единиц, выделенных для повышения управляемости бизнесом холдинга. [6].

Для того, чтобы определить основные составляющие компенсационного пакета для сотрудников кадрового холдинга, нами был проведен анализ документа «Компенсационная политика ООО «Анкор»». Это документ, который используется при формировании внутренних методик, положений и других документов, регулирующих создание и распределение фондов оплаты труда структурных подразделений компании, а также для принятия оперативных управленческих решений по вопросам вознаграждения сотрудников.

Изучив документ, были определены основные направления общей социальной программы компании, а именно: добровольное медицинское страхование; корпоративная мобильная связь; компенсации к отпуску; социальная проблема; единовременные выплаты; кредитование от корпоративных банков; специальное предложение на покупку книг.

Также был проведен SWOT-анализ компенсационной политики ООО «Анкор» (табл. 1), результаты которого выявили потребность в расширении представляемых социальных льгот и увеличения гибкости компенсационной политики в целях привлечения и удержания высококвалифицированных сотрудников и поддержания высокой степени лояльности и вовлеченности персонала.

Таблица 1 – SWOT-анализ компенсационной политики ООО «Анкор» (источник: составлено автором)

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Совпадение интересов работников и работодателя. 2. Наличие стабильной социальной обстановки в коллективе. 3. Обеспечение прозрачности финансовых затрат в социальной сфере.	1. Необходимость развития кадрового потенциала. 2. Недостаточная гибкость политики компенсаций.
Возможности	Угрозы
1. Увеличение прибыли компании. 2. Укрепление лояльности работников. 3. Появление гибкого индивидуального социального пакета. 4. Привлечение высококвалифицированных кадров. 5. Повышение производительности труда.	1. Риск повышения социальной напряжённости в коллективе. 2. Нестабильная социальная обстановка. 3. Риск снижения производительности труда.

Кроме этого, для определения степени удовлетворенности/неудовлетворенности персонала системой вознаграждений,

которые существуют в ООО «Анкор», было проведено социологическое исследование среди сотрудников организации. В качестве целей данного исследования выступили:

- изучение отношения сотрудников к принятой в компании системе материального и нематериального стимулирования;
- понимание, насколько данная система мотивации понятна всем сотрудникам компании;
- выявление достоинств и недостатков существующей системы компенсаций.

Методом для анализа было выбрано анкетирование, так как его результаты наиболее полно показывают общую картину удовлетворенности работников и позволяют с легкостью выявить сильные и слабые стороны политики вознаграждений. Опрос был проведен среди 30 сотрудников ООО «Анкор» в двух подразделениях «Анкор Professional» и «Анкор FinTech».

Основные данные по опрошенным сотрудникам:

- 27 женщин и 3 мужчин;
- занимают позиции разных уровней влияния в рамках своих структурных единиц, а именно: ассистент рекрутера (6 чел.), младший консультант (7 чел.), старший консультант (12 чел.), менеджер по проектам (4 чел.), руководитель проектного отбора (1 чел.);
- средний возраст работников – 28 лет;
- средний показатель стажа работников составляет 7,5 лет.

Анкета, разработанная для кадрового холдинга «Анкор», состоит из нескольких блоков и предназначена для оценки и анализа следующих направлений:

1. состояние основных составляющих социального пакета организации;
2. отношение сотрудников к отдельным из них;
3. предложения сотрудников по включению некоторых аспектов в социальный пакет;
4. общее состояние компенсационной политики организации.

Если анализировать результаты, которые были получены в процессе проведения анкетирования, то можно утверждать, что в социальный пакет кадрового холдинга «Анкор» входят следующие компенсационные выплаты: оплата проезда; организация питания; оплата мобильного телефона; корпоративные мероприятия; организация обучения; добровольное медицинское страхование (ДМС); выплаты в случае рождения ребенка или утраты члена семьи; выплаты по отпускам.

По мнению персонала ООО «Анкор», некоторые из этих выплат производятся в недостаточной мере в рамках данной компании. А именно:

- около 40% опрошенных, что составляет 12 человек, оценивают компенсации проезда как неудовлетворительные или недостаточные;

- 50 % сотрудников утверждают, что оплата счетов за мобильную связь производится, но недостаточно;

- 50 % сотрудников не довольны организацией питания в компании и хотели бы улучшить его состояние.

Однако, не все аспекты социального пакета организации оценены персоналом негативно.

Так, около 80% всех опрошенных считают, что такие компенсационные выплаты, как оплата обучения; выплаты в случае рождения ребенка или утраты члена семьи, выплаты по отпускам, а также добровольное медицинское страхование, представлены в «Ангоре» в достаточной мере и не требуют увеличения своего объема.

В следующем блоке данной анкеты анализировалось отношение работников кадрового холдинга к получаемой заработной плате и различного рода премиям (рис. 1).

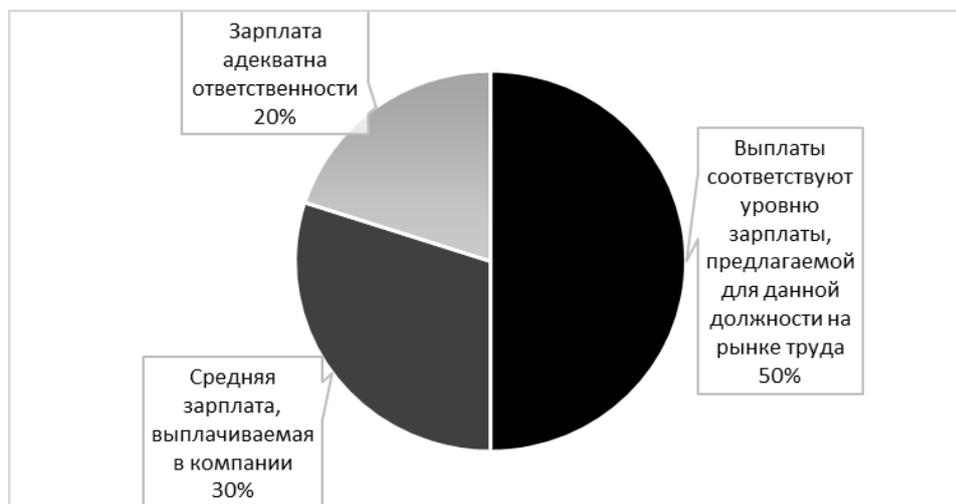


Рисунок 1 – Мнение респондентов о получаемой заработной плате в ООО «Анкор» (источник: составлено автором)

На данный вопрос 50% сотрудников ответили, что указанные выплаты соответствуют уровню зарплаты, предлагаемой для данной должности на рынке труда; 30 % - это средняя зарплата, выплачиваемая в компании, и 20 % - адекватна ответственности. По этим показателям можно судить о том, что весь персонал ООО «Анкор» удовлетворен уровнем своей заработной платы и объему премий, выплачиваемым работодателем.

Далее работникам компании было предложено включить в социальный пакет, предоставляемый организацией, те мероприятия, которые бы повысили их мотивацию. При ответе 80% опрошенных отмечают, что хотели бы, чтобы в социальный пакет включались оплата абонеента в спортивный зал и полная оплата счетов за мобильную связь. Кроме того, 20% оставшихся работников указали, что они не стали бы ничего включать в социальный пакет организации.

И в заключении всем сотрудникам, принимавшим участие в опросе, был задан вопрос: «Как в целом Вы могли бы охарактеризовать состояние компенсационной политики в вашей организации?» и давалась 5-ти бальная градация оценки («1» - неудовлетворительное, «5» - замечательно). При этом, 70% работников холдинга ответили, что оценили бы на 4 балла и 30% - на 3 балла. Этот результат можно считать положительным, так как низкой оценки не поставил ни один участник анкетирования.

В целом, полученные результаты доказывают, что в среднем большинство работников кадрового холдинга «Анкор» позитивно оценивают организацию системы компенсационных выплат в данной компании, но в тоже время она не лишена недостатков. В этой связи предлагается несколько вариантов мероприятий, которые смогли бы повысить степень удовлетворенности персонала системой компенсаций и его мотивацию к труду:

1) внедрение новых составляющих компенсационного пакета, таких как оплата дополнительных выходных, оплата абонемента в бассейн или спортивный зал и другие;

2) разработка системы «Кафетерий», когда каждый сотрудник сам свободно выбирает те компенсации, в которых он нуждается в данный период;

3) использование двух социальных пакетов для сотрудников компании, которые бы включали в себя совершенно различные компенсационные выплаты, затрагивающие разные аспекты их жизни.

Таким образом, для повышения эффективности мотивации целесообразно различать категории персонала по типам мотивации и адресно применять имеющиеся в арсенале работодателя методы стимулирования.

Список использованной литературы:

1. М. Армстронг Оплата труда: Практическое руководство по построению оптимальной системы оплаты труда и вознаграждения персонала, 2013г.

2. Бабина С.И., Бабин С.А. Структура компенсационного пакета топ-менеджеров: анализ российской практики // Вестник КемГУ – №2 (2) / 2016г.

3. В.Н. Пуляева. Развитие системы оплаты труда работников сферы услуг // Актуальные проблемы социальной и экономической психологии: методология, теория, практика: Сборник научных статей. Москва. 2016. 184 с. С. 75-86.

4. Пуляева В.Н., Иванова И.А. Социальная политика организации в основе формирования ее HR-бренда // Взгляд молодых ученых на проблемы устойчивого развития: сборник научных статей по результатам II Международного конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития / кол. авторов; под ред. Е.Н. Харитоновой. В 4 т. – Москва: РУСАЙНС, 2017. Т. 2. С. 96-94.

5. <http://hr-portal.ru> [Электронный ресурс] (дата обращения 04.09.2017)

6. <http://ancor.ru> [Электронный ресурс] (дата обращения 04.09.2017)

О.А. Потапова
Аспирант Департамента менеджмента
Финансовый университет при Правительстве РФ
+7 (926) 143-95-69
olga_veselova@inbox.ru

ИННОВАЦИОННАЯ СРЕДА ФЕДЕРАЛЬНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ КАК ЭЛЕМЕНТ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ В РЕГИОНЕ

Аннотация. В статье рассматривается роль знания в инновационной экономике, процесс управления знаниями в региональном аспекте, его взаимосвязь с инновационной деятельностью федеральных университетов. Поставлена проблема оценки инновационной деятельности федеральных университетов, их инновационной активности, согласованные со стратегиями развития регионов. Оценивается важность измерения субъективной готовности федерального университета к инновационному развитию. Приводится методика анализа качества инновационной среды университета и результаты её тестирования.

Ключевые слова: регион, управление знаниями, интеллектуальный капитал, инновационная экономика, социально-экономическое развитие региона; инновационная среда, инновационная деятельность, федеральные университеты.

O.A. Potapova
Post graduate Student, Department of Management
Financial University under the Government of the Russian Federation

INNOVATIVE ENVIRONMENT OF FEDERAL UNIVERSITIES AS AN ELEMENT OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM IN THE REGION

Abstract. The article examines the role of knowledge in the innovation economy, the process of knowledge management in the regional aspect, its relationship with the innovative activity of federal universities. The problem of evaluating the innovation activity of federal universities, their innovative activity, coordinated with the strategies of regional development. The importance of measuring the subjective readiness of the federal university for innovative development is assessed. The methodology of the analysis of the quality of the innovation environment of the university and the results of its testing are given.

Keywords. Knowledge management, intellectual capital, innovative economy, social and economic development of the region; innovative environment, innovative activity, federal universities.

Стремительная глобализация приводит к существенным изменениям в экономике, открывая ее новые информационно-технологические реалии. Это выражается в переходе к новой, инновационной экономике - «экономике знаний». Одна из основных отличительных черт современной экономики – рост нематериальной составляющей в создаваемой продукции. А это свою очередь меняют роль интеллектуального капитала, не только на уровне предприятий, но и в развитии региона. Поэтому стратегии долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации характеризуются четкой ориентацией на построение экономики знаний и переходом на инновационный тип развития. Управление интеллектуальным капиталом региона, являющимся основным фактором экономического роста в условиях модернизации экономики, становится весьма актуальным вопросом. Как следствие, повышается роль региональных систем генерирования, обмена и использования знаний. Развитие страны в долгосрочной перспективе определяется ее способностью к созданию инноваций, а создание инноваций в значительной мере зависит от эффективности управления знаниями [3].

В классическом понимании процесс управления знаниями состоит из четырех частей [5]: создание знания; организация знания (его классификация и структурирование); доступ к знанию; использование знания.

Увеличивающийся рост неструктурированной информации, непрерывное возрастание объема данных в информационных системах, вызванное стремительным развитием технологий, с одной стороны, и повышающаяся динамика неустойчивости кадрового состава, подтверждают важность каждого перечисленного выше элемента процесса управления знаниями, а так же актуальность разработки стратегий этого управления.

На сегодняшний день более активно применяется стратегия обмена знаниями путем внедрения информационных систем, обучения и развития персонала, тем самым обеспечивая создание инновационно-кадрового потенциала региона. А формирование социально-экономической системы региона в современных условиях тесно связано с инновационной деятельностью, при которой знание, превращенное в инновацию, становится фактором экономического роста.

Стоит подчеркнуть, что инновация не синоним словам «новшество /изобретение». Инновация – идея, воплощенная в жизнь, коммерциализированная идея, только так инновация может стать фактором экономического роста. Это означает, что необходим механизм перехода результатов научных исследований в инновации, а не только развитая научно-техническая база. Это подтверждается тем, что наиболее развитые регионы РФ имеют высокий уровень фундаментальной науки и человеческого капитала, но не наблюдается превращения этого потенциала в действующий фактор экономического роста. Для эффективного социально-

экономического развития необходимо построение системы управления знаниями на уровне региона (рис.1).



Рис.1. Управление знаниями на региональном уровне.

В государственных и региональных программах инновационного развития в сфере науки и образования (Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года Государственная программа Российской Федерации «Развитие науки и технологий на 2012-2020 годы», Федеральной целевой программе "Научные и научно-педагогические кадры инновационной России" на 2014-2020 и др.) подчеркивается потребность в стимулировании инновационной деятельности, создавая благоприятные условия, а так же значимость мониторинга и наращивания инновационного потенциала университета. Акцентируется внимание на использовании всех составляющих инновационной инфраструктуры и среды, в особенности – человеческого потенциала. Очевидно, что и процесс управления знаниями осуществляется в инновационной среде региона.

Нарастающая потребность в новых идеях, необходимость доведения идей и разработок до стадии готовой продукции изменяет роли учреждений высшего профессионального образования в регионах. Особенно федеральных университетов, т.к. главной целью их создания является формирование и развитие конкурентоспособного человеческого капитала путем создания и внедрения инновационных услуг и разработок [1].

В связи с этим, актуальным представляется исследование влияния на развитие инновационной среды регионов качества инновационной среды в федеральных университетах, которые в России развиваются уже более 10 лет.

Стоит обратить внимание, что инновационное развитие университета обусловлено общим взаимодействием целого ряда условий и факторов, влияющих

на инновационный процесс: от НИОКР до процесса производства инновационного продукта/инновационной технологии.

Результаты анализа инновационной активности российских университетов говорят о недостатках в работе по созданию активной инновационной среды.

Для целей данного исследования качества инновационной среды федеральных университетов был выбран метод опроса путем опосредованного общения с респондентами. Заполненные анкеты получены от 54 респондентов из 8 Федеральных университетов.

Вопросы анкеты для целей анализа инновационной среды федеральных университетов, можно разделить на несколько групп: оценка активности инновационной деятельности (включая научно-производственную деятельность); изучение кадрового потенциала университетов; оценка материально-технической базы.

Оценка инновационной активности показала, что лишь 6% опрошенных довольны качеством стратегии развития университета с точки зрения развития инновационной деятельности, а 50% полностью не удовлетворены данной стратегией. Однако, 73% респондентов считают, что перечень специальностей университета отвечает запросам рынка труда региона частично, а 28 % - практически полностью. Более того, 61% опрошенных считают своих выпускников конкурентоспособными. Но стоит отметить, что лишь 22% довольны качеством образования университета.

Отдельного внимания заслуживает оценка научно-производственной деятельности университетов. Только в 39% университетов существует политика в области использования результатов интеллектуальной собственности, но вызывает беспокойство, что 28% опрошенных затруднились с ответом на данный вопрос. Озабоченность подтверждает тот факт, что 44% не смогли ответить на вопрос «Принимает ли руководство все возможные меры для защиты интеллектуальной собственности?», ответившие на этот вопрос «да» и «нет» разделились поровну (по 28%).

На основе полученных результатов можно сделать вывод, что инновационная активность большинства федеральных университетов остается на весьма низком уровне. Это подтверждается и мнением опрошенных: 72% респондентов считают, что их университеты не в полной степени используют свой инновационный потенциал. Развитие инновационной активности сдерживает дефицит финансирования инновационной деятельности. 62% опрошенных считают бюджетное финансирование недостаточным, и лишь в половине случаев существует достаточное внебюджетное финансирование проектов. Кроме того,

56% респондентов считают неэффективной деятельность структурных подразделений, отвечающих за инновационное развитие университета.

Изучение кадрового потенциала федеральных университетов

Данные опроса показывают среднюю (43%) и низкую (51%) вовлеченность работников университета, не многим лучше ситуация со студентами и аспирантами: 39% опрошенных указало на низкую степень вовлеченности и лишь 6% - на высокую.

Кроме того, 59% опрошенных утверждают, что работники университета не достаточно активно применяют инновационные технологии в своей работе. Но стоит отметить, что почти 80% опрошенных готовы пройти специальную профессиональную подготовку для более эффективного развития инновационной деятельности в университете. 61% респондентов указывают на объективные причины сдерживания применения инновационных технологий сотрудниками университетов:

- слабая система информирования работников университета об инновационной деятельности - существующей и потенциальной;
- вовлечение в деятельность ограниченного числа преподавателей;
- излишняя бюрократизация инновационной деятельности;
- слабое материально-техническое оснащение передовых исследований и нерациональное его использование и проч.

Оценка качества материально-технической базы. Данные опроса показали, что материально-техническая база является приоритетным элементом в инновационной деятельности университета: 62% респондентов считают приоритетным элементом материально-техническое оснащение лабораторий инновационных разработок, в т.ч. 11% - именно компьютерные парки и телекоммуникационные системы. При этом 26% не довольны качеством материально-технической базы университета; 63% - удовлетворены качеством частично. И лишь в четверти федеральных университетов функционируют малые инновационные предприятия.

Сегодня федеральные университеты становятся основными центрами воспроизводства и распространения новых знаний, формируя новую инновационную культуру и генерируя развитие инновационной инфраструктуры региона. Федеральный университет является основным полем плодотворного сотрудничества государства и бизнеса в инновационной сфере, что обеспечивает превращение знаний в инновации. А инновационная среда федерального университета становится каркасом инновационной среды региона, обеспечивая инновационный потенциал направлений, имеющий наибольшее значение для социально-экономического развития региона:

- подготовка инновационно ориентированных кадров, в соответствии с запросами регионального рынка труда и инновационной экономики;
- проведение исследований и разработок, способствующих социально-экономическому региональному развитию, конкурентоспособности региона; поддержка коммерциализации инновационных продуктов и разработок (бизнес-инкубаторы и малые инновационные предприятия на базе федеральных университетов).

Качество инновационной среды федерального университета, которая является составной частью инновационной среды региона, обуславливает успешность самой инновационной деятельности региона, поэтому систематический мониторинг инновационной среды и эффективность работы ее элементов необходим. А инновационная деятельность федеральных университетов имеет непосредственное влияние на процесс управления знаниями в регионе, становится важнейшим фактором успешных социальных преобразований, осуществляемых для целей модернизации экономики [2].

Список использованной литературы:

1. Богданова И.А., Коломок О.И. Инновационная среда университета как феномен образовательной практики // Вестник Курганской ГСХА. – 2013г. – №1 (5) – С.67–68.
2. Бодункова А.Г., Чёрная И.П. Особенности формирования инновационной среды предпринимательских университетов // Креативная экономика. — 2013. — № 6 (78). — с. 10–25.
3. Макаров П.Ю., Механизм управления интеллектуальным капиталом региона в интересах инновационного развития: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05/ Макаров Павел Юрьевич.- Владимир, 2012. – 155 с.
4. Федосова, Р.Н. Инновационная культура: современная парадигма / Р.Н. Федосова, А.В. Барышева//Инновации в образовании.- 2015.- №8.-С.63-74.
5. Д. Д. Цыренов Концептуальные подходы к построению системы управления знаниями на региональном уровне/ Цыренов Д.Д., Гармаев А.Д.// Вестник Бурятского государственного университета. – 2015. - № 2а. – С.52-56.
6. Черемисина С.Г., Перспективы развития экономики региона на основе модели управления знаниями / С.Г. Черемисина, С.С. Скараник// Экономические исследования и разработки.- 2017.- №6.- С.186-193.

О. М. Абросимова,
Студентка Факультет менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Г. Москва, Российская Федерация
E-mail: abrosimovaom22@gmail.com
+79268645065

Научный руководитель:
И. К. Захаренко,
к.э.н., доцент Департамента менеджмента,
Заместитель декана Факультета менеджмента
E-mail: IKZakharenko@fa.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ОСНОВ ЭМПИРИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассматривается вопрос применения эмпирического маркетинга для продвижения образовательной организации. На основе проведенного опроса путем анкетирования первокурсников Факультета менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации был составлен профиль потребителя образовательных услуг, определены основные сегменты потребителей.

Ключевые слова: маркетинг, эмпирический маркетинг, рынок образовательных услуг, университет, образование.

O. M. Abrosimova,
Student of Faculty of Management,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Scientific Advisor
I. K. Zakharenko,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of
Management,
Deputy Dean of the Faculty of Management

APPLICATION OF THE BASICS OF EMPIRICAL MARKETING FOR THE PROMOTION OF EDUCATIONAL ORGANIZATION

Abstract. In the article, the question of application of empirical marketing for promotion of the educational organization is considered. Based on the survey conducted by the first year students of the Faculty of Management of the Financial University under the Government of the Russian Federation, the profile of the consumer of educational services was drawn up, the main segments of consumers were identified.

Keywords: marketing, empirical marketing, the market of educational services, university, education.

Под эмпирическим маркетингом принято понимать создание связей между конкретным брендом и потребителями данного продукта путем предоставления последним эмоционально и интеллектуально вовлекающего опыта. С этим связано и еще одно название данного понятия – экспериментальный маркетинг (от англ. *experience* – опыт, впечатление, ощущение, переживание).

Кроме того, стоит отдельно отметить и такое направление эмпирического маркетинга как «эмоциональный маркетинг». Впервые это понятие было описано в книге американских исследователей Траута и Райерса «22 непреложных закона маркетинга». В этой работе авторы отстаивают такую точку зрения, что в рекламе и продвижении товаров рационально делать акцент именно на эмоциях потребителей, потому что основные потребности среднестатистического социума в любой развитой стране уже удовлетворены, и традиционный маркетинг не эффективен [1]. В условиях, когда на рынке присутствует огромное количество товаров и услуг от разных производителей, способных удовлетворить практически любую потребность человека одинаково полно и качественно, из них будет выбран тот товар, который вызовет наибольший эмоциональный отклик. Если же говорить о товарах, не являющихся первостепенно важными, то здесь эмоциональный фактор можно считать ключевым при выборе из множества альтернатив. Такие товары человек обычно приобретает с целью наградить или поощрить себя за какие-то достижения, успехи или для эмоционального подъема. Становится очевидным, что при продвижении товаров главной целью является завладеть не столько «умом», сколько «сердцем» потребителя.

Основами эмоционального маркетинга считаются изучение потребителя, составление профиля потребителя, определение психологических факторов потребителя, что требует подробного изучения абитуриентов как социальной группы [1, 5].

Выделим основные признаки эмпирического маркетинга. Первый признак – человек лично участвует в организованном производителем действии в качестве потенциального покупателя. Во-вторых, действие вызывает у потребителя какие-либо эмоции или необычные ощущения, такие как ощущение полета, аромат парфюма и проч. Третьим признаком является то, что человек сам активно действует: играет в приложение на смартфоне, тестирует новую операционную систему компьютера [1]. В дополнение, производитель иногда предлагает сравнить ощущения, проанализировать их; например, сравнить предложенные риелтором квартиры после их просмотра. Именно в контексте сравнения бренды часто используют психологические приемы. Как правило, продавцы играют на принципе контраста. Как отмечает Р. Чалдини в своей книге «Психология влияния», в случае

торговли недвижимостью, продавцы предлагают в начале пару неподходящих домов или квартир и лишь потом демонстрируют недвижимость, которую действительно хотят продать [2].

Эмпирический маркетинг сегодня применяется в различных отраслях экономики. Однако можно заметить, что на рынке образовательных услуг он применяется пока не так широко, хотя, по мнению авторов, маркетинг эмоций может сыграть не последнюю роль в выборе абитуриентом высшего учебного заведения.

Участниками рынка образовательных услуг выступают государственные и негосударственные образовательные учреждения, потребители (отдельные личности, предприятия и организации, государство), общественные структуры, участвующие в продвижении образовательных услуг на рынке. В тематике эмпирического маркетинга наиболее целесообразно рассматривать именно рынок личностей как конечных потребителей образовательных услуг [4].

Определим профиль потребителя образовательных услуг вуза. Наиболее часто вопросом о выборе высшего и дополнительного образования является молодежный контингент в возрасте от 16 до 35 лет. Соответственно предприятия-потребители услуг образования наиболее благосклонны к обучению кадров в возрасте 20- 35 лет. К тому же, важно, что потребность в переподготовке кадров в настоящее время активно возникает у людей более старшего возраста [4]. Более подробно исследуем категорию первокурсников Финансового университета.

В ходе работы был проведен опрос путем анкетирования студентов первого курса Факультета менеджмента Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Всего было опрошено более 150 человек. Студентам было предложено ответить на вопросы, касающиеся их выбора специальности, выбора высшего учебного заведения, их ожиданий от обучения в университете, а также вопросы об их представлении о счастье и жизненных ценностях.

Опрос показал, что большая часть студентов (41%) выбрало специальность «менеджмент», поскольку им интересна эта сфера деятельности (см. Рис. 1). Почти одинаково для студентов оказались важны такие показатели как престижность специальности (20 %) и востребованность специальности на рынке труда (17%).

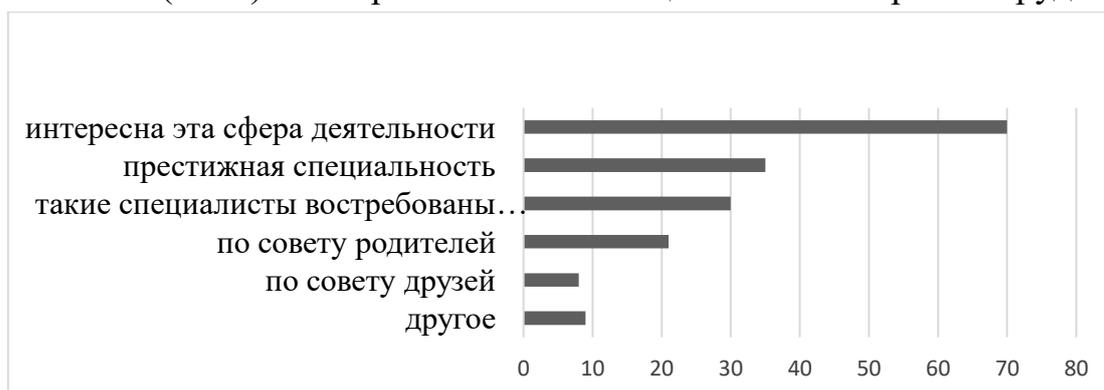


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос "Почему Вы выбрали именно данную специальность в качестве своей будущей профессии?" (в вопросе указывались несколько вариантов ответа, сумма больше 100%)

Также из исследования можно сделать вывод, что вуз первокурсники выбирали, потому что считают его престижным (около 27% опрошенных), а также по причине высокого уровня преподавания в университете (31%). Только для 2% респондентов было важным, что в Финуниверситет поступили друзья.

Для большинства первокурсников семья является самой главной жизненной ценностью. Почти 90% респондентов отдали карьере 2-4 место в рейтинге важности ценностей. Саморазвитие 64% студентов отметили как 2-е по степени важности. Отметим, для современного первокурсника особый приоритет имеет семья, саморазвитие и карьера. Значит, обширный сегмент потребителей образовательных услуг хотел бы получать качественное образование, которое, по их мнению, будет способствовать их карьерному росту, и это является их главной целью пребывания в вузе.

В результате исследования удалось выявить следующие сегменты потребителей:

1. Студенты, желающие во время обучения или после окончания университета открыть собственный бизнес. Как правило, это юноши и девушки, обучающиеся бюджетной основе. Они выбрали Финансовый университет, так как считают его престижным вузом с высоким уровнем образования. Однако лишь 20% из тех, кто хотел бы вести собственный бизнес, уже указывают в какой сфере они бы хотели это делать (открыть кафе, пекарню и др.)

2. Студенты, которые явной целью окончания университета видят устройство на работу. Эта группа составляет 58% обучающихся. Счастье они описывают как «хорошая, высокооплачиваемая работа», «достойная жизнь семьи», «собственная квартира».

3. Студенты, на чей выбор специальности повлияли родители. В этом признались 17% опрошенных, но надо сказать, что такой ответ в студенческой среде может считаться социально не одобряемым, а значит, этот сегмент может оказаться больше. Косвенно на то, что этот сегмент обширнее, указывает тот факт, что 89% студентов назвали семью своей важной жизненной ценностью, чуть больше трети первокурсников отдали бы часть или полностью 10 млн рублей родителям, если бы эти деньги у них появились. В ответах встречаются такие формулировки: «я отдал бы их родителям, они лучше знают, что делать с такой суммой», «я многим обязан родителям», «родители сделают правильный выбор» и т. д.

4. Совершенно незначительная часть студентов (4%) воспринимает образовательный процесс как путь для получения диплома о высшем образовании.

Свои деньги они бы потратили в первую очередь на недвижимость и путешествия. Эти студенты поступили в Финансовый университет, поскольку после его окончания они надеются получить высокооплачиваемую работу. Однако является очевидным, что целевые ориентации нашего учреждения и такого потребителя не совпадают, этим и объясняется настолько малый процент этого сегмента в университете.

Таким образом, был составлен профиль потребителя, который позволяет воздействовать эмоционально на потребителя. При формировании бренда Финансового университета необходимо дать эмоциональную составляющую. Кроме того, следует более четко обозначить коммуникационные программы.

В качестве приемов эмоционального маркетинга можно предложить проводить больше открытых лекций и мастер-классов для абитуриентов. Лекции должны быть связаны с экономическими науками (согласно профилю вуза и потребностям потребителя), но при этом быть понятными и интересными для абитуриента, который почувствует себя в роли экономиста. Вторым направлением мероприятий для абитуриентов можно назвать Дни открытых дверей. Но при прослушивании рассказа об университете или конкретном факультете абитуриент узнает лишь рациональную составляющую бренда. Для создания более сильного впечатления следует использовать интерактивные мероприятия, деловые игры (на темы, связанные с открытием и продвижением бизнеса, как того ожидает 1 сегмент потребителя), квесты с заданиями на дне открытых дверей. Тогда бренд Финансового университета будет иметь не только визуальную, но и эмоциональную составляющую.

Список использованной литературы

1. Райс Э., Траут Дж. 22 непреложных закона маркетинга. — М.: АСТ, 2009. — 156 с.
2. Чалдини Р. Психология влияния. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2017. — 480 с.
3. Захаренко И.К. Гармонизация профессиональных и образовательных стандартов в области маркетинга / В сборнике: Маркетинг России: профессиональные и образовательные стандарты маркетолога в России. Требования времени. Материалы Четвертой международной научно-практической конференции, посвященной 110-й годовщине РЭУ им. Г. В. Плеханова. — М., 2017. С. 19-23.
4. Багиев Г. Л. Миссия маркетинга в повышении эффективности системно-пространственных образований: «Производство — Наука — Образование». — Маркетинг в России. 2017. Справочник Гильдии Маркетологов / Под общей редакцией И.С. Березина.— М., 2017.
5. Fournier, S. Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research // Journal of Consumer Research. 1998. Vol. 24, pp. 343–373.

А. Т. Махмудчина

ФЭФ 2-1 (у)

Финансовый университет при Правительстве РФ

Г. Москва, Российская федерация

E-mail: ihhi11@rambler.ru

+79776510240

Научный руководитель:

Мальшев Н. И.

к.э.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ

Г. Москва, Российская федерация

E-mail: nimal1907@mail.ru

СИСТЕМНЫЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

«В мире нет слаборазвитых стран, а есть плохо управляемые экономики»

П. Ф. Друкер

Аннотация: В статье рассматриваются причины технологического отставания российского производства, выявляется актуальность создания конкурентоспособного сектора высокотехнологичных производств, который определяет потенциал устойчивости и эффективности организации. Основной акцент делается на создание в интеллектуальных интегрированных систем менеджмента, обеспечивающих выход на новые уровни развития производства.

Ключевые слова: исследования, инновации, стратегические позиции, технологическое развитие, производство, процессный подход.

Mahmudchina A.T.

FEF 2-1 (y)

Financial University under the Government of the Russian Federation

Scientific Advisor

Malyshev N.I.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Financial University under the Government of the Russian Federation

SYSTEMIC REGULARITIES AND MECHANISMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT MANAGEMENT OF MANUFACTURING SYSTEMS

Abstract: In article discusses the causes of technological lag of the Russian production, reveals creation of the competitive sector of hi-tech productions which

determines the potential of stability and efficiency of the organization. The main focus is on the creation in intellectual the integrated systems of management providing an exit to the new levels of development of production.

Keywords: researches, innovations, strategic positions, technological development, production, process approach.

Настоящий этап проводимых в стране социально-экономических преобразований характеризуется продолжающимся системным кризисом экономики и общества в целом.[1] Причины кризиса, как, впрочем, и неудачи реформы в целом, являются предметом специального исследования и требуют наличия достаточно полной, достоверной и систематизированной статистической информации, ее последующего анализа. Однако уже предварительный анализ сложившейся в стране социально-экономической ситуации, многочисленных выступлений в печати по этим вопросам наиболее авторитетных специалистов в области экономики позволяют выделить следующие основные факторы кризиса:

- исчерпание потенциала силовых командно-административных методов и способов воздействия на социально-экономические процессы;
- резкое снижение мотивации производственного и управленческого персонала к квалифицированному и качественному труду;
- увеличивающаяся технологическая отсталость почти всех отраслей экономики, не позволяющая решать текущие, а тем более перспективные задачи стабилизации и развития экономики;
- и, наконец, а может быть, прежде всего, отсутствие системы эффективно функционирующего интегрированного технологического менеджмента (включающего профессионально подготовленные управленческие кадры) хозяйствующими субъектами различной природы охватывающего все процессы, их маркетинговую, производственную и интеллектуальную деятельность, и использующего современные технологические стандарты качества управления.

Тема возрождения российской экономики в целом не так проста и очевидна, как это представляется сторонникам самых разных точек зрения. Простых и очевидных рецептов решения сложных ситуаций в рыночной экономике не существует. Однако в любом случае должна быть логика решения проблемы. В ее основе – строгое следование научным основам экономической теории и практики. Особенно это касается выбора и обоснования содержания, последовательности и скорости реализации необходимых задач, составляющих сущность реформы национальной экономики в целом. Причем эти задачи должны быть четко обозначены и сформулированы. Естественно, каждый такой шаг должен быть объектом стратегического планирования, т.е. тщательно просчитан с учетом

возможных рисков и социальных последствий. А результаты и оценки его выполнения, в свою очередь, должны быть объектами статистически достоверного экономического анализа. В этом случае весь процесс социально-экономических преобразований будет статистически наблюдаемым информационно-прозрачным для общества, как это делается в индустриально развитых передовых странах, владеющих интеллектуальными системами современного менеджмента, профессионально подготовленными управленческим персоналом и адекватной управленческой культурой.

Отсутствие же такой системы уже привело к отсутствию контроля за экспортно-импортными операциями, подрыву позиций российской промышленности и сельского хозяйства даже на внутреннем рынке, скупке по низким ценам минерально-сырьевой базы, потере экономической и национальной независимости.

Одна из причин этого заключается в том, что за потраченные на реформирование экономики один из ее основополагающих элементов – система образования – остался по существу нетронутым. Поэтому общество продолжает «благополучно» потреблять плоды чужого образования в виде зарубежных компьютеров, автомобилей, бытовой электроники, информационных систем и техники (в том числе технологий обучения), сомнительных концепций, стратегий и программ, которые не только мешают России технологически и экономически развиваться. Вот, что пишет по этому поводу академик В. И. Арнольд: «Мы автоматически создаем среду баксов и киллеров, за чем следуют предпосылки технологической отсталости, за которую, возможно, придется платить судьбой Югославии». [2] Если у нас нет кибернетической среды с предсказуемым и управляемым поведением, нет описания сегодняшней реальной экономики, то приходится цепляться за образы, смысловые подпорки и мифы («процесс реформ» вместо реального института рынка, «приватизация» вместо частной собственности, «капитализация» и т. д.).

Например, в США имеется система американских законов, касающихся конкуренции, конкурентоспособности, развития личности и т. д. Имеются стратегии и программы развития образования, здравоохранения, стандартизации, информационно-коммуникационных технологий США. Имеются методики технологического прогнозирования ФСА, балансовых методов управления, управления качеством, конкурентоспособностью и т. д.

Учеными специалистами в области рыночной экономики доказано, что государственная собственность, управление развитием и денежными потоками для получения наибольшего эффекта, не только, полностью совместимы с рынком и конкуренцией, но и является фундаментом для справедливого социально-

эффективного распределения национального богатства и доходов от его использования в обществе.

Если еще несколько лет тому назад о необходимости научно-обоснованного управления процессом реформирования предупреждали наиболее авторитетные отечественные и зарубежные специалисты в области рыночной экономики, то теперь к этому же выводу пришли и люди, политические лидеры страны: «Многие беды нашей экономики, сказал, выступая на встрече с лучшими руководителями российских предприятий В. Путин, - «связаны именно со слабым управлением компаниями, предприятиями, фирмами».

Именно высокотехнологическая индустриальная система менеджмента способствует имиджу ведущих компаний, способствуя их выходу на международные рынки.

К сожалению, конструирование и проектирование систем менеджмента рыночной экономики в стране недостаточно известны основной массе экономистов, хозяйственников и тем более административному персоналу.

Появление международных стандартов ИСО 9000 было обусловлено развитием интеграционных процессов в мировой экономике, заметным ростом конкурентной борьбы в 80-е годы XX века. Первая редакция этих стандартов появилась в 1987 г., 2-ая редакция – 1994 г., 3-я редакция – в 2000 году. Практически все развитые страны мира принесли их (стандарты) в качестве национальных стандартов. К 2003 году число сертифицированных СМК достигло 650 тысяч. Ежемесячно сертифицируется 30 тыс. систем качества предприятий различных стран мира. Последняя версия международных стандартов ИСО 9000 – версия 2000 г. основывается на методологии TQM. По существу – это стандартизированный интегрированный процессно-ориентированный менеджмент организации. Его основу составляют 8 (восемь) принципов менеджмента качества, основной из которых – обязательное применение процессного подхода, призванного наладить эффективное взаимодействие на всех уровнях управления, начиная с федеральных органов управления. Те организации, которым удается реализовать требования новой версии, оказываются конкурентоспособны на рынке.

Как показывает анализ, деформация экономики обусловлена недостаточным вниманием к развитию человека, его интеллектуального потенциала. И наоборот, в экономически развитых странах наблюдается постоянная тенденция ускоренного высокооплачиваемого ускоренного спроса на специалистов высшей квалификации во всех областях общественно значимой человеческой деятельности. Это в значительной степени определяет прогресс в этих странах в медицине, образовании, науке, культуре, развитии в целом.

Вот почему интеллектуально подготовленные руководители современных продвинутых организаций не экономят на разработках и внедрении интегрированных высокотехнологических систем управления.

Список использованной литературы:

1. «Новые подходы и исследования в операционном менеджменте» под ред. Трифонова П.В. и др. – 2016 – С. 121
2. Ашкинази Леонид Александрович. Носовая Фигура – 2013.

И.В. Елисеева
Студентка магистратуры «Бизнес-информатика»,
Финансовый Университет при Правительстве РФ,
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: iraveliseeva@gmail.com
+79688710229

Научный руководитель:
Е.В. Васильева
д.э.н, доц., профессор кафедры «Бизнес-информатика»,
Финансовый Университет при Правительстве РФ

**ПРОБЛЕМЫ АВТОМАТИЗАЦИИ МЕЖВЕДОМСТВЕННОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ В ПРОЦЕССЕ
МОНИТОРИНГА СТОИМОСТИ РЕСУРСОВ КАПИТАЛЬНОГО
СТРОИТЕЛЬСТВА**

Аннотация. Наиболее оптимальным и защищенным способом взаимодействия органов власти компания является система межведомственного взаимодействия. Основная особенность данного взаимодействия заключается в защищенности и целостности предоставляемых данных. СМЭВ представляет собой совокупность электронных сервисов, обеспечивающих масштабируемость системы, а также применение открытых стандартов обмена информацией обеспечивает прозрачное информационное взаимодействие. Проведен анализ и были выявлены основные проблемы межведомственного взаимодействия для данной отрасли. Был произведен анализ процесса организации мониторинга стоимости строительных ресурсов. Основными этапами процесса отмечаются: сбор данных, их проверка на корректность, а также расчет конечной стоимости строительного ресурса в каждом субъекте РФ.

Ключевые слова: информационные технологии, сбор данных, поставщики данных, государственное управление, эффективность государственной службы

I.V. Eliseeva
A student of the Master's degree in Business Informatics,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation
E-mail: iraveliseeva@gmail.com
+79688710229

Scientific adviser: E.V. Vasilieva
Doctor of Economics, Professor of the Department of "Business Informatics",
Financial University under the Government of the Russian Federation

PROBLEMS OF AUTOMATION OF INTERSTATE INTERACTION OF GOVERNMENTAL ORGANS IN THE PROCESS OF MONITORING THE COST OF RESOURCES OF CONSTRUCTING CONSTRUCTION

Abstract. The most optimal and protected way of interaction between authorities is the company's system of interagency cooperation. The main feature of this interaction is the security and integrity of the data provided. SMEV is a set of electronic services that provide scalability of the system, as well as the use of open information exchange standards provides transparent information interaction. The analysis was carried out and the main problems of interdepartmental interaction for this industry were identified. An analysis was made of the process of organizing the monitoring of the cost of building resources. The main stages of the process are: data collection, their verification for correctness, and calculation of the final cost of the construction resource in each subject of the Russian Federation.

Keywords: Information technology, data collection, data providers, public administration, civil service efficiency

Деятельность государственной службы становится все более инновационной⁴⁷, создаются все больше новых программных сервисов госуслуг, многие задачи переводятся в информационную среду. Мониторинг цен строительных ресурсов - сбор информации, необходимой для формирования сметных цен строительных ресурсов, применяемых в строительстве, реконструкции, ремонте объектов капитального строительства (из ПП РФ от №1452 установлен порядок мониторинга цен строительных ресурсов). На сегодняшний день действует базисно-индексный метод расчета смет, основанный на использовании устаревшей сметно-нормативной базы 2001 года и индексов для перевода цен 2001 г. в текущие цены, который не отвечает вызовам времени. Поэтому более результативно будет применить ресурсный метод, который невозможен без фиксации и постоянного мониторинга стоимости строительства ресурсов.

Для осуществления подачи сведений компаниям необходимо быть включённым в перечень юридических лиц, которые должны предоставлять информацию, необходимую для формирования сметных цен строительных

⁴⁷ Altukhova N. F., Slavin B. B., Vasileva E. V. Concept for a new approach to project management in the activities of public servants. The concept of the new approach to project management in the activities of civil servants (Концепция нового подхода к управлению проектами в деятельности государственных служащих) / Ж-л «Бизнес-информатика» НИУ ВШЭ. - №4(38). - 2017.

ресурсов. Каждый ответственный федеральный орган государственной власти (далее – ФОИВ), формирует реестр компаний, находящихся в его ведении.

На рис. 1 представлена схема информационных потоков при формировании цен. После того, как юридическое лицо получило право подачи сведений входит на портал путем прохождения авторизации в ЕСИА (Единая Система Идентификации и Аутентификации). В личном кабинете поставщик информации заполняет соответствующую ему номенклатуру предоставляемых им ресурсов. Вся предоставленная информация должна заверяться УКЭП и отправкой введенных сведений на модерацию.

Весь процесс организации удаленного доступа поставщиков к подаче сведений завершается формированием перечня всех ресурсов с определением их стоимости в каждом регионе российской федерации. Далее этот перечень будет использоваться для определения средней цены ресурсов.

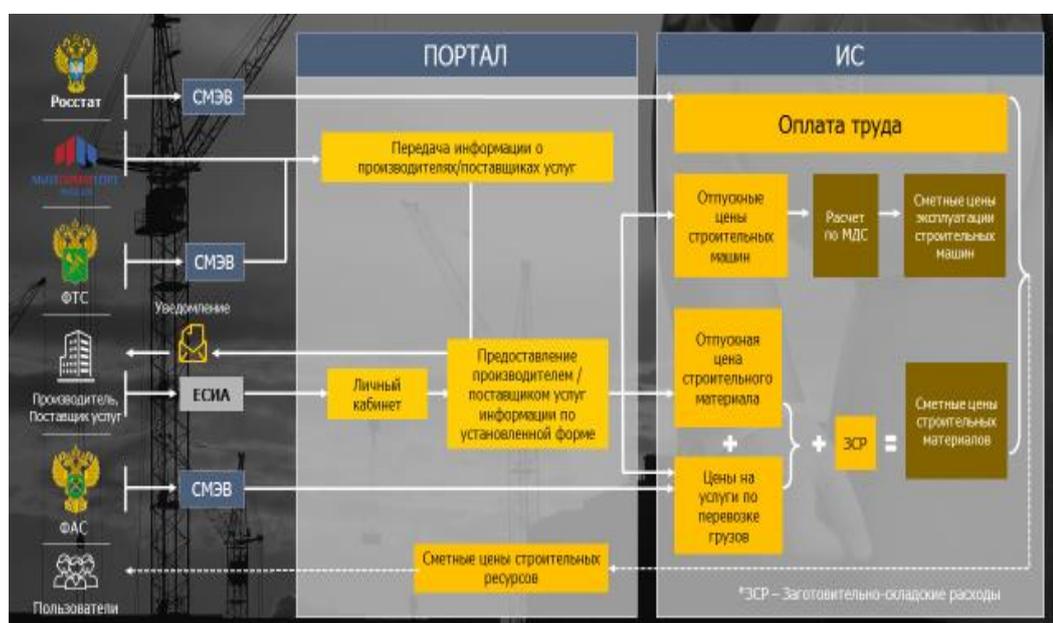


Рисунок 5. Схема информационных потоков по определению цен строительных ресурсов

В последнее время все остро встает проблема об автоматизации процесса обмена данными между органами власти, а также и между различными ведомственными системами⁴⁸.

Существует несколько способов межведомственного взаимодействия:

1. Традиционный бумажный способ сбора данных – при котором участвуют должные лица организации, а в качестве системы используют

⁴⁸ П.В. Сенченко, И.В. Лазарев. Способы организации межведомственного информационного взаимодействия// Доклады ТУСУра. – 2014. - №1(31). – с.50

традиционные системы документооборота. При таком способе взаимодействия существует много дополнительных регулировок в части, какие документы будут передаваться, кто будет ответственен, а также в какие сроки должен быть отправлен запрос/ответ.

2. Обмен электронными документами традиционного бумажного способа сбора данных, то есть через электронную почту, систему электронного документооборота – данный способ представляет собой обмен электронными документами через электронные системы, полученных из других АИС.
3. Информационное взаимодействие между информационными системами участников взаимодействия – данный способ взаимодействия наиболее подходящим для осуществления обмена данными.
4. Использование интерактивных запросных приложений – данный способ менее распространенный, так как только некоторые органы власти предоставляют специально разработанные сервисы для получения пользователем сведений напрямую из ведомств по средством запроса через Интернет.

Информационное взаимодействие государственных органов между собой, с организациями и гражданами должно осуществляться с помощью использования современных средств идентификации участников информационного взаимодействия⁴⁹. На данный момент все больше набирает популярность система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ). Она представляет собой информационную систему, позволяющую федеральным, региональным и местным органам власти, и прочим участникам СМЭВ обмениваться данными, необходимыми для оказания государственных услуг гражданам и организациям, в электронном виде. СМЭВ создан в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг».

В результате такого взаимодействия однозначно определяются участники информационного взаимодействия, дата и время, а также гарантировано поддерживается идентичность информации, отправленной одним участником и полученной другим коммуникационной среды.

ответов.

На рис. 2 показан технологический процесс организации информационного обмена через СМЭВ в рамках процесса заказа услуг и межведомственного

⁴⁹ Никитов В.А. Информационное обеспечение государственного управления / Под ред. Ю.В. Гуляева. - М.: Изд-во Славянский диалог, 2015. - 345 с.

власти по вопросам тестирования работы сервисов; низкая компетентность и недостаточная информированность сотрудников органов власти, предоставляющих услуги.

Из-за вышеперечисленных проблем на сегодняшний день документы, которые могут быть получены по каналам СМЭВ, зачастую получают путем отправки бумажных запросов в органы власти или организации в распоряжении, которых находятся необходимые сведения.

Таким образом, наиболее оптимальным и защищенным способом взаимодействия органов власти компания является система межведомственного взаимодействия. Основная особенность данного взаимодействия заключается в защищенности и целостности предоставляемых данных. Такая система представляет собой защищенную инфраструктуру, позволяющую производить обмен электронными сообщениями с применением средств шифрования, электронной цифровой подписи и осуществлять доступ к информационным ресурсам. СМЭВ представляет собой совокупность электронных сервисов, обеспечивающих масштабируемость системы, а также применение открытых стандартов обмена информацией обеспечивает прозрачное информационное взаимодействие.

Список использованной литературы

1. Altukhova N. F., Slavin B. B., Vasileva E. V. Concept for a new approach to project management in the activities of public servants. The concept of the new approach to project management in the activities of civil servants (Концепция нового подхода к управлению проектами в деятельности государственных служащих) / Ж-л «Бизнес-информатика» НИУ ВШЭ. - №4(38). - 2017.
2. Жарков А. А. Система межведомственного электронного взаимодействия // Молодой ученый. — 2014. — №14. — С. 41-43.
3. Никитов В.А. Информационное обеспечение государственного управления/Под ред. Ю.В. Гуляева. - М.: Изд-во Славянский диалог, 2015.-415 с.
4. Сенченко П.В., Лазарев И.В.. Способы организации межведомственного информационного взаимодействия// Доклады ТУСУра. – 2014. - №1(31). – 205-208
5. Система межведомственного электронного взаимодействия (электронный источник). URL: <http://minsvyaz.ru/ru/directions/?direction=45> (дата обращения: 20/02/2017)

В. Ю. Фельман
Студентка направления бакалавриата «Бизнес-информатика»
Факультет прикладной математики и информационных технологий
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации
E: nika.felman@gmail.com

Научный руководитель:
Е.В. Васильева
д-р экон. наук, доц., профессор кафедры «Бизнес-информатика»,
Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
E-mail: evvasileva@fa.ru

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТА ВЕЩЕЙ НА БИЗНЕС- МОДЕЛЬ КОМПАНИИ FMCG-ОТРАСЛИ

Аннотация. В статье дан анализ текущего состояния отрасли FMCG, определена AS-IS бизнес-модель компании. Оценен вариант использования технологии интернета вещей в компании FMCG-сектора и его влияние на бизнес-модель TO-BE.

Ключевые слова: цифровая экономика, трансформация, бизнес-модель, аналитика, ритейл, интернет-вещей

V. Y. Felman
A student of bachelor's degree "Business Informatics"
Faculty of Applied Mathematics and Information Technology
Financial University under the Government of the Russian Federation
Scientific adviser:

E.V. Vasilieva
Doctor of Economics, Professor of the Department of "Business Informatics",
Financial University under the Government of the Russian Federation
**THE INFLUENCE OF INTERNET OF THINGS ON BUSINESS MODEL OF
FMCG COMPANY**

Abstract. The analysis of the current state of the FMCG industry, the definition of the AS-IS business model of the company was carried out. Estimated version of the use of Internet technologies in the FMCG sector and its impact on the TO-BE business model

Keywords: Digital Economy, transformation, business model, analytics, retail, FMCG, IoT

В эпоху постоянного развития цифровых технологий успех компании напрямую зависит от того, насколько она способна приспособливаться к новым условиям борьбы на рынке и уменью гибко и быстро производить трансформацию. Важно отметить, что в особо конкурентной сфере FMCG особенно важно не только

оперативно реагировать на изменения, но стараться быть в них первым. Кроме того, в данной сфере огромный вес имеет клиент, его поведение и мнение, поэтому компании данной сферы стремятся упростить и оптимизировать цепочку от “завода” до полки совместно с ключевыми клиентами. Нужно понимать, что в качестве предоставляемых услуг напрямую заинтересованы не только ритейлеры, но их контрагенты и поставщики – компании FMCG отрасли. Среди всех соответствующих трендов наиболее заметное влияние на потребительские рынки в ближайшие пять лет будут иметь четыре: ускорение проникновения существующей технологической инфраструктуры (интернета, смартфонов), развитие искусственного интеллекта на основе больших данных, машинное обучение, а также инновации в формах оплаты.

В условиях высокой конкуренции на рынке розничной торговли ритейлерам необходимо искать способы автоматизации бизнес-процессов и повышения качества обслуживания покупателей. Рынок ритейла, а вместе с ним и вся отрасль товаров повседневного спроса (FMCG) не стоит на месте и активно интегрирует в себя новые технологии. Будущее ритейла связано с интернетом вещей (Internet of Things – IoT). Главный вопрос – как ритейлерам и их главным контрагентам капитализировать данные от этого явления.

Текущая модель показывает стандартную модель бизнеса компании FMCG (рис. 1). *Структура издержек* на данный момент состоит из оплаты различных компаний, которые осуществляют поддержку деятельности компании. Большая доля издержек приходится на маркетинговые и мерчендайзенговые агентства. С одной стороны, это позволяет компаниям получать качественные исследования и поддержку, с другой – несет в себе огромные затраты. Мерчендайзенговые агентства не всегда отвечают требуемым бизнесом качеством работы. Это несет в себе огромные риски, к примеру, в блоке *Отношения с потребителем* компания выделяет предложения под каждый ценовой сегмент, но без качественного мерчендайзинга необходимый товар может отсутствовать на полке, приводя к потерям потенциальных продаж.

Кроме того, маркетинговые исследования, предоставляемые компаниями-партнерами, являются достаточно узкими и проведены по малой выборке, что несет в себе угрозы неточности исследований и ошибок.

Какова же может быть бизнес-модель будущего состояния компании отрасли FMCG при использовании технологии интернета вещей? Для начала необходимо определить сам термин интернета вещей. Интернет вещей - это концепция вычислительной сети объектов («вещей»), оснащённых встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой. Явление, способное перестроить экономические процессы, исключив необходимость участия человека в операциях. В данной технологии различаются многие методы и

подходы, однако самой интересной для ритейла и FMCG является технология Image recognition, которая позволяет определять по фотографии или картинке предметы, с точностью до 95%. Такая точность достигается с помощью машинного обучения и алгоритмизирования программы, то есть, обучению программы в ходе тестов точнее воспринимать изображения на фотографии.

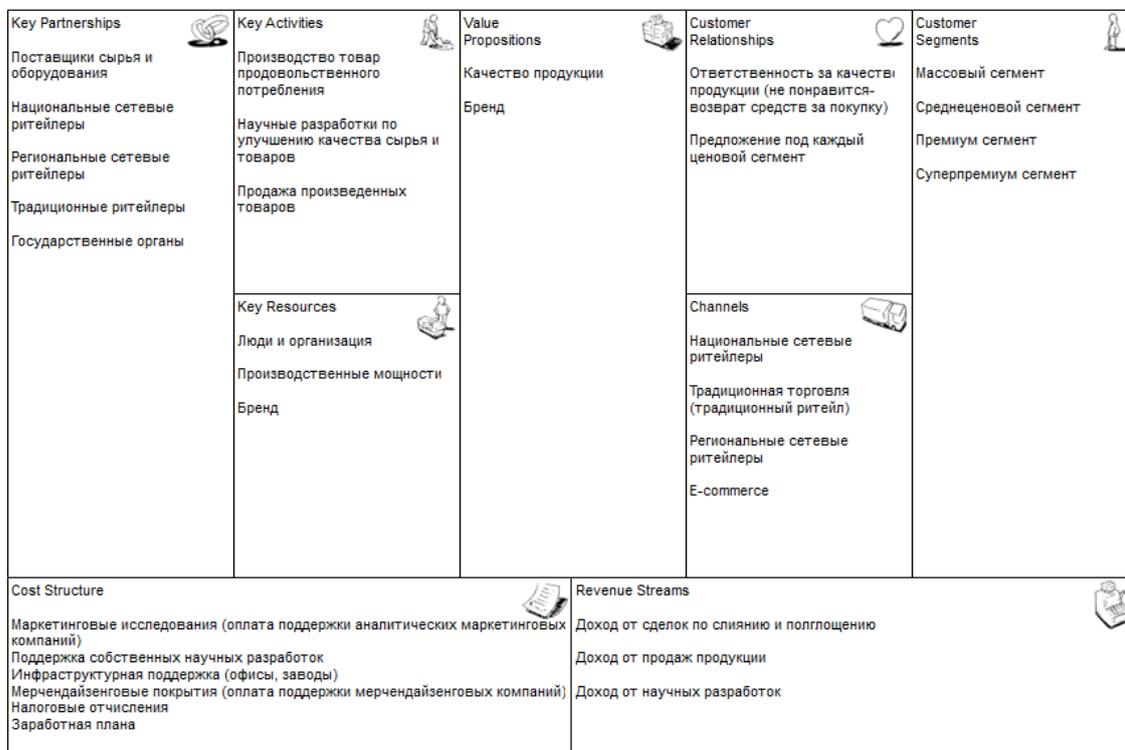


Рисунок 1. Бизнес-модель AS-IS по Остервальдеру⁵¹

Ключевые блоки, которые подлежат изменению это блок *структуры издержек* (рис. 2). С помощью IoT можно изменить подход к мерчендайзенгу и увеличить степень контроля с помощью предложений с технологией интернета-вещей, а именно Image recognition. Поддерживаемые приложения позволят автоматизировано контролировать запас товара на полке и складе, а также соответствие его размещения на планеграмме. Внедрение интернета-вещей также может обеспечить и маркетинговые исследования компании, с помощью, собираемой и анализируемой Big-data непосредственно в точках продаж. Вышеперечисленные нововведения могут позволить добавить к блоку *ценностные предложения* пункт “качество полки”, а именно обеспеченность товара на полке и его внешний вид.

Кроме того, изменятся *ключевые партнеры*. Для поддержки работы интернете-вещей необходимы будут новые поставщики информационных

⁵¹ Ив Пинье, Александр Остервальдер Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. М.: Альпина Диджитал, 2012.

продуктов, которые смогут обеспечить качественный сервис и качественный сбор получаемых данных.

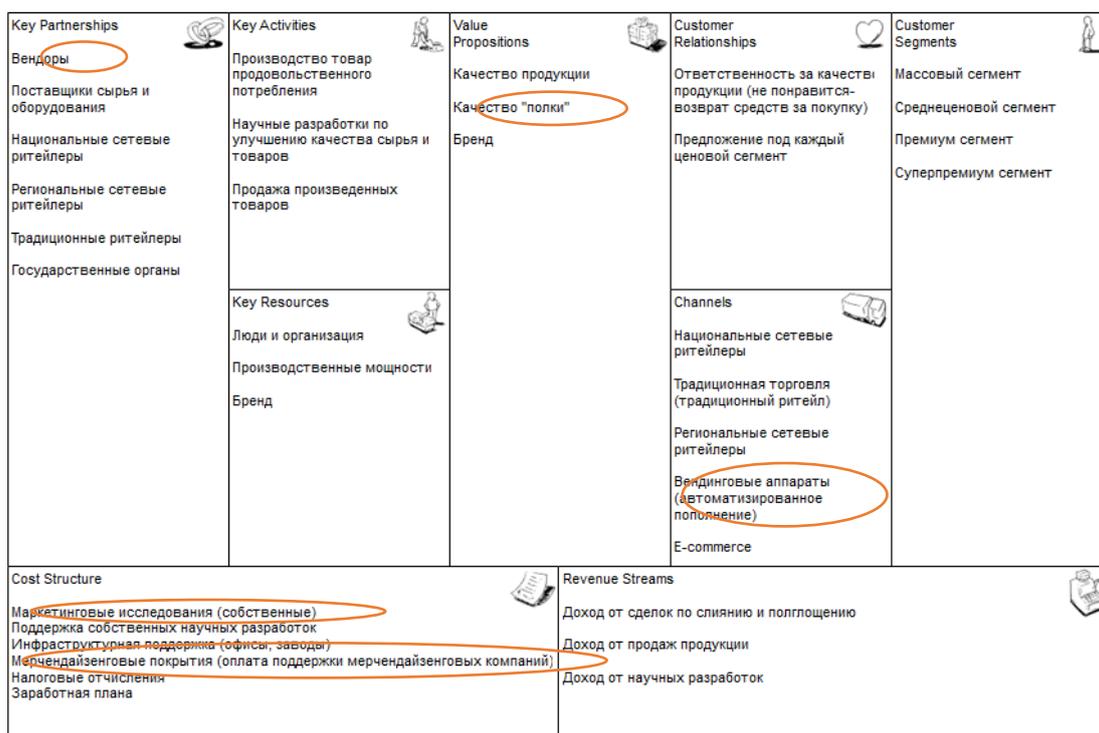


Рисунок 2. Бизнес-модель TO-BE по Остервальдеру

Таким образом, для развертывания системы обеспечения программатик-потребления необходимо вовлечение ритейлеров, агрегаторов и производителей. Первым нужно подготовить свои системы к возможности передавать данные об ассортименте, ценах и специальных акциях из каждой торговой точки в реальном времени. Вторые будут инвестировать в методологию рекомендательной системы и развитие приложений. Третьи же перестроят систему коммуникации с клиентами с массового на индивидуальный уровень и станут изучать то, как потребитель принимает решение о покупке. Так компании смогут «встроиться» в рекомендательные системы и предложить правильный продукт в правильное время.

Новые бизнес-модели позволят компаниям отрасли существенно сокращать свои издержки и повышать качество обслуживания покупателей. В динамической экосистеме каждая из них должна оперативно реагировать на открывающиеся благодаря новым технологиям бизнес-моменты, чтобы сохранить или улучшить свои позиции на рынке в цифровой экономике⁵².

⁵² Васильева Е.В. Тенденции развития бизнеса в цифровой среде // По материалам IV Международной научно-практической конференции "Управленческие науки в современном мире" (1-2 декабря 2015 года) / Финансовый университет при Правительстве РФ. – М., 2016. – с. 234-237.

Список используемой литературы

1. Nielsen. Влияние умных технологий на индустрию fmcg и ритейла // [Электронный ресурс]: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/the-impact-of-intelligent-technologies-on-the-fmcg-industry-and-product-retail.html>, свободный. Дата обращения: 10.09.2017.
2. Ив Пинье, Александр Остервальдер Построение бизнес-моделей. Настольная книга стратега и новатора. М.: Альпина Диджитал, 2012.
3. Васильева Е.В. Тенденции развития бизнеса в цифровой среде // По материалам IV Международной научно-практической конференции "Управленческие науки в современном мире" (1-2 декабря 2015 года) / Финансовый университет при Правительстве РФ.

П.Д. Колесник
студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

г. Москва, Россия

e-mail: colesnik.polina@yandex.ru

+79060985261

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В КОМПАНИИ

Аннотация. Корпоративная культура является одним из главных инструментов менеджмента, хорошее владение которым обеспечивает успешное взаимодействие сотрудников организации, согласованность действий всех уровней управления компании для эффективного достижения поставленных целей. В статье показано, что эффективность деятельности организации во многом зависит от культуры отношений в компании, а формирование корпоративной культуры положительным образом сказывается на успехе компании. Таким образом, корпоративную культуру можно рассматривать как актив компании.

Ключевые слова: корпоративная культура, коллектив, менеджмент организации, эффективность организации.

P.D. Kolesnik, student

Financial University under the Government of

the Russian Federation

Moscow, Russia

e-mail: colesnik.polina@yandex.ru

+79060985261

ROLE OF CORPORATE CULTURE IN THE COMPANY

Abstract: The corporate culture is one of the main instruments of management, good possession of which provides successful interaction of staff of the organization, coherence of actions of all levels of management of the company for effective achievement of goals. In article it is shown that the efficiency of activity of the organization in many respects depends on the culture of the relations in the company, and formation of corporate culture positively affects success of the company. Thus, the corporate culture can be considered as an asset of the company.

Keywords: corporate culture, collective, management of the organization, efficiency of the organization.

Понятию «корпоративная культура» особое внимание стали уделять в первой половине XX века, когда возникла проблема соблюдения баланса интересов всех заинтересованных групп, которые имеют непосредственное отношение к компании, также была необходимость упорядочения взаимоотношений внутри крупных фирм и корпораций. Термин «корпоративная культура» впервые

применил немецкий фельдмаршал Гельмут фон Мольтке, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде, которые регулировались не только уставами, суждениями чести, но и дуэлями. В то время сабельный шрам являлся обязательным атрибутом принадлежности к офицерской «корпорации». Постепенно пришло понимание того, что человеческое поведение, отношение сотрудников к рабочим делам, а также их отношения между собой являются факторами, от которых зависит эффективность организации, в том числе и корпоративной культуры. Позднее были сформулированы рекомендательные Принципы корпоративного управления, которые были утверждены Советом Организации Экономического Сотрудничества и Развития в 1999 г. Именно принципы соблюдения прав акционеров, равноправия акционеров, подконтрольности руководства корпорации, ее прозрачности, лояльности являлись ориентиром для формирования правовой базы, выработки и оценки стратегии управления в компании.

В СССР понятия корпоративной культуры как такового не существовало. Ее элементы можно было наблюдать в профессиональной культуре врачей, железнодорожников, так как жесткая дисциплина и непрерывное производство обуславливали высокие требования к сотрудникам и являлись объединяющим фактором, который способствовал формированию высокого корпоративного духа. В нашей стране формирование корпоративной культуры стало заметно с середины 1980-х годов⁵³. Работа с коллективом носила идеологический характер. Культура деловых и межличностных отношений соответствовала задачам коммунистической идеологии, которая представляла собой моральный кодекс строителя коммунизма. Система общепринятых норм включала в себя субботники, организацию праздничных вечеров, коллективных выездов «на картошку». В период перестройки уже появлялась новая деловая культура, формировавшаяся культурой представителей партийной номенклатуры, которые придерживались бюрократических основ, культурой новых управленцев. Позднее начала формироваться культура, отвечающая особенностям рыночного общества, т.е. свободный рынок и приватизация потребовали от предприятий жесткой самоорганизации, именно поэтому возникла необходимость в изменении не только структуры, но и культуры организации. Все это также отражает мутацию корпоративной культуры в ответ на изменения во всех сферах жизни общества. Проблематика корпоративной культуры до сих пор остается актуальной, поскольку организация и поддержание трудовой деятельности в компании в современных условиях становится важным условием эффективной жизнедеятельности компании.

Идентификация типа корпоративной культуры на стадиях ее формирования является одним из главных определяющих факторов ее роли в деятельности компании⁵⁴. Это позволяет прогнозировать поведение организации, реакцию персонала на решения и действия руководящего состава. Все это дает возможность выработать эффективное управленческое воздействие.

⁵³ Дафт Р. Менеджмент / Р. Дафт. - СПб. : Питер, 2006. - 456 с.

⁵⁴ Козлов В. В. Управление организационной культурой / В. В. Козлов. - М. : Инфра-М, 2001.

Одним из основных подходов к идентификации типов принадлежит американскому социологу Ч. Хэнди. В свою очередь он выделил четыре типа корпоративной культуры (см. табл.1 «Типы корпоративной культуры»).

Таблица 1. Типы корпоративной культуры

Тип корпоративной культуры	Характеристика
Культура власти	<p>Основана на власти, контроле и признании. Отличается жесткой иерархией. Руководитель, заботится о своих людях, награждая и защищая лояльных подчиненных, ставит цели и вдохновляет сотрудников на достижения, у него достаточно авторитета, чтобы в тяжелой ситуации пробудить у персонала уверенность. Данный тип подвижен, что позволяет быстро реагировать на рыночные изменения и опережать конкурентов.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цели - увеличение общего объема капитала и продаж.
Культура роли, или «бюрократическая»	<p>Основана на безопасности, практичности, рациональности. Определены роли, а также система правил, процедур и стандартов. Определяющим фактором власти является положение сотрудника, занимаемое им в иерархической структуре. Однако такой тип эффективен лишь в стабильной окружающей среде, т.к. не может быстро реагировать на изменения рыночной ситуации.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цели - долгосрочные разработки, стабильная прибыль.
Культура задачи, или «результативная»	<p>Основана на практичности, полезности, накоплении богатства. Данный тип нацелен на реализацию проектов. Отличителен высоким профессионализмом сотрудников и командным духом. Необходим для выявления оптимального соотношения между жесткой субординацией и предоставлением самостоятельности нижестоящим сотрудникам.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цели - рост, прибыльность.
Культура личности, или «инновационная»	<p>Основана на инновационности. Нацелена на решение задач с трудно прогнозируемыми результатами. Отличителен специалистами разного профиля и квалификации. Свойственна неформальность межличностных отношений. Данный тип культуры эффективен на динамично развивающихся рынках, охватывающих IT-сектор и сферу услуг. Отсутствует контроль и иерархия.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цели – инновационные разработки, сверхприбыли.

Исходя из вышеприведенной характеристики различных типов культур, следует отметить, что в компаниях с культурой личности эффективность деятельности сотрудников зависит от рационального распределения работы и собственного осознания ответственности за принятые решения. Культура власти

же встречается в маленьких предпринимательских организациях, в компаниях, занимающихся собственностью, торговлей, финансами. Структура компании зависит от центрального источника власти, власть исходит из центра, а распространяется в виде центральных волн. Однако к сотруднику, который не оправдал доверия, такая культура относится жестко. Также свойственна она на стадии создания стартапов, выведения нового продукта на рынок⁵⁵. Что касается культуры роли, она подойдет менеджерам, которые хотят безопасности и предсказуемости, достигнуть цели, выполняя роль, которые придерживаются возможности квалифицированно применять принятую методологию, а не конечный результат. Приведу в пример производство автомобилей «Форд» в начале XX столетия Генри Форда. Сильным качеством Форда как создателя автомобильной индустрии США было понимание значения «производительности». Была внедрена конвейерная сборка, налажен массовый выпуск автомобилей. Ему была не безразлична судьба тысяч рабочих. Он создавал условия для их духовного развития⁵⁶. Г. Форд первым начал здороваться с рабочими за руку и поздравлять их с праздниками, заботясь о создании благоприятной атмосферы и приверженности сотрудников. Так же стоит отметить, что Форд ставил определенные цели перед своими подчиненными. Он акцентировал внимание на работе и внушал работникам, что они создают автомобиль для каждого, а значит и для себя. Это и зародило корпоративный дух. Генри осуществлял разные виды мотивации: экономическую, административную и социально-психологическую, т.е. мог за хорошую работу повысить заработную плату, публично порицал или хвалил того или иного работника, что несомненно давало своеобразный стимул к работе, помещал фотографию работника за отличную работу на доску почета компании. Сила данного примера в рамках культуры личности заключается в том, что Г. Форд нашел уникальный подход к управлению за счет новаторских введений. Все это улучшило жизнь множества людей во всем мире.

Другой тип культуры, а именно культура задач подходит компаниям, в которых цикл существования продукта скоротечен и важна скорость реакции. Данная концепция хорошо работает в рекламном бизнесе, так как новый клиент это новая задача, которую необходимо решить. Однако, если взять большую организацию, то это условие будет противоречить всем ее трудностям управления, возникающим из-за необходимости создания рациональной структуры⁵⁷.

Корпоративная культура – это один из основных элементов, который необходим для правильного понимания и управления организационным поведением. Стоит отметить тот факт, что на деятельность компании влияние оказывают как внешние факторы, так и обстановка внутри нее. Компания «McKinsey», сформировала концепцию «7S» или «Счастливый атом» после того, как руководство убедилось в эффективности формирования корпоративной культуры. Они наблюдали повышение работоспособности сотрудников и быстрое достижение поставленных целей. Компания непрерывно проводила наглядный

⁵⁵Грошев И. В. Организационная культура / И. В. Грошев. - М. : Юнити, 2004.

⁵⁶Капитонов Э. А. Корпоративная культура: Теория и практика / Э. А. Капитонов. - М. : Альфа-пресс, 2014.

⁵⁷Капитонов Э. А. Корпоративная культура и PR. МарТ, 2003.

анализ всех семи основных элементов фирмы: стратегия (Strategy), совместные ценности (Shared Values), совокупность навыков (Skills), структура компании (Structure), сотрудники (Staff), система управления (Systems) и стиль взаимоотношений (Style). Сотрудники McKinsey непрерывно обучаются, даже существует ряд формальных образовательных программ, в которых они принимают участие на разных стадиях своей работы. Это служит неким вводным курсом для пришедших новичков, в процессе работы каждый обязан пройти MBA курс, которые еще не имеют бизнес образования, в компании проводятся мастер-классы по работе с клиентами для тех, кто недавно был переведен в ранг партнера. В компании постоянно происходит мониторинг обратной связи по поводу содержательности рекомендаций клиентам, скорости и качества подготовки презентаций между сотрудниками для повышения качества их работоспособности и взаимосвязи. В рамках корпоративной культуры организации принято, что все сотрудники, включая новичков, побуждаются к высказыванию своего мнения, как касательно проблем клиентов, так и процессов и ситуаций, которые возникают внутри компании в ходе работы над проектами. Наставничество является одним из ключевых процессов в McKinsey. По данным McKinsey нынешний управляющий директор компании Доминик Бартон до 60% своего рабочего времени тратит на менторство и развитие персонала⁵⁸. Стоит отметить тот факт, что данная компания, ориентируясь на личный опыт, пришла к выводу, что именно сотрудники способны определить эффективность производительности предприятия, так как в интересах руководителей создать комфортную среду для работы, отдыха персонала. В данном случае именно корпоративная культура представляет собой совокупность инструментов вознаграждения сотрудников, развития их лояльности по отношению к организации, а также инструментов мотивации. Также руководство компании было уверено в том, что в основе формирования корпоративной культуры находится стратегия компании, которая необходима для обозначения направлений развития и целей компании, определения ключевых потребностей организации. «Зачем существует компания?», «Куда движется компания?», «Каким образом будет проходить процесс движения?» - эти вопросы позволяют точно определить предназначение компании, сформулировать ключевые цели, выявить основные направления деятельности фирмы. Конкретные ответы на данные вопросы обеспечат работникам компании грамотную постановку их собственных задач. Корпоративная культура помогает определить направление в индивидуальной деятельности сотрудника, а также значимые для коллектива критерии поведения. Хотелось бы привести пример влияния корпоративной культуры в международной компании DHL. В каждом филиале DHL в разных странах имеется своя футбольная команда, играют в ней сотрудники, даже проводятся чемпионаты. Благоприятная атмосфера внутри компании помогает людям легче переносить и внешние невзгоды, переживая трудности и кризисы. Стоит отметить и тот факт, что компания DHL имеет высокий престиж на мировом и отечественном рынках, поэтому к своим сотрудникам не имеет права относиться

⁵⁸Исследование McKinsey & Company: Главная проблема российской экономики — низкая производительность труда. : Центр гуманитарных технологий, 2009.

по заниженным меркам. Компания также сформировала определенный социальный пакет, в который входят горячие обеды и медицинская страховка. Что касается инструментов мотивации: в фирме создана система бонусов и вознаграждений за отличную работу. Например, сотруднику прямо дают понять, что он нужен, а следовательно появляется уважение к себе и к своим коллегам. Экономия в таком случае для компании велика, так как количество производственных конфликтов снижается до минимума⁵⁹. Вследствие благоприятных условий для работы в данной компании разница в объемах продаж у сотрудников достигла 30%. Таким образом, можно убедиться в том, что корпоративная культура является условием повышения у сотрудников чувства определенности и стабильности во взаимоотношениях с организацией, что в свою очередь является важнейшим фактором повышения мотивационной деятельности и влияния корпоративной культуры на эффективность компании.

Примером компании с четко сформированной и эффективной организационной культурой является ИКЕА, которая предполагает регулярное проведение «недели антибюрократии», во время которых менеджеры работают, например, продавцами-консультантами или кассирами. Сотрудников не смущает то, что топ-менеджеры не получают никаких привилегий и что высшее руководство всегда готово принять непосредственное участие в работе более низких по должности сотрудников. На стене одного из главных офисов ИКЕА висит гигантский плакат, на котором еженедельно отражаются темпы и объемы продаж, лучшие рыночные показатели по странам, что является мощным мотивационным инструментом. Эффективная деятельность ИКЕА отражает то, что экономический рост и успех компании зависят и от общепринятых в ней норм. Этические стандарты организации способны сформировать политику корпоративного поведения коллектива, которая основана на учете интересов сотрудников и руководства. Именно это способствует укреплению позиций персонала и повышению эффективности коллективной деятельности⁶⁰. По этой причине некоторые организации сознательно и с большей ответственностью подходят к формированию собственной корпоративной культуры, создавая нужный им тип, который отвечал бы всем целям компании.

Исследования статистических агентств за последние годы показывают, что в компаниях, в которых организационная культура соответствует изменяющимся требованиям конкурентной среды, а именно прослеживается тенденция увеличения на 57% дохода от операционной деятельности, в том числе влияние оказано было на возврат инвестиций, они увеличились на 41% ,и на 36% стоимость акций, в сравнении с компаниями, в которых корпоративная культура не соответствует необходимым требованиям.

В заключении хотелось бы сказать, что если управлять корпоративной культурой, сознательно проводить политику по ее формированию, то при помощи организационной культуры можно повышать эффективность организации, т.е. результативность ее деятельности, экономичность производственного процесса, а

⁵⁹Круглова Ю. Н. Хозяйственное право: Учебное пособие (3-е издание, переработанное и дополненное). М. : КНОРУС, 2013. - 434 с.

⁶⁰Уэбстер Р. Теории информационного общества. М.: : Аспект-пресс, 2004. - 300 с.

также создавать необходимые условия для существования под влиянием внешних и внутренних факторов. Именно поэтому корпоративная культура является потенциальным активом компании, так как от понимания его ценности зависит успех всей организации. Необходимо уметь создавать и развивать корпоративную культуру, потому что она стимулирует инновации и управление изменениями, что является приоритетным направлением развития бизнеса.

Список использованной литературы

1. *Козлов, В. В.* Управление организационной культурой / В. В. Козлов. - М. : Инфра-М, 2001.
2. *Грошев, И. В.* Организационная культура / И. В. Грошев. - М. : Юнити, 2004.
3. Исследование McKinsey & Company: Главная проблема российской экономики — низкая производительность труда. : Центр гуманитарных технологий, 2009.
4. *Кремнева, Н. Ю.* Формирование корпоративной культуры: инновации и стереотипы. Социологические исследования / Н. Ю. Кремнева. - 2007. - 57 с.
5. *Дафт, Р.* Менеджмент / Р. Дафт. - СПб. : Питер, 2006. - 456 с.
6. *Уэбстер, Р.* Теории информационного общества / Р. Уэбстер. - М.: : Аспект-пресс, 2004. - 300 с.
7. *Капитонов, Э. А.* Корпоративная культура и PR / Э. А. Капитонов: МарТ, 2003.
8. *Капитонов, Э. А.* Корпоративная культура: Теория и практика / Э. А. Капитонов. - М. : Альфа-пресс, 2014. - 352 с.
9. *Круглова, Ю. Н.* Хозяйственное право: Учебное пособие (3-е издание, переработанное и дополненное) Ю. Н. Круглова. - М. : КНОРУС, 2013. - 434 с.

А.В. Пенчук
аспирантка кафедры «Государственное и муниципальное управление»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: penchukav@yandex.ru
+7(915)361-92-93

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО МАКРОРЕГИОНА

Аннотация: Развитие Дальнего Востока определено Посланием Президента Российской Федерации В.В.Путина Федеральному Собранию Российской Федерации в качестве национального приоритета на весь XXI век. Несмотря на то, что макрорегион обладает рядом конкурентных преимуществ (близость к мировому рынку Азиатско-Тихоокеанского региона, наличие богатой природно-ресурсной базы, научно-образовательный потенциал), он не является лидером среди иных приоритетных территорий по инвестиционной привлекательности. В статье приведен анализ текущего состояния инвестиционного климата в реальном секторе экономики Дальневосточного макрорегиона, выявлены проблемы привлечения инвестиций и даны рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: Дальневосточный макрорегион, реальный сектор экономики, инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестор.

Anastasiya Vitalievna Penchuk
postgraduate student, Department of «State and municipal management»
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation
E-mail: penchukav@yandex.ru
+7(915)361-92-93

THE PROBLEMS OF ATTRACTING INVESTMENTS INTO THE REAL SECTOR OF ECONOMY OF THE FAR EASTERN MACROREGION

Abstract. The development of the Far East determined by the Message of the President of the Russian Federation V. Putin to the Federal Assembly of the Russian Federation as a national priority for all XXI century. Though that the macroregion has a number of competitive advantages (proximity to the world market of the Asia-Pacific region, the availability of a rich natural resource base, scientific and educational potential), he is not the leader among the other priority areas in terms of investment attractiveness. The article presents the analysis of the current state of the investment climate into the real sector

of economy of the Far Eastern macroregion, problems of attracting investments and recommendations for their elimination.

Keywords: Far Eastern macroregion, the real economy, investments, investment attractiveness, investor.

Мировой опыт свидетельствует о том, что политика продуманного привлечения капитала в реальный сектор — эффективный и достаточно надёжный способ выхода из кризиса, рычаг ускорения социального и экономического развития регионов страны. Таким образом, направление инвестиций в экономику не одного субъекта Российской Федерации, а в целый ряд регионов, объединенных в единую пространственную структуру под названием макрорегион, является одной из приоритетных задач, которые предстоит решить в ближайшее время. В статье рассмотрены проблемы притока инвестиционных вложений в реальный сектор экономики Дальневосточного макрорегиона, поскольку развитие Дальнего Востока России – национальный приоритет на весь XXI век и реализация новой государственной политики по ускоренному развитию макрорегиона невозможна без формирования конкурентоспособных условий для инвестирования и ведения бизнеса.

Дальневосточный макрорегион располагает уникальным набором конкурентных преимуществ, среди которых:

- близость к мировому рынку Азиатско-Тихоокеанского региона;
- наличие богатой природно-ресурсной базы;
- научно-образовательный потенциал.

Однако, несмотря на наличие указанных преимуществ, субъекты Дальневосточного макрорегиона не входят в число лидеров по инвестиционной привлекательности (таблица 1).

Таблица 1 Рейтинг инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации за 2016 год⁶¹

Регион	Ранг инвестиционного потенциала	Регион	Ранг инвестиционного риска
Москва	1	Краснодарский край	1
Московская область	2	Тамбовская область	2
Санкт-Петербург	3	Липецкая область	3
Краснодарский край	4	Ленинградская область	4
Свердловская область	5	Московская область	5

⁶¹ Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://raexpert.ru>

Республика Татарстан	6	Курская область	6
Красноярский край	7	Республика Татарстан	7
Ростовская область	8	Белгородская область	8
Нижегородская область	9	Воронежская область	9
Челябинская область	10	Тульская область	10
Дальневосточный макрорегион			
Республика Саха (Якутия)	20	Амурская область	32
Приморский край	21	Сахалинская область	33
Хабаровский край	33	Хабаровский край	37
Сахалинская область	43	Приморский край	46
Амурская область	68	Республика Саха (Якутия)	49
Камчатский край	72	Магаданская область	71
Магаданская область	77	Камчатский край	74
Чукотский автономный округ	80	Еврейская автономная область	76
Еврейская автономная область	81	Чукотский автономный округ	82

Во многом это обусловлено наличием слабо развитой связывающей и социальной инфраструктуры, значительным оттоком населения из макрорегиона и связанным с ним дефицитом кадров, дороговизной жизни, значительной дифференциацией доходов населения, низким качеством городской среды, продовольственной зависимостью.

Вместе с тем в основе успеха крупнейших по уровню инвестиционного потенциала и минимальному по уровню инвестиционного риска регионов (Москва, Московская область, Краснодарский край и другие) лежат масштабные инвестиционные программы: собственные, в рамках государственно-частного партнерства или при поддержке федерального бюджета. Кроме того, в данных субъектах на протяжении долгих лет формировалась инвестиционная инфраструктура, которой на современном этапе инвесторы доверяют и в которой работают уже долгое время.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации объем инвестиций в рассматриваемый федеральный округ составил 6,7% от общего объема инвестиций России. Удельный вес инвестиций за счет собственных средств составил 43,5%, привлеченных средств – 56,5%, в том числе 10,6% – за счет средств федерального бюджета.⁶² Перечисленные выше данные свидетельствуют о том, что инвестиции в Дальний Восток незначительны.

⁶² Масакова И.Д. Инвестиции в России. Стат. сб./ Росстат. - М., И58, 2016. – 190 с.

Таблица 2 Объем инвестиций по федеральным округам в процентном соотношении от всех инвестиций России (%)

Федеральный округ	2014 год	2015 год	2016 год
Дальневосточный	6,1	6,1	6,7
Сибирский	10,7	9,5	9,6
Уральский	17,2	17,3	18,7
Приволжский	17,4	16,8	16,6
Северо-Кавказский	3,8	3,5	3,3
Южный	9,4	8,3	7,6
Северо-Западный	10,0	9,9	11,3
Центральный	25,4	25,2	25,9

Как видно из данных таблицы 2, объем инвестиций в Дальневосточный макрорегион начиная с 2015 года увеличивается, что во многом связано с проводимой политикой государства, направленной на формирование благоприятного инвестиционного климата, и включающей следующие элементы:

- функционирование территорий опережающего развития,
- свободный порт Владивосток,
- адресная инфраструктурная поддержка инвесторов,
- программа «дальневосточный гектар»,
- электронная виза для иностранных туристов.

В отраслевом аспекте структура инвестиций на Дальнем Востоке выглядит следующим образом:

- экспортно-ориентированные отрасли (горнодобывающая, целлюлозно-бумажная, деревообрабатывающая и др.);
- сфера услуг (торговля, гостиничный бизнес, финансовые услуги).

На данный момент Дальневосточный макрорегион позиционируется в качестве крупного поставщика сырья, продукции первого передела, а также в виде импортера услуг, ориентированных на максимальный спрос. В структуре валового регионального продукта субъектов Российской Федерации, входящих в Дальневосточный макрорегион, большой удельный вес занимает добыча полезных ископаемых, оптовая и розничная торговля, транспорт и связь, государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное страхование.⁶³

При этом макрорегион сталкивается с новыми вызовами и проблемами, которые негативно влияют на привлечение капитала в реальный сектор экономики Дальнего Востока. Взаимосвязь этих проблем только усиливает их отрицательное воздействие на инвестиционный климат Дальневосточного

⁶³ Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru>

макрорегиона. Таким образом, чтобы решить сложившуюся ситуацию, необходимы значительные нормотворческие и организационные усилия как от российских федеральных и региональных властей, так и от отдельных предприятий и финансовых институтов.

Во-первых, негативно на вложение капитала сказывается несовершенство нормативной базы, в частности таможенного и налогового законодательства. Для устранения такого вызова необходимо создать простую и понятную систему налогообложения, стимулирующую деятельность инвесторов (инфраструктурная поддержка инвестиционных проектов, инвестиционные квоты на вылов рыбы и др.), использовать фискальные стимулы для предпринимательской деятельности, преференции или частичное освобождение от пошлин, связанные с поставками импортного оборудования, сырья и комплектующих, используемых на предприятиях с прямыми иностранными инвестициями, регламентировать перечень налогов, которые могут вводить субъекты Российской Федерации и местные органы власти, а также ограничить суммарное налоговое бремя по этим налогам, облегчить доступ инвесторов к информации об инвестиционных возможностях как российской экономики в целом, так и макрорегионов и субъектов Российской Федерации.

Во-вторых, недостаточный уровень защищенности интересов инвесторов. Решению данной проблемы будет способствовать пересмотр системы государственных гарантий отечественным и иностранным инвесторам, включая предоставление гарантий на случай изменения условий хозяйственной деятельности в течение периода реализации инвестиционного проекта.

В-третьих, дефицит квалифицированных трудовых ресурсов. Привлечению кадров в макрорегион будет способствовать развитие следующих механизмов:

- бесплатное предоставление переселенцам на постоянное место жительства на Дальний Восток земельных участков для осуществления жилищного строительства;
- разработка программ долгосрочного льготного ипотечного кредитования;
- предоставление гарантий о трудоустройстве выпускникам университетов, расположенных в Дальневосточном макрорегионе;
- оплата расходов на проезд, провоз багажа и личного имущества;
- выплата «подъемных».

Перечисленный комплекс мер будет способствовать улучшению инвестиционного климата в реальном секторе экономики Дальневосточного макрорегиона. Так же улучшать имидж Дальнего Востока можно посредством издания информационных буклетов об успехах бизнеса в макрорегионе, и организации пресс-туров для зарубежных журналистов, направленных

на то, чтобы продемонстрировать российскую реальность, какая она есть на самом деле, а не такой, которая, порой, нам кажется.

Список использованной литературы:

1. Коллективная монография под ред. проф. Косяковой И.В. «Реальный сектор экономики России: стратегии управления, инвестиции и инновации» – М.: Издательство «Перо», 2016. – 215.
2. Масакова И.Д. Инвестиции в России. Стат. сб./ Росстат. - М., И58, 2016. – 190 с.
3. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт» [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://raexpert.ru>.
4. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gks.ru>.
5. Филатова Н. И., Канищева Т. Д. Иностраные инвестиции в Российской Федерации и проблемы их привлечения. Вопросы экономики и управления, 2015. — 47-50 с.

Е.В. Морозова
начальник отдела развития кластеров
ОАУ «Центр кластерного развития Липецкой области»
+7 (4742) 57-52-03, 8950801236

ОПЫТ РЕАЛИЗАЦИИ ЭФФЕКТИВНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ ЧЕРЕЗ ПРОГРАММНУЮ ПОДДЕРЖКУ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: Отмечается, что кластерная политика сегодня - наиболее действенный инструмент по повышению конкурентоспособности территорий. В статье рассматривается опыт реализации программного подхода государства в части поддержки и развития инновационных территориальных кластеров Российской Федерации.

Ключевые слова: кластер, кластерная политика, инновационный кластер, конкурентоспособность, программа развития кластера, приоритетный проект.

Ekaterina V. Morozova
The Chief of clusters development department
Joint Co «The clusters development Centre at Lipetsk region»
+7 (4742) 57-52-03, 8950801236

EXPERIENCE OF IMPLEMENTATION OF EFFECTIVE CLUSTER POLICY THROUGH PROGRAM SUPPORT OF INNOVATIVE TERRITORIAL CLUSTERS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: Today, cluster policy is the most efficient tool to improve the competitiveness of territory economies. The article examines the experience of implementing the state's program approach in terms of supporting and developing innovative territorial clusters of the Russian Federation.

Keywords: cluster, cluster policy, innovation cluster, competitiveness, cluster development program, priority project.

На современном этапе развития общественно-историческому процессу присущи глобализация и динамизм, которые способствуют увеличению темпов экономического роста и, как следствие, влекут за собой неопределенность и неустойчивость развития, выступают дестабилизирующим фактором, существенно осложняющим управление социально-экономическими системами.

Тем не менее, одним из основных составляющих, оказывающих влияние на процессы социально-экономической трансформации в стране, является региональный фактор.

За прошедшие пять лет повестка, связанная с повышением качества кластерной политики, заняла важное место в программе действий российского правительства. Кластерные инициативы как эффективный механизм формирования и развития кооперационных проектов получили активное распространение в субъектах Российской Федерации.

Как показывает анализ лучших мировых и отечественных практик, кластерный подход, позволяя выстроить стратегический диалог между органами власти и профессиональным сообществом, служит инструментом стимулирования инноваций на региональном уровне, повышения эффективности государственной политики за счет реализации комплексных программ поддержки, подключения институтов развития.

Первой и самой масштабной в России инициативой по поддержке кластеров в соответствии с поручениями Президента и Правительства Российской Федерации [1] стал запуск Министерством экономического развития Российской Федерации программы поддержки пилотных инновационных территориальных кластеров (ИТК) в 2012 году.

Ее идеология и дизайн были разработаны с учетом положений, содержащихся в ключевых стратегических документах в области социально-экономического развития и инноваций, а также передового зарубежного опыта. Вся программа поддержки была нацелена на усиление кооперационных связей между предприятиями, научными и образовательными организациями кластеров, развитие территорий с наиболее высоким научно-техническим и производственным потенциалом. За время, прошедшее с ее старта, кластерами были реализованы несколько первоочередных задач, среди которых – развитие сети поставщиков крупных промышленных производств, привлечение прямых инвестиций, поддержка инновационного предпринимательства. Значимым фактором развития кластеров стало предоставление целевых субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации, на территории которых локализованы пилотные ИТК. За период 2013–2015 гг. суммарный объем субсидий превысил 5 млрд руб. В частности, на развитие инновационной и образовательной инфраструктуры в кластерах было выделено 3.6 млрд руб.; на повышение квалификации, переподготовку кадров, методическую, организационную, экспертно-аналитическую и информационную поддержку – 951 млн руб.; на развитие кооперации, продвижение продукции, в том числе на внешние рынки (бизнес-миссии, выставочно-ярмарочные, коммуникативные мероприятия и др.) – 432 млн руб.

В 2013-2015 гг., по данным Минэкономразвития России, объем производства в рамках кластеров увеличился в постоянных ценах на 429 млрд руб. – почти до 2 трлн руб. (решающий вклад внесли кластеры

Республики Татарстан, Калужской области и Хабаровского края). На фоне негативных общеэкономических тенденций предприятия продемонстрировали положительную динамику по ряду показателей: выработка на одного работника в реальном выражении выросла на 10%, число новых высокопроизводительных рабочих мест – более чем на треть, 40 тыс. сотрудников прошли обучение по программам профессиональной подготовки и повышения квалификации. Развитие пилотных ИТК стало существенным фактором роста инвестиционной активности: на каждый рубль бюджетных инвестиций, направленных на поддержку участников кластеров и инфраструктурных объектов, было привлечено более 3,5 руб. из внебюджетных источников. Всего за три года инвестиции из бюджетных и внебюджетных источников составили свыше 98 и 360 млрд руб. соответственно. Наблюдается усиление научной кооперации участников кластеров: за период 2013-2015 гг. совокупный объем совместных исследовательских проектов превысил 75 млрд руб.

Основные показатели развития пилотных ИТК значительно превосходят средние значения по регионам их базирования. В частности, объем совокупной выручки их участников от продаж продукции на внешнем рынке выше в среднем на 20%, объем отгруженной инновационной продукции собственного производства, инновационных работ и услуг, выполненных собственными силами, – на 60-90% [2].

Одновременно с этим наметились видимые разрывы между кластерами, входящими в утвержденный перечень, по большинству ключевых показателей. Так, по данным Минэкономразвития России, на конец 2015 г. только у 6 из 27 пилотных ИТК число организаций-участников достигло 130, причем у четырех из них – вплотную приблизилось к 200 либо даже преодолело эту отметку (кластеры Республики Татарстан, Томской области, оба кластера Санкт-Петербурга). В то же время у других кластеров этот показатель едва дотянул до 80, а у некоторых оказался ниже 50. Что касается совокупной численности работников организаций-участников, то лишь у 12 пилотных ИТК она превысила 20 тыс. чел. Лидировали здесь кластеры Республики Татарстан (более 100 тыс. чел.), Архангельской и Самарской областей, Республики Удмуртия и «ФИЗТЕХ-XXI» Московской области (более 40 тыс. чел.). У остальных по данным Минэкономразвития России значение индикатора гораздо скромнее – обычно не более 10 тыс. чел. Пилотные ИТК различались и по эффективности деятельности. Только у 12 из них годовая выработка на одного работника организаций-участников достигла 2.5 млн руб. (в ценах 2015 г.). В кластерах республик Башкортостан и Татарстан, Хабаровского края, Архангельской, Кемеровской,

Ленинградской и Нижегородской областей, Санкт-Петербурга этот показатель превысил 4.5 млн руб. Таким образом, среди пилотных ИТК сформировалась группа кластеров – лидеров по ряду удельных показателей эффективности и масштабам деятельности. Аналогичная дифференциация кластеров наблюдалась и в отношении объемов полученной ими государственной поддержки.

Можно выделить небольшую группу кластеров, получивших в 2013-2015 гг. основной объем субсидий из федерального бюджета, причем ее состав год от года практически не менялся (кластеры Самарской, Новосибирской, Томской и Московской областей, республик Татарстан и Мордовия). Дифференциация пилотных ИТК по ключевым показателям развития объясняется и различиями в моделях территориальной организации и пропорциях между научно-технической и производственной деятельностью в структуре занятости.

Исходя из их модели организации пилотные ИТК можно подразделить на три группы:

- кластеры, образованные на базе «якорных» высокотехнологичных предприятий: Судостроительный (Архангельская область), Автомобилестроение и нефтехимия (Нижегородская область), «Технополис «Новый Звездный» (Пермский край) и др.;
- кластеры, образованные на базе ведущих научных и образовательных центров: Фармацевтика, биотехнологии и биомедицина (Калужская область), Биотехнологический (Московская область), Саровский инновационный (Нижегородская область) и др.;
- кластеры, образованные на базе малого и среднего инновационного бизнеса: Радиационные технологии (Санкт-Петербург), «Дубна» (Московская область), Биофармацевтический (Алтайский край).

Различия в моделях организации пилотных ИТК обусловлены еще и типологией инициаторов формирования кластерных инициатив. В этой роли выступают как крупнейшие производственные компании (в частности ОАО «Информационные спутниковые системы» им. академика М.Ф. Решетнёва в Кластере инновационных технологий ЗАТО г. Железногорск) или группы малых и средних предприятий (НП «РУССОФТ» в ИТ-кластере г. Санкт-Петербурга), так и ведущие научные центры страны (институты РАН в Биотехнологическом кластере г. Пущино) или вузы (НИУ «Московский физико-технический институт» в кластере «Физтех XXI»).

Эффективность кластерной политики в период 2013–2015 гг. достигнута за счет комбинирования различных инструментов государственной поддержки. Дальнейшая эволюция пилотных ИТК будет

обеспечиваться комплексным развитием территорий их базирования, когда улучшение региональной инновационной экосистемы сочетается с поддержкой социальной и инженерной инфраструктуры. Драйвером роста выступают сформированные в субъектах Российской Федерации команды на базе специализированных организаций кластеров, способные стать основой для создания полноценных управляющих компаний. Таким образом, для достижения инновационными кластерами мирового уровня инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности целесообразно формирование программы их адресной поддержки.

В 2016 г. Минэкономразвития России вышло на новый уровень поддержки территориальных кластеров, запустив приоритетный проект «Развитие инновационных кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня». Его основные цели – повышение конкурентоспособности экономики, создание точек опережающего роста, инновационное развитие, рост экспорта высокотехнологичной продукции и коммерциализация технологий, повышение производительности труда и создание высокопроизводительных рабочих мест. Новая инициатива учитывает предшествующий опыт программы поддержки пилотных инновационных территориальных кластеров (ИТК) [4], но с акцентом на ряде приоритетных направлений:

- формирование системы управления кластерами, базирующейся на актуальном опыте и высоком качестве человеческих ресурсов;
- содействие в доступе к существующим формам поддержки развития территорий, в том числе с использованием статусов особой экономической зоны (ОЭЗ) и территорий опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР);
- содействие встраиванию территорий в программы развития поставщиков крупных компаний с государственным участием; поддержка выхода на внешние рынки, включая стимулирование экспорта, привлечение инвестиций, содействие кооперации с зарубежными партнерами.

В результате реализации проекта к концу 2020 г. планируется достичь следующих целевых показателей: увеличение выработки на одного работника не менее чем на 20% к уровню 2016 г.; создание или модернизация не менее 100 тыс. высокопроизводительных рабочих мест; привлечение инвестиций за счет внебюджетных источников в объеме не менее 300 млрд руб.; финансирование научных исследований и разработок, выполняемых совместно двумя и более организациями кластера либо одной и более организацией совместно с иностранными организациями, в объеме не менее 100 млрд руб.; увеличение числа патентов на изобретения в организациях –

участниках кластеров не менее чем в 3 раза; создание не менее 300 технологических стартапов, получивших инвестиции; удвоение объема совокупной выручки компаний – участников кластеров от несырьевого экспорта по отношению к уровню 2016 г.; рост средней доли добавленной стоимости в выручке организаций – участников кластеров не менее чем на 20% к уровню 2016 г.

Первым этапом приоритетного проекта стал конкурсный отбор заявок на включение в перечень инновационных кластеров – лидеров инвестиционной привлекательности мирового уровня. Для проведения процедуры отбора был организован Совет приоритетного проекта Минэкономразвития России (далее – Совет проекта), в состав которого вошли представители федеральных органов исполнительной власти, институтов развития, компаний с государственным участием, ведущих научных и образовательных центров, бизнес-ассоциаций.

Кластеры, подавшие заявки, относились к одному из следующих типов: ведущий научно-образовательный центр мирового уровня, ориентированный на использование потенциала расположенных на его территории научных и образовательных организаций; кластер средних и крупных компаний–инновационных лидеров, характеризующийся ведущей ролью предприятий-участников.

Отбор кластеров проходил в две стадии. Первая – заочная – фаза включала экспертизу документов и подготовку заключений, вторая – серию защит стратегий развития кластеров (октябрь 2016 г.). При отборе Советом проекта оценивались текущий уровень развития кластера; динамика планируемых значений целевых показателей; проработанность и реалистичность содержащихся в программе мероприятий с точки зрения достижения целевых показателей.

В ходе рассмотрения и оценки заявок в первую очередь отбирались кластеры, сочетающие мировой уровень конкурентоспособности базирующихся на их территории предприятий, высокую динамику роста объемов производства, значительный научно-технический потенциал сосредоточенных в них исследовательских и образовательных организаций. В результате был сформирован перечень из 11 участников приоритетного проекта. В него вошли инновационные кластеры республик Башкортостан, Мордовия и Татарстан, Красноярского края, Томской, Калужской, Липецкой, Новосибирской, Самарской и Ульяновской областей, Консорциум инновационных кластеров Московской области. С каждым из отобранных кластеров Минэкономразвития России планирует выстраивать индивидуальную работу, оказывая содействие в решении задач, связанных с

использованием механизмов государственной поддержки, взаимодействием с компаниями с государственным участием, институтами развития, зарубежными партнерами. Кластерам, не прошедшим отбор, будет предоставлена консультационная и организационная поддержка, а также помощь в доработке и реализации стратегий развития.

В заключение можно выделить несколько направлений кластерной политики в современных условиях:

- поддержка совместных проектов участников кластеров вместо субсидирования отдельных предприятий;
- поддержка кластеров в возникающих индустриях, содействие их ориентации на поиски уникальных ниш на рынках будущего;
- стимулирование межкластерного взаимодействия, формирование кросс-кластерных проектов и их системное продвижение на внешние рынки;
- смещение акцентов с развития отдельных кластеров в регионе к управлению портфелем кластеров, находящихся на разных стадиях развития.

Список использованной литературы:

1. Поручение Президента Российской Федерации по итогам заседания президиума Государственного совета Российской Федерации от 11 ноября 2011 г. (протокол № Пр-3484ГС от 22 ноября 2011 г., пункт 2, подпункт «в»), решения Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям от 30 января 2012 г. (протокол № 1, раздел I, пункт 6, подпункт «б»).

2. Минэкономразвития России (2015) Кластерная политика: концентрация потенциала для достижения глобальной конкурентоспособности. СПб.: «Corvus».

3. Куценко Е.С., Исланкина Е.А. (2017) Обновление региональных инновационных стратегий на принципах умной специализации: уроки для России // XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 т. Кн. 3. М.: Издательский дом НИУ ВШЭ. С.390–399.

4. НИУ ВШЭ (2016а) Методические материалы по разработке и реализации программ развития инновационных территориальных кластеров и региональной кластерной политике. М.: НИУ ВШЭ.

© Морозова Е.В., 2017

Е.В. Себеченко
студентка финансово-экономического факультета
Финансового университета при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: katya-sebечenko@yandex.ru
+79852413377
Научный руководитель:
к.э.н, доцент, Варнавский А.В.

ТОКЕНИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Аннотация: В настоящее время некоторые проекты внедряют новые технологии, не задумываясь об их необходимости или функциональном содержании, - для них эта мера является лишь маркетинговым ходом. В действительности, правильный подход к выявлению тех процессов, которые нуждаются в модернизации, важен для эффективного составления бизнес-модели, учитывающей тенденции экономического и технологического развития. Токенизация способна оказать положительное влияние на любой элемент бизнес-модели в зависимости от деятельности компании, что успешно применяется многими создаваемыми проектами.

Ключевые слова: токенизация, ICO, стартап, бизнес-модель

E.V. Sebечenko
4-year student, finance and economic faculty
Financial University under the Government of Russian Federation
Moscow, Russian Federation
Scientific adviser:
c.e.s., docent, Varnavskii A.V.

TOKENISATION OF MODERN BUSINESS-MODELS

Abstract: Nowadays some projects introduce new technologies without thinking about their necessity or functions – it is just a marketing for them. Actually, it is necessary to find out the points of business process that need modernization by modern economic and technological solutions. So, tokenization is an innovation that can effectively influence every element of business-models. Many startups successfully use this invention at present time.

Keywords: tokenization, ICO, startup, business-model

Тенденции современного бизнеса стремятся к становлению цифровой экономики. В настоящее время никого не удивишь компаниями, ведущими свою деятельность через Интернет. При этом пять из них входят в список крупнейших в

мире корпораций по рыночной капитализации в 2016 году: Alphabet, Facebook, Amazon.com, Oracle, Alibaba⁶⁴.

Однако, технологии находятся в стадии постоянного развития, что влечет появление новых моделей ведения бизнеса. 2017 год оказался прорывом в токенизации бизнес-моделей: с помощью ICO с начала года проекты смогли привлечь более 2,2 млрд. долларов. Даже в половину такой результат в данной области не достигался ранее.

Прежде чем разобраться, за счет чего токенизация стала столь популярна среди современных стартапов, стоит определить, что является для любой компании определяющими направлениями развития.

Успешное развитие бизнеса сопряжено со множеством факторов, которые предпринимателю приходится предусматривать. К сожалению, большинство считает, что качественный товар – это единственное условие, обязательное к исполнению для завоевания своей доли на рынке.

Естественно, то, что вы производите, - это важный фактор; но стоит помнить, что компания никогда не ограничивается техническим отделом, доводящим производимый продукт до совершенства. Всегда необходимо учитывать, актуален ли продукт, на какую целевую аудиторию он рассчитан и соответствует ли он их требованиям, через какие каналы коммуникации стоит связываться с потенциальными клиентами, каким образом наиболее целесообразно распределять ресурсы компании, какую модель монетизации деятельности стоит выбрать и другие немаловажные вопросы. Все перечисленные спектры деятельности компании составляют ее бизнес-модель.

Существует множество различных подходов к определению бизнес-модели, выделению ее структурных элементов. В рамках данной работы обратимся к структуре, определенной Оливером Гассманом⁶⁵:

1. Клиент
2. Ценностное предложение
3. Цепочка создания стоимости
4. Механизм извлечения прибыли

Токенизация нашла свой путь эффективного применения для каждого из перечисленных выше пунктов. Так или иначе она меняет современные бизнес-модели, привнося в них более оптимальные пути решения некоторых задач.

Краудфандинг, дословно переводящийся как финансирование толпы, - новшество, пришедшее в современную экономику вместе с токенизацией. Одно из преимуществ данного метода привлечения средств – это выявление мнения потенциальных клиентов на начальном этапе развития.

⁶⁴Investor School – URL: <http://investorschool.ru/samye-dorogie-kompanii-mira-2016>

⁶⁵ Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие / Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. - М.:Альпина Пабли., 2016. – с. 19

Большинство проектов выпускают «полезные токены», которые в дальнейшем используются в качестве валюты для оплаты их услуг. При таких условиях основная доля финансирования проекта содержит средства заинтересованных в доступе к создаваемому продукту. Они готовы инвестировать, получая взамен валюту, с помощью которой в дальнейшем будут пользоваться разрабатываемыми услугами.

Обычно устанавливается минимальная граница сбора средств на ICO, при недостижении которой все привлеченные средства распределяются обратно инвесторам, а проект или закрывается, или уходит на доработку. С одной стороны, она необходима, так как устанавливает минимальное количество ресурсов для реализации целей стартапа. С другой стороны, граница косвенно задает минимальное количество инвесторов-потенциальных пользователей. Таким образом, уже на стадии привлечения инвестиций создается возможность оценить привлекательность продукта для целевой аудитории, и удастся избежать ситуации, при которой проект затрачивает колоссальные ресурсы на изобретение высокотехнологичного продукта, а в результате он не окупается из-за отсутствия спроса⁶⁶.

Ценностное предложение включает в себя понимание того, какие товары и услуги предлагаются клиенту стартапом и каким образом это происходит. В основном, современные проекты разрабатывают продукты, схожие с прежде существовавшими. Они выходят на старый рынок с новыми технологиями, совершенствуя лишь некоторые характеристики товаров.

Возьмем за пример сингапурский проект TenX, ICO которого оказалось в десятке крупнейших по сбору средств. Почему он стал так популярен и привлекателен для инвесторов?

TenX разработал карты для расчетов в криптовалюте. Дебетовая карта – продукт, давно существующий на рынке. Применение к нему таких технологий как адаптация к крипто-активам, повышение скорости межстрановых денежных переводов, низкие комиссии, криптографическое обеспечение информационной безопасности также не является новшеством в связи с перечнем конкурентов, информацию о которых проект самостоятельно предоставил потенциальным инвесторам в документах⁶⁷.

В чем состояло исключительное отличие? Давно ставшую традиционной услугу «кэш-бек», проект привел к токенизированному формату. При каждой покупке пользователь получал кэш-бек в виде токенов проекта (PAY). Дальнейшая ступень – возможность получения части дополнительного кэш-бека с транзакций, проводимых с помощью TenX-карт всех пользователей, для держателей токенов в зависимости от их доли владения. Так, для пользователей растет интерес

⁶⁶ Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис; Пер. с англ. А. Стативки. - 5-е изд. - М.: Альпина Паблиш, 2016. – с. 30

⁶⁷ White Paper TenX - URL: https://www.tenx.tech/whitepaper/tenx_whitepaper_final.pdf

удержания токенов проекта, их накопления путем осуществления транзакций через карту, а значит, снижается их предложение на бирже, что ведет к росту цены и, соответственно, росту стоимости имеющихся на руках РАУ.

Таким образом, внедрив модель токенизации, стартап смог предоставить новый, привлекательный для пользователей способ оказания традиционной услуги.

Цепочка создания стоимости включает в себя представление того, каким образом создается продукт: действия и операции для производства совместно с затрачиваемыми ресурсами, определяющими стоимость продукта. Благодаря токенизации появляется возможность децентрализованных механизмов функционирования. Их преимущество заключается в привлечении самих пользователей для развития и реализации целей проекта.

Одним из наглядных примеров применения данной модели является проект Filecoin. Основная задача стартапа – создание платформы для децентрализованного хранения больших массивов данных. После запуска все ресурсы в виде необходимых компьютерных мощностей переключаются на майнеров, предоставляющих мощность своих гаджетов за установленную ими плату. В то же время, пользователи, нуждающиеся в хранилищах данных, будут оплачивать предоставляемую услуги по задаваемым конкурентным ценам.

Таким образом, с введением современной токенизированной модели на базе новых блокчейн-технологий проекты имеют возможность переключать затраты на ресурсы на конечных пользователей, предоставляя им при этом цены конкурентного рынка.

Механизм извлечения прибыли при токенизированных моделях может носить различный характер. Существует два элемента, на которые необходимо влиять при повышении эффективности формирования прибыли: издержки и выручка.

Токенизирование моделей компаний – международных сотрудников позволит им снижать издержки на межстрановые денежные транзакции при расчетах друг с другом, так как комиссия за крипто-транзакцию ниже, чем установленные банками комиссии за международные переводы, которые, кроме того, требуют документального сопровождения и, соответственно, временных затрат.

Увеличение выручки проектов за счет токенизированных моделей может основываться на курсовой разнице. Каждый проект оставляет часть выпущенных токенов в собственном владении. Цель команды – успешное развитие проекта для привлечения новых клиентов и повышения спроса на токен. При таком условии резерв, оставшийся у проекта после ICO, будет дорожать, что увеличит его будущую выручку от продажи части токенов.

Подводя итог, можно сказать о том, что современные бизнес-модели подвергаются серьезным изменениям в связи с развитием крипто-валютных технологий. Эффективное внедрение токенизации возможно для любого элемента модели, если найти слабые места применения традиционных бизнес-моделей, которые возможно таким образом устранить.

Список использованной литературы:

1. Бизнес-модели: 55 лучших шаблонов: Учебное пособие / Гассман О., Франкенбергер К., Шик М. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 432 с.
2. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис; Пер. с англ. А. Стативки. - 5-е изд. - М.:Альпина Пабли., 2016. - 253 с.
3. Investor School – URL: <http://investorschool.ru/samye-dorogie-kompanii-mira-2016> (дата обращения: 18.09.17)
4. White Paper TenX –
URL: https://www.tenx.tech/whitepaper/tenx_whitepaper_final.pdf (дата обращения: 18.09.17)

СОВЕРШЕННЫЙ ЗАКАЗ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Аннотация: В статье рассматривается показатель «совершенного заказа», и факторы его формирующие. Выделены преимущества и недостатки применения данного показателя для управления эффективностью деятельности компании в целом и логистических операций в частности.

Ключевые слова: совершенный заказ, эффективность логистической деятельности, удовлетворенность клиента, цепи поставок.

A.V.KOVALEVA

master's student

Financial University under the Government of the Russian Federation

Moscow, Russian Federation

PERFECT ORDER AS A TOOL FOR MANAGING COMPANY'S PERFORMANCE

Abstract: This article examines the notion of perfect order fulfillment and its underlying factors. The advantages and disadvantages related to use of such tool when attempting to improve efficiency of the organization as a whole and logistics operations in particular are detected.

Keywords: perfect order, customer satisfaction, supply chains, logistics efficiency.

Усиливающаяся глобализация, постоянно растущие требования со стороны потребителей в значительной степени усложняют достижение успеха компаний на рынке. Все большее значение приобретает способность компании оправдывать ожидания клиентов. А эффективность деятельности определяется не только рентабельностью используемых ресурсов, но и удовлетворенностью потребителей. Современные реалии, характеризующиеся серьезным повышением уровня конкуренции, вынуждают стремиться к постоянному улучшению. Правильно выбранные метрики могут транслировать заявленные бизнес-цели в определенные действия, осуществлять мониторинг прогресса, обеспечивать обратную связь и мотивировать персонал, привязывая их вознаграждение к достижению неких показателей. В частности, одним из подобных инструментов является показатель «совершенного заказа».

Одна из существенных проблем управления организацией заключается в том, что во множестве используемых метрик сложно найти те, которые бы отражали, то, насколько отлажены ключевые бизнес-процессы. Так, финансовые показатели могут говорить о финансовом здоровье организации, но не предоставляют информацию о способности компании удовлетворить потребность клиента. Учитывая, что в условиях насыщенного рынка успех компании определяется выбором потребителя, его желанием приобрести лучший продукт по лучшим условиям, возникает необходимость в показателе, который был бы дал оценку ценности сделки с компанией для клиента [1, стр.291]. Очевидно, что характеристики требуемого показателя, так или иначе должны затрагивать почти все аспекты коммерческой деятельности предприятия и его бизнес-процессов. При этом, он должен выходить за рамки компании, распространяясь на партнеров-участников цепи поставки, начиная с прогноза заказов, планирования до его выполнения и доставки.

Так, «совершенный заказ» - комплексно охватывает все точки взаимодействия с потребителем. Для этого требуется достичь неизменной слаженности операций клиентского сервиса, производства, складского хранения, дистрибуции, финансов и многих других для каждого отдельно взятого клиентского заказа. Точное определения понятия до сих пор остается открытым вопросом. В литературе чаще всего перечисляются 4 составляющие «совершенного заказа» [2, стр. 1622]:

- Укомплектованность заказа (доставка в полном объеме)
- Доставка к обозначенному сроку (своевременность)
- Заявленное качество товара (отсутствие повреждений, брака)
- Безошибочно составленная документация

Однако, компания может самостоятельно определить, какие факторы считает ключевыми для формирования «совершенного заказа». Их перечень возможно будет не совпадать для разных типов продуктов, разных групп клиентов, с отличающимися требованиями. Например, в качестве элементов «совершенного заказа» могут рассматриваться время ожидания клиента при приеме заказа, наличие неподтвержденных заказов (то есть товаров, которых не оказалось в наличии), количество отказов от получения, корректность счетов за перевозку и многое другое. Таким образом, «традиционные» 4 параметра не всегда смогут адекватно описать «совершенный заказ». Соответственно при выборе показателей оценки достижения «совершенного заказа» необходимо ответить на ряд вопросов. В состоянии ли потребитель оценить уровень предоставляемого сервиса с помощью данной метрики? Помогает ли она самой компании совершенствоваться?

Следует заметить, что сама формулировка понятия «совершенный заказ» обладает бинарной природой. Заказ либо выполнен по всем характеристикам идеально, либо нет. Очевидно, что достижение значения показателя на уровне 100% на практике крайне затруднительно. Ошибка любого характера на любом этапе лишает заказ статуса идеального. Статистика говорит о том, что достижение показателя выполнения «совершенных заказов» в 90% - уже выдающийся результат [3, стр 5]. Соответственно, компании стоит задуматься о постановке достижимой цели в данном контексте. При этом стоит учесть, что чем ближе показатель к идеальным 100%, тем дороже обойдется его дальнейшее повышение. Это связано в том числе с необходимостью поддержания более высокого уровня запасов, внедрения и поддержания дорогостоящих информационных систем, усиления контроля качества.

В качестве критерия эффективности деятельности организации, рассматриваемый показатель обладает рядом преимуществ. В первую очередь, за счет того, что интегрирует результат осуществления внутренних функций компании. Более высокое значение показателя выполнения «совершенных заказов» свидетельствует о меньшем количестве совершенных ошибок, о применении более прогрессивных технологий, сокращении времени выполнения операций. Одновременно с этим, он позволяет успешно связать их со внешними операциями поставщиков и других звеньев цепи, ведь «совершенный заказ» - это результат безошибочного взаимодействия всех партнеров в цепи поставок. Поэтому измерение данного показателя может оказаться подспорьем при определении слабых мест процессов как внутри организации, так и всей логистической цепи. Кроме того, «за» использование показателя говорит и то, что последний также служит наглядным ориентиром для сотрудников. Включив его в КРІ, менеджмент ставит перед ними вполне конкретную, измеримую цель. Результативность работы и поощрение труда, таким образом будут напрямую связаны с целями компании, а именно с процентом выполнения «совершенных заказов».

Безусловно, наряду с преимуществами, применение данного критерия связано с некоторыми трудностями. Так, сложность возникает в осуществлении правильных расчетов. Чаще всего упускается из внимания тот факт, что многие операции так или иначе связаны друг с другом. Например, ошибка при принятии заказа отразится на некорректном выставлении документов. Важно заметить, что чем больше факторов, входят в состав интегрального показателя, тем больше функциональных сфер и информационных систем требуется объединить и наладить их совместную работу, а соответственно вероятность достижения «совершенного заказа» падает. Еще одно затруднение в оценке «совершенства» заключается в том, что в глазах потребителя параметры оценки заказа имеют разный вес. Так, например, задержка в доставке и ошибка в документах

неравнозначны для потребителя, и первая в большей степени повлияет на степень его неудовлетворенности.

Существенной проблемой становится и обычное отсутствие данных, какой-либо статистики по выполненным заказам. А информация по некоторым факторам, входящим в состав «совершенного заказа», может быть получена лишь спустя продолжительное время. Более того, компаниям стоит отметить, что попытки осуществить «совершенный заказ» для всех без исключения клиентов, будут означать для них необходимость поддерживать колоссальные запасы, задействовать существенно большее количество капитала, ресурсов, в том числе и человеческих. В связи с этим, следует разграничивать достижимый в условиях конкретной организации процент «совершенных заказов», который будет непосредственно служить целевым параметром, и некое недостижимое идеальное состояние. В качестве одной из лучших практик выступает также сегментация потребителей. Разделив их на категории в соответствии выбранными содержательными параметрами (например, вклад в прибыль/издержки), компания сможет выбрать приоритеты, на которых будут сконцентрированы основные силы, оптимизировать участки цепей поставок и отдельные операции, приближаясь к выполнению «совершенного заказа».

Принимая во внимание, что данный показатель является довольно надежным инструментом оценки эффективности деятельности, стоит отметить, что многие вопросы, касающиеся показателей деятельности внутри цепи, не могут быть охвачены с помощью данной метрики. Ведь не менее важна, является оценка заказа с точки зрения издержек. Способов выполнения может быть различное множество, но, когда это связано с высокими затратами, нестандартными процедурами, такой заказ уже не столь привлекателен для организации. Лепид в своей работе «Not-so-perfect order» противопоставляет понятию «совершенного заказа» «заказ оптимальный» (efficient order) [5, стр.7]. Если первый рассматривается с позиции потребителя и характеризуется соответствием его ожиданиям, то «оптимальный заказ» является оптимальным с точки зрения компании. Так, для «совершенного заказа» важны: правильный продукт, верное количество, доставка к определенному сроку в определенное время при соблюдении сохранности и правильно выставленных документов. Оптимальным же будет назван тот заказ, который равномерно движется по логистической цепи, максимально автоматизирован и не требует ручного вмешательства, исключает дублирование операций, подразумевает стандартизированные действия и обеспечивается своевременной оплатой в полном объеме.

Усилия, направленные компанией разработку и применение мер по достижению «совершенства» заказа следует признать оправданными. Он акцентирует внимание компании на основных узких местах и недостатках в

процессах, формирующих ценность для клиента, повышая таким образом эффективность деятельности компании. Это может выражаться в более гибкой системе клиентского сервиса, сокращении количества случаев неудовлетворительного обслуживания. Кроме того, достижение высоких значений показателя «совершенного заказа», приближающихся к 100%, говорит о высоких стандартах деятельности компании практически во всех сферах, в особенности в планировании, складском учете, диспетчеризации, транспортировке, управлении ресурсами и пр. Иными словами, данная метрика дает оценку, насколько отлажена координация множества процессов, осуществляемых как внутри организации, так в рамках цепи поставок. Что безусловно является его неоспоримым преимуществом по сравнению с внутренними оценками, применяемыми каждой организацией в отдельности. Тем не менее, показатель «совершенного заказа» по своей сути представляет собой в некотором роде срез текущего состояния на конкретный момент и не лишен недостатков, начиная с точного определения составляющих элементов, и заканчивая сложностью подсчетов. Их необходимо учитывать при принятии управленческих решений, на основе оценки полученной с помощью показателя «совершенного заказа».

Литература

1. Братченко С.А. Управление закупками и цепями поставок в операционном менеджменте // Управленческие науки в современном мире. 2016. № 1. С. 290-293.
2. Зайцев Е. И., Уваров С. А. Применение показателей "совершенный заказ" в логистике распределения / Е. И. Зайцев, С. А. Уваров // Логистика и управление цепями поставок. 2012 - №4 (51). С.1622
3. Banker, S., 2010. The Perfect Order Metric Is Not Sufficient. Logistics Viewpoints, January 28. Retrieved September 27, 2013 [Электронный ресурс: <https://logisticsviewpoints.com/2010/01/28/the-perfect-order-metric-is-not-sufficient/> (дата обращения: 20.04.2017)]
4. Cognizant, Beyond the 'Perfect Order' Index: Obtaining a True Measure of Customer Value. The Future of Work, p 4 [Электронный ресурс: <https://www.cognizant.com/InsightsWhitepapers/Beyond-the-Perfect-Order-Index-Obtaining-a-True-Measure-of-Customer-Value.pdf> (дата обращения: 15.04.2017)]
5. Lapide, L., 2007. Not-so-perfect order. Supply Chain Management Review, July-August, pp. 7-8.
6. Novack, R.A., Thomas, D.T., 2004. The Challenges of Implementing the Perfect Order Concept. Transportation Journal, 43(1), pp. 5-16.
7. Randell D.R., Savitskie K. Business Metrics: The Importance of the Perfect Order Measurement, Journal of Global Business Management. ISSN 1817-3179.

М.А. Коршева
студент, Финансовый университет
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: mashakorsheva@yandex.ru
+79252940237

Научный руководитель: ассистент Департамента менеджмента
Алекса С.В.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Аннотация: В статье рассматриваются основные понятия и технологии нейромаркетинга, его преимущества над обычными видами маркетинга. Также приводятся примеры реальных кейсов в России и за рубежом. Рассматриваются проблемы и перспективы развития нейромаркетинга в России.

Ключевые слова: нейромаркетинг, поведение потребителей, нейромаркетинговые исследования, инновации

M.A. Korsheva
student, Financial University
Moscow, Russian Federation

NEUROMARKETING AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN RUSSIA

Abstract: In this paper, we consider the basic concepts and technologies of neuromarketing, its advantages over conventional types of marketing. Also, the examples of real cases in Russia and abroad are given. We examine problems and prospects of development of neuromarketing in Russia.

Keywords: neuromarketing, consumer behavior, neuromarketing research, innovations

Несмотря на многие распространенные убеждения относительно злонамеренного характера маркетинга, его главная цель - помочь совместить продукцию с людьми. С помощью маркетинга определяется дизайн и представление продуктов, так что чтобы они наиболее соответствовали предпочтениям потребителей и облегчали процесс выбора для потребителя. Маркетологи достигают этих целей, предоставляя разработчикам продуктов информацию о том, что потребители ценят и хотят до создания продукта. После выхода продукта на рынок маркетологи пытаются максимизировать продажи, используя разнообразные предложения, рекламу и рекламные акции.

В своих попытках обеспечить рост спроса и продаж маркетологи используют ряд методов рыночных исследований, начиная от фокус-групп и отдельных опросов до реальных рыночных тестов. Но все они не дают исчерпывающей информации о поведении покупателей. В попытках усовершенствования маркетинга при наличии проблемы слабой исследованности человеческого мозга была выделена новая область маркетинга – нейромаркетинг. Официально термин «Нейромаркетинг» был введен в использование в 2002 году профессором Университета Эразма Роттердамского Эйлом Смиidtсом, хотя исследования в этой области проводились намного раньше.

Сейчас является абсолютной истиной тот факт, что поведение людей находится в колоссальной зависимости от бессознательных процессов, протекающих в нейронных структурах. Именно нейромаркетинг как наука объясняет механизмы действия этих процессов, это междисциплинарная область, находящаяся на стыке нейробиологии, психологии и поведенческой экономики.

Физиология мозга такова, что эмоциональная система работает намного быстрее рациональной. Поэтому она лидирует в формировании впечатлений. Потребители более охотно откликаются на обращенный к ним эмоциональный посыл, непроизвольно ассоциируя положительные эмоции с брендом. Чтобы потребитель купил, необходимо достучаться до подсознания – до уровня, на котором создаются интерес, намерение купить и лояльность к бренду. Все это становится возможным благодаря нейромаркетингу.

Основными преимуществами использования приемов нейромаркетинга над привычными методами маркетинга являются достоверность данных (уникальная информация о визуальном внимании, распределении взгляда, недоступная для извлечения другим путем и небольшая выборка для получения результатов.)

В нейромаркетинге используется множество методов, позволяющих выявить подсознательное отношение потребителя к продукции, дизайну, рекламе и их составным элементам. Ниже приведены некоторые из них:

- наблюдение за сердечно-сосудистой системой человека (измерение частоты сердечных сокращений, давления и тонуса сосудов);
- измерение электрического сопротивления кожи (для выявления повышенного потоотделения);
- регистрация сокращения мышц лица;
- айтрекинг (регистрация направления взгляда, размера зрачка и длительности задержки взгляда). Айтрекинг позволяет определить степень концентрации человека на том или ином объекте и изменение его эмоционального состояния.

Маленькая выборка - одна из главных причин того, почему нейромаркетинг так и не завоевал широкой популярности среди брендов. Бренд-менеджеры, и в

нашей стране это особенно заметно, продолжают свято верить в количественные выборки: чем больше задействовано людей, тем точнее исследование.

Для России методы нейромаркетинга является инновационными и только начинают осваиваться компаниями. Исследованиями в этой области в России сейчас занимаются такие компании как GfK, Ipsos, Лаборатория Мозга, NEUROTREND, Центр прикладной нейроэкономики и поведенческих исследований CNBR, Agny, Nielsen.

В настоящее время российские организации интересуются услугами вышеназванных компаний. Во многих из них в связи с кризисом происходит сокращение маркетинговых бюджетов, компании ищут новые способы получения данных о предпочтениях покупателей. Поэтому сегодняшние организации, специализирующиеся на нейромаркетинговых исследованиях, находятся в режиме точечной работы с клиентами, работают с сообществами, с руководителями, чтобы показать на что они способны маркетинговым и социологическим компаниям. За последний год уже достаточное количество людей узнала о существовании данных компаний, но они не всегда понимают, на чем они специализируются.

Все вышеперечисленные шаги будут способствовать развитию нейромаркетинга в России. Но все же ключевым фактором его развития является не только прогресс техники, но и высокая квалификация специалистов, для того, чтобы качественно интерпретировать результаты исследований необходимо обладать обширной базой знаний в совершенно разных областях.

Таким образом, нейромаркетинг является революционным направлением в сфере маркетинга. В настоящее время происходит его активное развитие как за рубежом, так и в России (в меньшей степени). Хотя существует ряд нерешенных проблем, отечественный рынок по предоставлению нейромаркетинговых исследований ежегодно пополняется специалистами, желающими развиваться в данном направлении, все больше организаций интересуются данным видом маркетинга, об абсолютных преимуществах которого мы рассказали выше.

Список использованной литературы:

1. Чернова М.А., Клепиков О.Е. Сатья: «Что такое нейромаркетинг. Маркетинг PRO» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/chto-takoe-nejjromarketing/> (дата обращения 16.01.15).
2. Домарева Е.В. СТАНОВЛЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА. ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XXIX междунар. студ. науч.-практ. конф. № 2(29). URL: [http://sibac.info/archive/economy/2\(29\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/2(29).pdf) (дата обращения: 20.09.2017)
3. Glimcher PW. Decisions, decisions, decisions: choosing a biological science of choice. *Neuron*. 2002;36:323–332. [PubMed]

4. Knutson B, Rick S, Wimmer GE, Prelec D, Loewenstein G. Neural predictors of purchases. *Neuron*. 2007;53:147–156. [PMC free article] [PubMed]
5. Покупательная особенность // РР/Наука. URL: http://www.rusrep.ru/article/2016/09/14/pokupatel'naya_osobennost (дата обращения: 20.09.2017).

В.В. Митракова
Студентка Факультета менеджмента
Финансового университета при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
e-mail: mitrackovanika@yandex.ru
89998789785

ИННОВАЦИОННАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН

В данной статье раскрывается сущность технологии блокчейна, история ее возникновения и внедрения как с целью осуществления транзакций на финансовых рынках, так и для учета различных активов в сфере государственного управления, здравоохранения, искусства, культуры, науки и образования. В мире инноваций подобные многофункциональные информационные технологии особенно актуальны в связи с необходимостью оптимизации информационных потоков и дифференциации доступа к ним. В статье делается вывод о том, каким образом развитие и ввод в массовую эксплуатацию блокчейн-технологии способны принести огромный вклад в большинство аспектов жизни общества и какие действия необходимо предпринимать для реализации всего потенциала технологии.

Ключевые слова: блокчейн, блокчейн-технология, инновации, инновационные технологии, децентрализация.

INNOVATIVE IMPORTANCE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY

In this article the essence of technology of a blockchain, history of its origin and implementation as for the purpose of implementation of transactions in the financial markets, and for accounting of various assets in the sphere of public administration, health care, art, culture, science and education reveals. In the world of innovations similar multipurpose information technologies are especially relevant due to the need of optimization of information flows and differentiation of access to them. In article the conclusion about how development and input in mass operation a blockchain technology are capable to introduce a huge contribution to the majority of aspects of life of society

and what actions is drawn it is necessary to take for implementation of all potential of technology.

Keywords: blockchain, blockchain technology, innovations, innovative technologies, decentralization.

Сущность блокчейна

В данный момент времени мы находимся на пороге революции технологии блокчейна. Технологии, которая способна изменить мир с точки зрения хранения и передачи информации, ответственность за которую раньше целиком и полностью лежала на плечах человека. Теперь все будет иначе – умные контракты, ведение учёта транзакций любого рода организаций, денежные расчеты, медицинские данные о больном и даже госуправление- блокчейн-технология берет на себя любой груз информации и гарантирует ее надежное хранение, конфиденциальность и, самое главное, децентрализованность.

Именно внедрение современных технологий позволило сделать финансовый рынок высокоэффективным и быстрым, однако это не означает, что он полностью лишен недостатков, наоборот, они проявляются все более часто в процессе эволюции, в то время как его фундаментальные основы остаются неизменными уже несколько сотен лет. Блокчейн-технология – это принципиально новый подход к использованию и управлению данными, что неизбежно влечет за собой трансформации на финансовом рынке.

Первостепенная идеологическая ценность технологии блокчейн — не в приватности данных, не в отсутствии посредников и не в децентрализованности, а в самой идее перехода от обмена документами к непосредственному оперированию событиями.

Блокчейн-технология может стать органической оболочкой всемирной паутины, которая обслуживает децентрализованный обмен, онлайн-платежи, передачу цифровых активов, заработок и расходование токенов ценности, а также исполнение умных контрактов. Блокчейн способен главным образом преобразовать жизнедеятельность человека, как в свое время это сделал интернет.

Блокчейн – это технология, надежно хранящая записи обо всех совершенных транзакциях. С точки зрения IT-технологий блокчейн представляет собой блоки данных, составляющих единую цепочку, длина которой увеличивается по мере добавления майнерами новых блоков с записями последних операций. Такие обновления происходят каждые 10 минут. Записываются полученные блоки в линейном хронологическом порядке. На каждом компьютере, который подключен к сети биткойна как майнер, выполняющий проверку и передачу транзакций, хранится копия блокчейна, загружающаяся автоматически с момента присоединения майнера к сети. Вся информация об адресах и балансах, начиная с самого первого блока и до самого последнего, сохраняется в реестре.

Именно уникальная архитектура блокчейна создает его особенное преимущество – возможность децентрализации транзакций, которые не требуют ни доверия, ни личного контакта. Больше не потребуется устанавливать, а главное поддерживать, «хорошие» отношения с партнерами или посредниками, так как существует база данных, которая в полной мере изложит вам всю информацию о сделках, операциях и заключенных контрактах между произвольными сторонами в глобальном масштабе.

Блокчейн 1.0

На сегодняшний день сформировалось два уровня технологии блокчейна: Блокчейн 1.0, Блокчейн 2.0. Первый из них положил начало всей технологии, которая использовалась в осуществлении сделок на рынке криптовалют. Не случайно термин «биткойн» все еще вводит в заблуждение многих людей. Ведь он является одновременно базовой платформой технологии блокчейна, биткойн-протоколом, который содержит выполняющие операции программы, и самой первой и популярной цифровой криптовалютой. Каждая монета - это валюта, протокол плюс собственный распределенный журнал записей или блокчейн биткойна, что по сути является одним и тем же. Блокчейн также решает одну из актуальных проблем цифровых наличных денег – проблему двойного расходования, когда виртуальные деньги можно было копировать путем нажатия нескольких кнопок. Благодаря технологии блокчейна, объединившую

одноранговый обмен файлами BitTorrent и шифрование с открытым ключом, был создан новый вид цифровых денег. Права на монеты регистрируются в открытом журнале записей и подтверждаются криптографическими протоколами, а также сообществом майнеров. С помощью браузеров-блоков и имеющегося у пользователя биткоин-адреса можно свободно просматривать распределенные журналы записей, размещенные на специализированных сайтах. Для того чтобы покупать или продавать товары с помощью биткоинов в интернете необходимо иметь три вещи – описанный выше номер счета, названный биткоин-адресом, секретный ключ, он же пароль, и приложение, программу-кошелек, на компьютере или смартфоне. Абсолютным преимуществом блокчейна является возможность совершения сделок с более низкими процентами с помощью кредитных карт, около 1% вместо привычных 3%, что особенно выгодно для международного рынка денежных переводов. Вторая особенность – скорость выполнения денежных операций, которые теперь осуществляются в рекордное количество времени: максимум пару минут, минимум – доля секунды. И, конечно же, никаких посредников между операциями. Именно поэтому у криптовалюты есть все шансы стать открытой программируемой сетью для централизованного обмена любыми ресурсами.

Блокчейн 2.0

В 2010 году анонимный создатель блокчейна, под именем Сатоши Накамото, заявил, что архитектура криптовалюты имеет возможность поддерживать огромное разнообразие транзакций, разработанных им самостоятельно, в числе которых гарантийные контракты, трехсторонний арбитраж, многосторонняя подпись, эскроу-транзакции и т.д. Сатоши Накамото предположил, что в случае популярности его технологии все эти транзакции будут использованы человечеством. В 2014 году наступила фаза активного формирования следующей ступени развития блокчейн-технологии, основная идея которой заключалась в регистрации, подтверждении и передаче всех видов контрактов с помощью децентрализованного журнала записей транзакций. Блокчейн позволяет перераспределять различные виды финансовых транзакций, в том числе операции

с ценными бумагами, акциями и долями компании. Также в распределенный журнал записей можно перемещать общедоступные документы, такие как свидетельства о правах собственности, о регистрации транспортных средств, свидетельства о браке и другие; можно подтверждать цифровые удостоверения: удостоверение личности, водительское удостоверение; можно хранить расписки, завещания, подписи, займы. Блокчейн может служить для заверения страховых свидетельств и нотариальных документов.

Список литературы:

1. Андреас Антонопулос "Овладение Биткоином"
2. Дон Тапскотт, Алекс Тапскотт "Блокчейн Революция"
3. Melanie Swan "Blockchain: Blueprint for a New Economy"
Kirk David Phillips "The Ultimate Bitcoin Business Guide: For Entrepreneurs & Business Advisors"

М.К. Гаспарян
Студентка ГМФ 4-1
Финансово-экономический факультет
Финансовый университет при Правительстве РФ
E-mail: m.k.gasparyan@mail.ru
+79652956210
Научный руководитель: к.э.н., доцент
Сангинова Лола Додохоновна

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ОБЛИГАЦИИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ, КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ПРОЕКТОВ

Аннотация

Для реализации значимых инфраструктурных проектов необходимо соответствующее финансирование. Мобилизация финансовых ресурсов возможна посредством привлечения инвестиций через рынок долговых инструментов. В данной статье рассмотрен опыт эмиссии облигаций публично-правовыми образованиями, проанализированы условия и необходимость развития рынка долговых ценных бумаг, предложены пути оптимизации структуры государственных (муниципальных) заимствований с целью повышения эффективности управления ими.

Ключевые слова: заимствования, долговые инструменты, муниципальные жилищные облигации, инвестиции

Gasparyan Maria Kamoevna
Student of the GMF 4-1
Faculty of Finance and Economics
Financial University under the Government of the Russian Federation
E-mail: m.k.gasparyan@mail.ru
+79652956210
Scientific adviser: Ph.D., Associate Professor
Sanginova Lola Dodokhonovna

MUNICIPAL BONDS FOR THE POPULATION, AS A NEW TOOL FOR FINANCIAL SUPPORT OF INFRASTRUCTURE PROJECTS

Annotation

To implement significant infrastructure projects, appropriate funding is required. Mobilization of financial resources is possible through attracting investments through the market of debt instruments. This article examines the experience of issuing bonds by public entities, analyzed the conditions and the need for the development of the debt

securities market, the introduction of a way to optimize the structure of state (municipal) borrowings in order to improve the effectiveness of their management.

Keywords: borrowings, debt instruments, municipal housing bonds, investments

На современном этапе одной из важнейших задач в рамках управления государственными и муниципальными финансами является повышение самостоятельности крупных городских агломераций, формирующих собой бурно развивающиеся территории с тесно связанной инфраструктурой. В их числе Волгоградская, Екатеринбургская, Казанская, Московская, Нижегородская, Новосибирская, Ростовская, Самарско – Тольяттинская, Санкт-Петербургская, Челябинская и др.

Особо актуальной на этом фоне становится проблема роста долговой нагрузки субъектов федерации. Всё большее число субъектов, входящих в состав Российской Федерации, а также муниципальных образований сталкиваются с проблемой превышения расходной части бюджетов над доходной. С целью покрытия дефицита бюджета могут быть использованы государственные (муниципальные) заимствования, которые, в свою очередь, определяют возникновение государственного (муниципального) долга.

Важно отметить, что привлечение заемных средств сопряжено с рисками по причине нарастания задолженности и, соответственно, расходов по обслуживанию долга, иными словами вследствие неэффективного управления заемным капиталом.

Проблема долговой нагрузки является злободневной для большинства субъектов Российской Федерации и с каждым годом приобретает всё большие масштабы. За период с конца 2013 по начало 2017 года государственный долг субъектов Российской Федерации вырос на 35%, увеличиваясь в среднем более чем на 10% в год. Результатом политики замещения рыночного долга бюджетными кредитами за период 2014-2016 гг. стало уменьшение доли обязательств по ценным бумагам и банковским кредитам с 66% до 54%, а доли задолженности по бюджетным кредитам увеличилась с 27% до 42%.

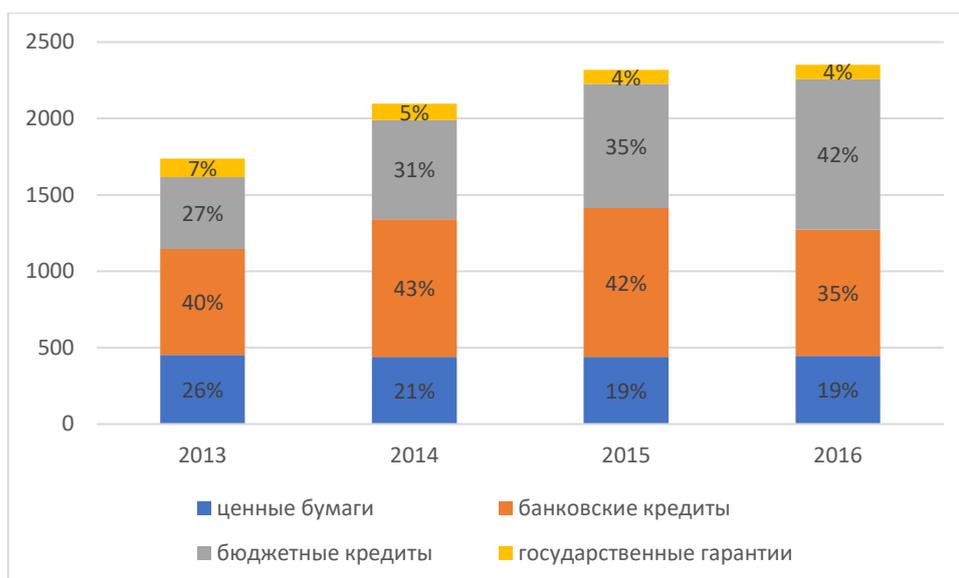


Рисунок 1 - Динамика государственного долга субъектов Российской Федерации, %

Источник: Минфин России

В целях оптимизации структуры долга необходимо привлечение средств на среднесрочный и долгосрочный период, а использование бюджетных кредитов позволяет привлечь средства лишь на краткосрочный период. Кроме того, в связи с дефицитом бюджетов субъектов РФ становится проблематичным предоставление ими бюджетных кредитов соответствующим муниципальным образованиям. Таким образом, большая часть муниципальных образований привлекает средства за счет кредитов кредитных организаций, что влечет за собой значительные расходы по обслуживанию долга.

По данным Министерства финансов РФ структура долга муниципальных образований, входящих в состав субъекта РФ на 01.09.2017 представлена следующим образом: муниципальные ценные бумаги – 4%, муниципальные гарантии – 5%, бюджетные кредиты от других бюджетов бюджетной системы РФ - 35%, кредиты от кредитных организаций - 56%. Таким образом, преобладают дорогие обязательства, привлекаемые на короткий срок.

В этих условиях целесообразным представляется осуществление заимствований в форме выпуска ценных бумаг, имеющее ряд таких преимуществ как: оптимизация структуры долга за счет привлечения средств на долгосрочный период, сокращение расходов по обслуживанию в силу дешевизны, а также изъятие свободных денежных средств с целью осуществления капитальных вложений. В свою очередь, существует ряд плюсов и для населения: облигации полностью обеспечиваются всем находящимся в собственности муниципального образования имуществом, что обеспечивает гарантии сохранности сбережений, а уровень дохода наиболее стабильный и неотягощенный налоговым бременем.

Вместе с тем, необходимо отметить, что порядок осуществления заимствований прописан в Бюджетном Кодексе РФ, где указан ряд критериев, которым должны соответствовать субъекты, осуществляющие государственные заимствования.

Исходя из опыта размещения ОФЗ-н Минфином России в 2017 году, можно сделать вывод, что облигации пользуются достаточно большим спросом, однако, большая их часть выкупается весьма состоятельными и опытными инвесторами. Следовательно, эмиссия облигаций на крупные суммы целесообразна лишь в городах с высоким уровнем доходов населения.

В тоже время, лишь в 5 субъектах РФ муниципальные образования прибегают к использованию муниципальных облигационных займов, доля которых в структуре общего долга весьма значительна: г. Томск – 69,7%; г. Омск -50,5%; г. Новосибирск – 42,0%; г. Волгоград -18,2%. Данные показатели демонстрируют, что население крупных муниципальных образований обладает избыточными денежными средствами. Другими словами, актуальным становится вопрос о стимулировании размещения муниципальных ценных бумаг (МЦБ). Способствовать этому может ряд мероприятий:

- Повышение финансовой грамотности населения
- Создание информационных систем, обеспечивающих достоверность и прозрачность данных
- Обеспечение регулярного размещения МЦБ
- Создание благоприятного климата для осуществления капитальных вложений

В качестве примера успешно функционирующего рынка муниципальных ценных бумаг можно привести опыт США, где более 27 штатов имеют наивысшие кредитные рейтинги по версиям международных агентств. Основными инвесторами там являются физические лица, банки и страховые компании. В США существуют такие виды муниципальных облигаций как облигации общих обязательств, которые обеспечиваются налоговым потенциалом эмитента и доходные облигации, в свою очередь обеспечиваемые доходами от эксплуатации финансируемых за счет эмиссии проектов. Таким образом, инвесторы не просто приобретают высоконадежные финансовые инструменты, но и становятся вовлечены в процесс благоустройства тех или иных муниципальных образований.

Учитывая существующие ограничения, на первых этапах развития долгового рынка в РФ для привлечения инвесторов и стоит обратиться к такой разновидности облигаций, называемой муниципальные жилищные облигации, которая эмитируется местной администрацией, как правило, с целью привлечения средств на жилищное строительство. Помимо обязательств по погашению облигаций

органы местного самоуправления должны выплачивать проценты за заимствованные средства, поэтому жилищные облигации имеют небольшую доходность, что компенсируется освобождением от уплаты налогов.

Успешным примером осуществления эмиссии муниципальных жилищных облигаций является опыт г. Екатеринбурга. С целью привлечения средств для финансирования жилищного строительства Администрация города выпустила облигации, приравненные к 0,1 метра будущей жилой площади. Таким образом, выкупив определенную часть облигаций инвестор получал возможность обменять их на квартиру. За десятилетний период реализации данной программы в Екатеринбурге жилье получило порядка 1450 семей.⁶⁸

Таблица 1 - Рейтинги кредитоспособности региональных и муниципальных органов власти Российской Федерации и инвестиционные рейтинги регионов России

Название	Кредитоспособность	Инвестиционные рейтинги
Краснодарский край	ruA+	1A
Новгородская область	ruBBB	3B2
Пензенская область	ruBBB	3B1
Республика Башкортостан	ruAA+	2B
Чувашская Республика	ruA-	3B1
Ямало-Ненецкий автономный округ	ruAAA	3B1
Г. Ростов-на-Дону (Ростовская область)	ruA	2B

Источник – www.raexpert.ru

Приведённые в таблице 1 сведения демонстрируют наличие перспектив для ряда регионов и входящих в их состав муниципальных образований для развития долгового рынка, и использования привлечённых средств с целью реализации инфраструктурных проектов.

Подводя итог необходимо отметить, что в условиях недостаточного объема финансового обеспечения социально-экономически значимых проектов с одной стороны и наличия сводных денежных средств у населения – с другой, использование долговых инструментов (муниципальных облигаций для населения) может стать весьма эффективным методом мобилизации финансовых ресурсов, а значит позволит наилучшим образом осуществлять управление развитием публично-правовых образований.

Список использованной литературы

1. Борисенко А.А., Галынис К.И. Муниципальные ценные бумаги: значение, пути развития // Местное самоуправление на современном этапе: теория и практика

⁶⁸ <http://dolevka.ru> – Уральская палата недвижимости

IV Международная научно-практическая конференция : сб. ст.. отв. ред. Т. О. Третьякова. 2015. С. 65-69

2. Игонина Л.Л. Финансовая самостоятельность муниципальных образований: ограничения и возможности // Финансы и кредит, 2015. – № 35.-С.12-24 — <URL:<http://elib.fa.ru/art2015/bv3516.pdf>>.
3. Сангинова Л.Д., Арбузова А.И Государственный инвестиционный менеджмент как система повышения эффективности бюджетных инвестиций в инфраструктурные проекты // Экономика и предпринимательство – Москва - 2016
4. Развитие моногородов России: монография / колл. авт. Под ред. д-ра экон. наук, проф. И.Н. Ильиной. М.: Финансовый университет, 2013. 168 с.
5. <https://www.minfin.ru> – Министерство Финансов РФ
6. www.raexpert.ru - Агентство Эксперт РА

А.Е. Тавдидишвили
магистрант, направление «Экономика»
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
E-mail: tavdidishviliae@mail.ru
Тел: +7(931)280-54-05

М.А. Любарская
д.э.н., профессор кафедры государственного
и территориального управления
Санкт-Петербургский государственный экономический университет
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация
E-mail: lioubarskaya@mail.ru

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА
РЫНКЕ ТОВАРОВ МАССОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ НА ОСНОВЕ
АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ КОНКУРЕНТОВ**

Аннотация: В статье проведен сравнительный анализ влияния проведения компаниями-конкурентами акций по продвижению продукции на рынке товаров массового потребления на динамику объемов продаж. Сделан вывод о целесообразности применения стратегии продвижения продукции путем установления скидок одновременно с конкурентами.

Ключевые слова: стратегия продвижения, скидки, товары массового потребления, FMCG-сектор, конкуренция

A.E. Tavdidishvili
Master's Program of Economics
Saint-Petersburg State University of Economics
M.A. Lyubarskaya

Doctor of Economics, Professor, Department of state and territorial management
Saint-Petersburg State University of Economics

**DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR PROMOTING PRODUCTS ON
THE MARKET OF CONSUMER GOODS BASED ON THE ANALYSIS OF THE
BEHAVIOR OF COMPETITORS**

Abstract: The article gives a comparative analysis of the impact of the companies competing campaigns to promote products in the market of consumer goods on the dynamics of sales. The conclusion about the appropriateness of the strategy to promote products through the establishment of discounts along with competitors.

Keywords: promotion strategy, discounts, consumer goods, FMCG sector, competition.

В настоящее время на рынке товаров массового потребления усиливается конкуренция в связи со снижением покупательной способности населения. Крупные розничные сети на данный момент являются самым быстроразвивающимся и быстрорастущим каналом реализации продукции на данном рынке. Ежегодный прирост составляет около 6%.⁶⁹

Авторами был проведен анализ продаж продукции лидера российской пивоваренной промышленности Пивоваренной компании «Балтика»⁷⁰ в крупнейших торговых сетях России. В свободном доступе можно найти информацию о действующих в магазинах скидках. Сопоставляя информацию о скидках и динамике объемов продаж, был проведен анализ эффективности акций по продвижению продукции ключевых производителей российской пивоваренной промышленности.

Для сравнительного анализа эффективности кампаний по продвижению продукции были рассмотрены пары сходных по цене и свойствам видов продукции компании «Балтика» и конкурентов. В первую очередь, были составлены таблицы, отображающие среднюю скидку по месяцам на каждый вид продукции, а также ежемесячную выручку за 2017 год от реализации выбранных товаров в магазинах крупных торговых сетей.

Для унификации данных было произведено усреднение размера скидок по месяцам. Сложность заключалась в том, что для каждого месяца нужна была уникальная формула усреднения, из-за разной продолжительности скидок. Мы использовали следующую формулу.⁷¹ (1)

$$D_{cp} = \frac{(d_1 + d_2 + \dots + d_n)}{n} + D_1 * k_1 + D_2 * k_2, \quad (1)$$

где d_i – размер недельной скидки за i -ю неделю месяца,

D_i – размер месячной скидки (индексы 1 и 2 относятся к разным акциям по продвижению одного вида продукции в один календарный месяц),

k_i – коэффициент «веса» месячной скидки (уникален для каждого месяца, зависит от продолжительности акций по продвижению одного вида продукции в случае их пересечения в одном месяце).

В рассматриваемом периоде (январь – июль 2017 года) можно было наблюдать ситуации двух типов: когда в одном месяце на схожие виды продукции разных производителей действовали недельные скидки в разные недели, и когда скидки действовали одновременно на оба товара из пары. Задача заключалась в

⁶⁹ Ритейл-аналитик компания Nielsen. [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/private-labels-go-to-overtake-market.html>, свободный

⁷⁰ Официальный сайт ООО «Пивоваренная компания «Балтика» [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://corporate.baltika.ru/>, свободный.

⁷¹ Эконометрика: учебник / И. И. Елисева, С. В. Курышева, Т. В. Костеева [и др.]; под ред. И. И. Елисевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2007. - 576с.

выявлении наиболее благоприятной ситуации для исследуемого производителя (компании «Балтика»). Иными словами, необходимо было вычислить, в каком случае акциям по продвижению продукции «Балтика» действуют более эффективно, чем акции на продукцию конкурентов.

Для этого, в первую очередь, было вычислено отношение объемов продаж продуктов внутри каждой пары по месяцам. (Таблица 1)

Таблица 1. Отношение объемов продаж схожей пивной продукции разных компаний за каждый месяц 2017 года

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Балтика 7 / Жигули Барное (Банка)	2,37	2,37	0,87	1,57	2,46	4,09	1,33
Балтика 7 / Жигули Барное (Бутылка)	2,19	2,62	0,41	0,88	1,46	2,15	0,68
Жатецкий Гусь / Клинское	0,79	1,20	1,50	2,61	2,10	1,83	2,00
Балтика 7 / Сибирская Корона	6,33	6,23	2,10	3,00	4,62	7,52	1,65
Балтика 3 / Клинское	3,21	1,07	3,22	2,35	7,67	2,94	3,70
Туборг / Бад	1,74	0,95	1,15	0,98	7,26	0,47	0,48

Таким образом, чем выше значение вычисленного показателя, тем эффективнее действовали акции по продвижению продукции в конкретный месяц, так как практически все прочие условия были одинаковыми для всех компаний. Однако в каждый конкретный месяц на продукцию разных компаний устанавливались различные по величине скидки, что, безусловно, также оказывало влияние на объем продаж. Поэтому вычисленные выше показатели были скорректированы на отношение величины скидок. Наконец, были рассмотрены показатели за те месяцы, в которые скидки устанавливались одновременно, и за месяцы, в которые скидки устанавливались в разные недели (Таблица 2).

Таблица 2. Отношение объемов продаж схожей пивной продукции разных компаний за январь – июль 2017 года, скорректированное на размер скидки

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль
Балтика 7 / Жигули Барное (Банка)	2,87	1,98	-	1,76	1,85	3,27	-
Балтика 7 / Жигули Барное (Бутылка)	0	0	-	0,99	1,1	0	-
Жатецкий Гусь / Клинское	1,07	-	0,86	1,36	1,45	1,92	-
Балтика 7 / Сибирская Корона	0	0	-	2,88	4,62	4,96	-
Балтика 3 / Клинское	0	-	3,90	0	3,481	4,12	-
Туборг / Бад	1,20	0,70	0	0,75	0	-	-

В таблице цветом выделены значения вычисленного показателя в месяцы, когда скидки на схожие товары устанавливались одновременно. Видно, что во всех случаях, за исключением отношения продаж пива «Жатецкий Гусь» к пиву «Клинское», данные значения являются максимальными по строке. Причем в строке «Жатецкий Гусь / Клинское» значение показателя за январь (скидки действовали одновременно) превосходит ближайший к нему показатель за март, что также указывает на преимущество установления скидок одновременно с конкурентами, так как дальнейший рост показателя может быть обусловлен изменением других факторов.

Таким образом, можно обоснованно рекомендовать стратегию продвижения продукции путем установления скидок одновременно с конкурентами, так как в данном случае на примере пивоваренной компании «Балтика» наблюдается более сильное позитивное влияние на динамику объемов продаж продвигаемой продукции.

Список использованной литературы:

1. Ритейл-аналитик компания Nielsen. [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://www.nielsen.com/ru/ru/insights/news/2017/private-labels-go-to-overtake-market.html> , свободный
2. Официальный сайт ООО «Пивоваренная компания «Балтика» [Электронный ресурс]. -Режим доступа: <http://corporate.baltika.ru/>, свободный.
3. Эконометрика: учебник / И. И. Елисеева, С. В. Курышева, Т. В. Костеева [и др.]; под ред. И. И. Елисеевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 57

Л.И. Зарипова
студент факультета «Менеджмент»
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: zaripova96_li@mail.ru
+79175594508

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ: СВЯЗЬ НЕЙРОБИОЛОГИИ И ПСИХОЛОГИИ

Аннотация: В статье обосновывается важность использования нейрофизиологических и психологических особенностей человека при продвижении товара и бренда

Ключевые слова: маркетинг, нейроэкономика, нейробиология, психология, принятие решений

L.I. Zaripova
student faculty of the Management
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

MODERN MARKETING: COMMUNICATION OF NEUROBIOLOGY AND PSYCHOLOGY

Abstract: The article substantiates the importance of using neurophysiological and psychological features of a person in promoting a product and brand

Key words: marketing, neuroeconomics, neurobiology, psychology, decision-making

В условиях перенасыщенности рынка конкуренция компаний за каждого потребителя особо усиливается. Методы привлечения и удержания клиентов становятся все разнообразней и изощренней. Привлекаются знания из других областей, таких как нейроэкономика — наука о принятии решений человеком и психология, изучающая психику человека.

Целью данной работы является изучение и рассмотрение возможности применения выводов нейробиологии принятия решений и психологии для маркетологов при определении и привлечении потенциальных клиентов. Решение поставленной задачи возможно через ответы на следующие вопросы:

- особенности принятия решений человеком;
- психологические особенности восприятия поступающей информации и поведения;

- способы маркетингового воздействия на человека.

В 2002 г. Дэниэль Канеманом и Амосом Тверски было доказано суждение об иррациональности принятия решений и также были выявлены некоторые механизмы принятия решений человеком в условиях неопределенности⁷².

Нейроэкономисты, используя функциональную магнитно-резонансную томографию (далее - фМРТ), доказали теорию когнитивного диссонанса. Таким образом, представления о том, что выбор зависит от предпочтений, взятый за основу в экономических моделях, переворачивается до обратного⁷³. Человек склонен подстраивать свои предпочтения под ранее совершенный выбор. Данный результат важен при построении неоклассической модели потребительского выбора.

Многие процессы в мозгу человека происходят без его ведома, автоматически, при этом эмоции зачастую опережают сознание, что в союзе приводит к тому, что люди над некоторыми своими действиями не задумываются. Что дает основание утверждать, такие решения и процессы не являются чистым результатом их выбора.

Современные нейроэкономисты занимаются выяснением предпочтений человека, процесса их формирования и влиянием на него особенностей человека и внешних условий. При помощи экспериментов с использованием МРТ была доказана действенность эффекта маркетингового плацебо: наличие корреляция между стоимостью продукта и удовольствием, получаемым от его использования. Пучок нейронов орбитофронтальной области коры головного мозга проявлялся гораздо активнее при употреблении более дорогостоящей алкогольной продукции (вина) при абсолютном равенстве вкусовых качеств⁷⁴. Однако, мозговая активность изменяется при незнании марки и бренда продукта (употребление «вслепую»).

Другого рода уникальную информацию о потребителе получают через айтрекинг. При помощи данного инструмента специалисты определяют, что больше всего привлекает потребителя: на что обращает внимание и куда смотрит. Этот метод позволяет определять эффективность рекламы, восприятие текста, используемости сайтов и программ.

-
1. 72 D. Kahneman, A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *The American Economic Review*. - 2003, 93(5), - с. 1450.
 2. 73 Izuma K., Matsumoto M., Murayama K., Samejima K., Sadato N., Matsumoto K. (2010). Neural correlates of cognitive dissonance and choice-induced preference change. *PNAS*, Vol. 107, No. 51, pp. 22014—22019
 3. 74 В. Ключарев Проникая в мозг потребителя // интернет-издание HARVARD BUSINESS REVIEW РОССИЯ. – 2017 [Дата обращения: 22.03.17]

Так, при помощи айтрекинга было подтверждено мнение о привлечении особого внимания человеческим лицом. Даже схематичное изображение лица оказывается в фокусе внимания. Человеку свойственно отслеживать направление взгляда того, на кого он смотрит. В межличностном общении направление взгляда собеседника указывает, куда следует смотреть и нам.

Например, исследования печатной рекламы с изображением продукта (шампунь) выявили следующие результаты: при смотрящей в камеру девушки люди фокусировались на лице девушки и слогане компании наверху (только 6% из 200 человек посмотрели на упаковку шампуня), если же девушка смотрела на упаковку, то люди переводили взгляд вслед за ней (на упаковку смотрело 84% участников). Так минимальное изменение улучшило восприятие и дополнительно привлекло внимание к логотипу компании внизу страницы⁷⁵.

Электроэнцефалография (ЭЭГ), которую также используют при определении вкусовых предпочтений и степени запоминаемости рекламного ролика, позволила отделить субъективные умозаключения от действительно объективной оценки подлинных реакций потенциального потребителя. Австралийские ученые провели нейромаркетинговый эксперимент заключающийся в демонстрации видеороликов разной динамики. Хотя медленные видеоряды получают более эмоционально-положительный отклик (субъективный отчет), быстро меняющиеся кадры лучше запоминаются в отличие от статичных или малодинамичных роликов. Никому из участников эксперимента при этом динамичные ролики не понравились и даже вызывали раздражение. Впоследствии продукт, который рекламировался в этом плохом, с точки зрения классического маркетинга, видеоролике, быстро узнавался и чаще покупался в супермаркетах⁷⁶.

Предоставляемая возможность объективно оценивать реакции покупателей на рекламу, упаковку, логотип, узнаваемость бренда является немаловажным преимуществом, работающим даже когда респонденты утверждают, что они ничего не запомнили⁷⁷. Исключение субъективизма и временных затрат, связанных с опросом большого числа респондентов — важные взаимозависимые достоинства нейромаркетинга.

75 Нейромаркетинг: как это работает на самом деле. - интернет-издание «Sostav.ru», - 2016. - Адрес доступа: <http://sostav.ru/app/article/23553> (Дата обращения: 09.09.2017)

76 Андрей и Александр Фингелькурц Нейромаркетинг: узнайте, что на самом деле происходит в голове у потребителя // Бизне-наука №6, - 2008г, - с.59 (58-60)

77 Нейромаркетинг: как это работает на самом деле. - интернет-издание «Sostav.ru», - 2016. - Адрес доступа: <http://sostav.ru/app/article/23553> (Дата обращения: 09.09.2017)

Список литературы

1. Гэри С. Беккер Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. – М.: ГУ ВШЭ, 2003г., - 672 с.
2. Философия и общество, № 3, июль - сентябрь 2011, С.74-90
3. D. Kahneman, A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. The American Economic Review 2003, 93(5), С. 1449-1475.
4. Старостина А.С. Векторы применения потенциала нейромаркетинга // Известия СПГЭУ № 6 (96). – 2015г., С. 137-140
5. Трофимов Г.Ю. Экономика и нейронаука - на пути синтеза // Экономика и математические методы. - 2006. - Т. 42, N 4. - С. 3-16
6. В. Ключарев Проникая в мозг потребителя // интернет-издание HARVARD BUSINESS REVIEW РОССИЯ. – 2017 [Дата обращения: 22.03.17]
7. Izuma K., Matsumoto M., Murayama K., Samejima K., Sadato N., Matsumoto K.(2010). Neural correlates of cognitive dissonance and choice-induced preference change. PNAS, Vol. 107, No. 51, pp. 22014—22019
8. Camerer C. F., Loewenstein G., Prelec D. (2004). Neuroeconomics: why economics needs brains. // Scandinavian Journal of Economics, Vol. 106, No. 3, pp. 555- 579.
9. Singer T., Fehr E. (2005) The Neuroeconomics of Mind Reading and Empathy. // American Economic Review, Vol. 95, No. 2, pp. 340-345.
10. Андрей и Александр Фингелькурц Нейромаркетин: узнайте, что на самом деле происходит в голове у потребителя // Бизне-наука №6, - 2008г, - с. 58-60
11. Нейромаркетинг: как это работает на самом деле. - интернет-издание «Sostav.ru», - 2016. - Адрес доступа: <http://sostav.ru/app/article/23553> (Дата обращения: 09.09.2017)

К.В. Архипова
Финансовый Университет при Правительстве РФ
студент магистратуры факультета «Менеджмент»
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: ksenarh@mail.ru
+7(985)787-28-12

**«ЗЕЛЕННЫЕ» ОБЛИГАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ
ФИНАНСИРОВАНИЯ ЭКОЛОГО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРОЕКТОВ:
АНАЛИЗ МИРОВОГО ОПЫТА И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В
РОССИИ**

Аннотация. Предметом исследования являются механизмы финансирования эколого-ориентированных проектов. Объектом исследования выступает мировой рынок «зеленых» облигаций. По итогам работы изучены преимущества и недостатки «зеленых» облигаций как инструмента финансирования «зеленых» проектов; рассмотрены предпринятые в России меры в области «зеленых» финансов. Результаты работы носят прикладной характер и могут быть полезны для дальнейшей реализации политики по охране окружающей среды в России.

Ключевые слова: эколого-ориентированный проект, «зеленая экономика», «зеленые» облигации, фонд «зеленых» облигаций.

K. V. Arkhipova
Financial University under the Government of the Russian Federation
student of the Management department master degree programme
Moscow, Russian Federation

**GREEN BONDS AS THE FINANCING INSTRUMENT OF THE
ECOLOGICAL-ORIENTED PROJECTS: ANALYSIS OF WORLD EXPERIENCE
AND POSSIBILITIES OF ITS DEVELOPMENT IN RUSSIA**

Abstract. The subject of this research is the financing mechanisms of the «green» projects. The object of the research is the world green bonds market. As a result, the advantages and disadvantages of the green bonds were analyzed; studied the measures taken in Russia in order to develop the «green» financing mechanism. The findings can be used in practice while implementing a policy of the environment protection in Russia.

Key words: ecological-oriented projects, “green economy”, green bonds, green bond fund.

Вопросам «зеленой» экономики на сегодняшний день посвящено немало научных трудов, на практике активно реализуются проекты, направленные на борьбу с вредным воздействием на климат и окружающую среду. В данной работе

будут рассмотрены вопросы финансирования эколого-ориентированных проектов посредством выпуска «зеленых» облигаций, вопрос возможности применения которых столь актуален для России. Научная новизна работы заключается в проведении анализа мирового рынка «зеленых» облигаций с выявлением как положительным, так и отрицательных сторон для эмитентов, инвесторов и мирового сообщества в целом. Большинство же других работ посвящено рассмотрению данного финансового инструмента только с точки зрения преимуществ и пользы для экологии, без изучения «обратной» стороны вопроса. Также будут рассмотрены предпринятые в области «зеленых» финансов меры при проведении политики создания «зеленой» экономики в РФ.

Важно отметить, что, несмотря на отсутствие нормативного закрепления понятия «эколого-ориентированный» проект, оно все более активно используется в научной литературе. При этом разные авторы научных трудов отмечают экономическую и экологическую его составляющие. Таким образом, эколого-ориентированный проект можно определить как «комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений»⁷⁸, которые помимо возможного положительного экономического эффекта способствуют также появлению какого-либо положительного экологического эффекта.

Финансирование подобных проектов, по сути, является осуществлением «зеленых» инвестиций. Таким образом, финансирование эколого-ориентированных проектов представляет собой частный случай социально-ответственного инвестирования (СОИ). Среди рыночных инструментов, поддерживающих проекты, направленные на борьбу с вредным воздействием на климат и окружающую среду, следует отметить так называемые «зеленые» облигации. Основными эмитентами данного вида ценных бумаг большей частью являются международные и национальные банки развития (например, Европейский инвестиционный банк, МБРР и группа Всемирного банка, Азиатский банк развития) и корпорации. Отмечают следующие принципы по выпуску и обращению «зеленых» облигаций: направление использования поступлений от размещения «зеленых» бондов; процесс оценки и выбора проекта; управление средствами эмиссии; отчетность⁷⁹.

Впервые выпущенные в 2007 г., к 2010 г. объем инвестиций в данный инструмент долгового финансирования составил \$4 млрд., тогда как уже к 2014 г. – \$37 млрд⁸⁰. В 2016 г., посредством выпуска «зеленых» долговых обязательств

⁷⁸ Национальный стандарт Российской Федерации «ГОСТ Р 54869-2011». Проектный менеджмент. Требования к управлению проектами – М.: Стандартинформ, 2011. – стр. 2

⁷⁹ ICMA. The Green Bond Principles [Электронный ресурс] // International Capital Market Association ICMA – September, 2016. URL: <https://www.cbd.int/financial/greenbonds/icma-principles2016.pdf> (дата обращения 12.09.2017)

⁸⁰ What are green bonds? // The World Bank report. – 2015. – p. 35

было привлечено \$81 млрд., что в два раза превышает показатель 2015 г.⁸¹ Среди положительных сторон эмиссии и обращения выделяют почти мгновенное их размещение (за несколько часов с момента официального начала продаж) и появление многочисленных «зеленых» фондов, повышающих доходность и доступность вложений для частных инвесторов.

Все активнее в качестве эмитентов выступают корпорации. В частности, можно отметить размещение Apple Inc., которое состоялось в июне 2017 г. и является уже вторым для компании. Посредством данного выпуска «зеленых» облигаций компания смогла привлечь \$1 млрд. на реализацию проектов по минимизации отрицательного воздействия производства на экологию.⁸²

По большей части эмитентам (31%) присвоен рейтинг ВВВ, примерно одинаковому в доле в отношении количеству (19-23%) присвоены рейтинги ААА, АА и А. Малая доля (8% в совокупности) облигаций определены как высокорисковые⁸³. Стоит отметить, однако, что данные кредитные рейтинги строятся на основе финансовой отчетности. При этом важен учет возможности реализации проектов, под которые выпускаются «зеленые» облигации. В частности, S&P Global Ratings было предложено учитывать также экологические ценности эмитента, были определены критерии оценки эколого-ориентированности.⁸⁴

Видя растущий спрос со стороны инвесторов, все чаще используется данный источник финансирования. При этом интерес вызван скорее осознанием необходимости реализации эколого-ориентированных проектов, а не их инвестиционной привлекательностью, т.к. с точки зрения доходности «зеленые» облигации являются менее выгодными, чем обычные. Согласно данным, доходность к погашению первых по большей части ниже 3%⁸⁵, по отдельным оценкам – доходность облигаций со средней дюрацией пять лет находится в

⁸¹ Valerie Volcovici, Marguerita Choy. Apple issues \$1 billion green bond after Trump's Paris climate exit [Электронный ресурс] // Reuters – June 13, 2017. URL: <https://www.reuters.com/article/us-apple-climate-greenbond/apple-issues-1-billion-green-bond-after-trumps-paris-climate-exit-idUSKBN1941ZE> (дата обращения 17.09.2017)

⁸² Valerie Volcovici, Marguerita Choy. Apple issues \$1 billion green bond after Trump's Paris climate exit [Электронный ресурс] // Reuters – June 13, 2017. URL: <https://www.reuters.com/article/us-apple-climate-greenbond/apple-issues-1-billion-green-bond-after-trumps-paris-climate-exit-idUSKBN1941ZE> (дата обращения 17.09.2017)

⁸³ Andrew Calder, Matthew Kolodzie, Vivek Selot. Green Bonds [Электронный ресурс] // RBC Dominion Securities Inc. – April 4, 2017. URL: <https://www.rbccm.com/assets/rbccm/docs/news/2017/green-is-the-new-black.pdf> (дата обращения 17.09.2017)

⁸⁴ Katie Linsell. The \$123 billion question hanging over renewable energy [Электронный ресурс] // Bloomberg – June 22, 2017. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-06-22/green-bond-mania-spurs-demand-to-back-up-climate-saving-promises> (дата обращения 15.09.2017)

⁸⁵ Constance Gustke. A growing appetite for green bonds, despite downsides [Электронный ресурс] // BBC – December 4, 2013. URL: <http://www.bbc.com/capital/story/20131204-eco-bonds-get-the-green-light> (дата обращения 12.09.2017)

диапазоне от 1,6 до 1,86 %⁸⁶. Поэтому, с экономической точки зрения, более целесообразным считается приобретение стандартных бондов.

Конечно, в качестве альтернативы доходности выступает мера полезности от внедрения новых, менее вредных для окружающей среды, технологий и т.д. Однако существуют определенные сложности в определении отдачи от произведенных вложений. В связи с этим S&P Global Ratings в апреле 2017 г. разработал методику определения пользы «зеленых» облигаций для экологии, точнее коэффициент «полезности» произведенных в данный финансовый актив инвестиций. Аналогично, Rockefeller Foundation предоставляют возможность пользоваться инструментом, позволяющим определить, какой объем выбросов углекислого газа удалось избежать посредством финансирования эколого-ориентированных проектов размещением «зеленых» облигаций.

Помимо низкой доходности, многим «зеленые» облигации представляются более рискованными. В особенности отмечают риск ликвидности, присущий данным ценным бумагам. Так, в силу того, что рынок «зеленых» облигаций достаточно мал, зачастую сложно войти или закрыть позицию (другими словами, купить или продать ценную бумагу в нужное время и за желаемую цену)⁸⁷. Для эмитентов же одним из барьеров выпуска «зеленых» облигаций являются дополнительные транзакционные издержки. Это способствует возникновению так называемого разброса цен спроса и предложения по активу – «bid-ask» спреда, что является одним из индикаторов сниженной ликвидности. Рассчитанный Чен Сан и Феби Касара Вуландери, авторами работы «Риск ликвидности и спреда доходности «зеленых» облигаций»,⁸⁸ разброс цен спроса и предложения по «зеленым» облигациям оказался в районе 30%, при том, что 15% уже считается высокой степенью неликвидности.

Помимо ограниченного предложения ценных бумаг, затруднен выход на рынок частных инвесторов. Основными покупателями «зеленых» облигаций выступают институциональные инвесторы и инвестиционные компании, у которых есть возможность приобретать ценные бумаги сразу большими пакетами. В связи с этим удобным и доходным инструментом вложения для частных инвесторов стали биржевые и взаимные фонды «зеленых» облигаций. Так, в марте 2017 г. начал свое существование первый в США биржевой фонд VanEck Vectors Green Bond ETF, позволяющий инвестировать в облигации, входящие в индекс S&P Green Bond Select Index с годовой доходностью 8,54% в течение последних 5 лет.

⁸⁶ Богачева О.В., Смородинов О.В. «Зеленые» облигации как важнейший инструмент финансирования «зеленых» проектов / О.В. Богачева, О.В. Смородинов // Финансовый журнал – 2016. – №2. – с. 75

⁸⁷ Dan Moskowitz. Green bonds: the benefits and risks [Электронный ресурс] // Investopedia – May 4, 2017. URL: <http://www.investopedia.com/articles/investing/081115/green-bonds-benefits-and-risks.asp> (дата обращения 18.09.2017)

⁸⁸ Chen Sun and Febi Caesara Wulandari. Liquidity Risk and Yield Spreads of Green Bonds // Jönköping University. International business school. – May 22, 2017. – p. 21-22

Другим примером может послужить Calvert Green Bond fund, ежегодная доходность которого составляет 2,45%. Необходимо также учитывать комиссию, взимаемую фондами. Так, уровень расходов Calvert Green Bond fund составляет 0,88%, в то время как у фонда Fidelity Total Bond Fund (профиль инвестирования которого шире) – 0,45%⁸⁹.

Вопрос неточности терминологии в области «зеленых» финансов также определяют как отдельный риск. Например, компания Vigeo Eiris высказалась, что выпущенная в мае 2017 г. долговая бумага Repsol SA может считаться «зеленой», в то время как организация Climate Bonds Initiative исключила ее из списка эколого-ориентированных в связи неблагоприятным для окружающей среды профилем деятельности компании-эмитента⁹⁰. Тем самым, риск инвестора возрос, т.к. исключение выпуска облигаций из разряда «зеленых» потенциально дает право эмитенту не следовать утвержденным принципам. В связи с этим можно встретить такое понятие как «greenwashing», что означает нецелевое использование средств эмитентом или дезинформирование покупателей актива на этапе эмиссии ценных бумаг.

Необходимость внедрения более совершенных стандартов для развития рынка «зеленых» облигаций были признаны и Европейской Комиссией. Так, в докладе «Изучение потенциала «зеленых» облигаций для осуществления ресурсно-эффективных инвестиций» было указано на ряд проблем, возникающих в связи с отсутствием общих стандартов, были внесены предложения по улучшению ситуации на данном рынке, определена роль и возможные меры со стороны стран-членов Европейского союза⁹¹.

Возможность внедрения данного инструмента в России обсуждалась на Петербургском международном экономическом форуме в 2016 г., сейчас предпринимаются определенные меры для перехода к «зеленой» экономике. К примеру, в марте 2017 г. Рабочей группой по экологии и природопользованию Экспертного совета при Правительстве РФ были подготовлены предложения о возможности применения «зеленых» финансовых инструментов российскими институтами и публичными компаниями, рекомендовано провести анализ «зеленых» и традиционных портфелей, подготовить нормативную базу, механизмы государственной поддержки «зеленых» проектов.

⁸⁹ [Kerry Hannon](https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2017/06/29/should-you-invest-in-green-bonds/#2fa3665748a4). Should you invest in “green bonds”? [Электронный ресурс] // Forbes – June 29, 2017. URL: <https://www.forbes.com/sites/nextavenue/2017/06/29/should-you-invest-in-green-bonds/#2fa3665748a4> (дата обращения 16.09.2017)

⁹⁰ Katie Linsell. The \$123 billion question hanging over renewable energy [Электронный ресурс] // Bloomberg – June 22, 2017. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-06-22/green-bond-mania-spurs-demand-to-back-up-climate-saving-promises> (дата обращения 15.09.2017)

⁹¹ Доклад Европейской Комиссии «Изучение потенциала «зеленых» облигаций для осуществления ресурсно-эффективных инвестиций» [Электронный ресурс] // Европейская Комиссия. URL: <http://ec.europa.eu/environment/enveco/pdf/potential-green-bond.pdf> (дата обращения 16.09.2017).

Необходимость проведения Россией дальнейшей политики по созданию «зеленой» экономики очевидна, при этом важно учитывать международный опыт. Так, на основе проведенного анализа рынка «зеленых» облигаций можно сказать, что данный финансовый инструмент, при должном развитии, имеет потенциал стать поистине интересным как для инвесторов, так и для эмитентов.

Список использованной литературы

1. Богачева О.В., Смородинов О.В. «Зеленые» облигации как важнейший инструмент финансирования «зеленых» проектов / О.В. Богачева, О.В. Смородинов // Финансовый журнал – 2016. – №2. – с. 75
2. Доклад Европейской Комиссии «Изучение потенциала «зеленых» облигаций для осуществления ресурсно-эффективных инвестиций» [Электронный ресурс] // Европейская Комиссия. URL: <http://ec.europa.eu/environment/enveco/pdf/potential-green-bond.pdf> (дата обращения 16.09.2017).
3. Национальный стандарт Российской Федерации «ГОСТ Р 54869-2011». Проектный менеджмент. Требования к управлению проектами – Москва: Стандартинформ, 2011. – 10 с.
4. Предложения Рабочей группой по экологии и природопользованию Экспертного совета при Правительстве РФ министру РФ Абызову М.А. ЭС-078-03-17 от 22.03.2017 г. – 12 с.
5. [Рубцов Б.Б. «Зеленые финансы» в России и мире / Рубцов Б.Б.](#) – М.: Русайн, 2016. – 168 с. – ISBN 978-5-4365-0760-6.
6. [Andrew Calder, Matthew Kolodzie, Vivek Selot. Green Bonds \[Электронный ресурс\] // RBC Dominion Securities Inc. – April 4, 2017. URL: <https://www.rbccm.com/assets/rbccm/docs/news/2017/green-is-the-new-black.pdf>](#) (дата обращения 17.09.2017)
7. Chen Sun and Febi Caesara Wulandari. Liquidity Risk and Yield Spreads of Green Bonds // Jönköping University. – May 22, 2017. – 39 p.
8. Constance Gustke. A growing appetite for green bonds, despite downsides [Электронный ресурс] // BBC – December 4, 2013. URL: <http://www.bbc.com/capital/story/20131204-eco-bonds-get-the-green-light> (дата обращения 12.09.2017)
9. Dan Moskowitz. Green bonds: the benefits and risks [Электронный ресурс] // Investopedia – May 4, 2017. URL: <http://www.investopedia.com/articles/investing/081115/green-bonds-benefits-and-risks.asp> (дата обращения 18.09.2017)
10. Katie Linsell. The \$123 billion question hanging over renewable energy [Электронный ресурс] // Bloomberg – June 22, 2017. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-06-22/green-bond-mania-spurs-demand-to-back-up-climate-saving-promises> (дата обращения 15.09.2017)
11. What are green bonds? // The World Bank report. – 2015.

А.О. Иванова
студентка
департамент «Корпоративные финансы и
корпоративное управление»
ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Москва, Российская Федерация
e-mail: alenus@gmail.com
+79168199700

ИЗУЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ХИМИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

Аннотация: Несмотря на то что химическая промышленность России в данный момент составляет всего 1% от мирового объёма, данная отрасль представляет интерес для инвестирования. В данной статье рассматривается, какие сейчас есть преимущества и недостатки химической отрасли, какие есть возможности для развития. Кроме того, изучается программа Министерства промышленности и торговли РФ в отношении планового видения отрасли в будущем и объёма вложенных в неё инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, химическая промышленность, основные фонды, российская промышленность, Министерство промышленности и торговли.

А.О. Ivanova
Student
Department of Corporate finance and corporate management
Financial University under the Government
of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

STUDY OF THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE CHEMICAL INDUSTRY IN RUSSIA

Abstract: Despite of the fact that nowadays chemical industry holds only 1% of world volume, this industry is quite attractive for investment. In this article it's considering which merits and demerits chemical industry has, which opportunities of growth. Moreover, it has been learnt the government program of the Ministry of Industry and Trade of Russia related to plan vision of this industry and investment amounts.

Keywords: investment, chemical industry, fixed assets, Russian industry, Ministry of Industry and Trade.

Химическая отрасль относится к одной из стратегически значимых отраслей российской промышленности, которая в свою очередь состоит из 15 подотраслей, выделяемых на основе групп продукции. Данная отрасль специфична за счёт применения различных технологий и сырья (горючие полезные ископаемые, минеральное сырьё и отходы производства металлов).

Компании, задействованные в химическом производстве, преимущественно частные. Одними из крупнейших представителей являются «СИБУР Холдинг» и «Лукойл-Нефтехим». Также стоит отметить, что значительная доля химического рынка принадлежит компаниям, владеющим всего несколькими заводами. Кроме того, на многих рынках продукции преобладает единственный производитель (например, стирол преимущественно производит «Нижекамскнефтехим», капролактан – «Куйбышевазот», этиленгликоли и бутиловые спирты – «СИБУР Холдинг» и «Газпром», фосфорные удобрения – «Фосагро»).

Прежде всего, рассмотрим текущее состояние российской химической отрасли. Вклад России в мировую химическую промышленность пока невелик, так как доля российской химической продукции составляет всего 1% от мирового объёма, что является крайне низким значением показателя, учитывая обеспеченность сырьём для химического производства. Одновременно позиции у химической промышленности в России на 2016 г. более крепки:⁹²

- среди прочих видов промышленности объёмы произведённой химической продукции в России составляют 6%;
- на химическую продукцию приходится 7% основных фондов (по показателю это 5-ое место);
- из стоимости промышленного экспорта 8% приходится на вывоз химической продукции.

Однако существует немало факторов, отрицательно влияющих на состояние российской химической промышленности. Несмотря на тенденцию к переоснащению производственных цехов ряда компаний, на большинстве заводов всё ещё на пределе используется изношенная техника. Как правило, это приближает окончательный износ основных средств, что может стать особенно затратно для некрупных компаний.⁹³

Разрыв между мировым и российским рынком химической продукции обусловлен следующими факторами:

1. высокая ресурсо- и энергоёмкость;

⁹² Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики – 1999-2017. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

⁹³ Аналитический бюллетень: химическое производство: тенденции и прогнозы // РИА Рейтинг, группа РИА Новости. – 2013. – выпуск 12. – Сс.11-12.

2. предельная загрузка мощностей и дальнейший скорый износ основных фондов;
3. ограничения, связанные с инфраструктурой и ресурсами;
4. слабая инвестиционная активность химических компаний.

Однако всё равно химическая промышленность имеет неплохие перспективы для развития и инвестирования. Один из обнадеживающих факторов – масштабная сырьевая база, которая покрывает как текущие производственные потребности, так и даёт основу для расширения химического производства. Кроме того, рост по ряду ключевых продуктов химической продукции уже превышает общемировой: так, в течение последних 15 лет среднегодовой темп прироста объёма производимых полимеров составляет около 7%, тогда как по миру всего 3%. Ещё один важный аспект – востребованность российской химической продукции как в России, так и за рубежом. Это отражается и на импорте химической продукции (а именно, каучука): если в январе 2017 г. доля химическая продукция составляла 18,2% от общего импортируемого объёма, к июлю она уже снизилась до 17%.⁹⁴

Итак, возрастающий спрос на российскую химическую продукцию требует дальнейшего развития этой отрасли, ведь без неё также не смогут развиваться связанные с ней промышленные отрасли. Первостепенные задачи – переоборудование заводов, улучшение технологии производства – будут невозможны без соответствующих инвестиций. В настоящее время основными инвесторами химических предприятий являлись его собственники, однако стоит отметить и масштабные государственные программы по поддержке химической промышленности.

Министерство промышленности и торговли РФ при поддержке ряда прочих министерств выступает ответственным за осуществление государственной программы РФ «Развитие промышленности и повышение её конкурентоспособности» 2012-2020 гг. Соответственно, химическая промышленность входит в число отраслей, на которые направлена данная программа.

Минпромторг ставит перед собой следующие цели в отношении химической отрасли:

1. повышение значимости химического комплекса в экономике РФ и развитие смежных отраслей;
2. импортозамещение в потреблении химической продукции;

⁹⁴ Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики – 1999-2017. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

Программа реализуется в два этапа: 2014-2016 гг. (израсходовано 418,7 млн руб.) и 2017-2020 гг.⁹⁵

Первый этап включал в себя субсидирование химическим компаниям процентной ставки по кредитам на осуществление инвестиционных проектов, а также выбор проектов по приоритетным продуктовым направлениям для предоставления налоговых льгот.

Целевые показатели программы к 2020 г. следующие:

1. Объём отгруженных товаров химического производства в должен составить 4314,2 млрд руб.
2. Производительность труда занятых в химическом комплексе вырастет в 1,21 раза в 2015 году и в 1,76 раза в 2020 году по отношению к уровню 2012 года.
3. Объём инвестиций в основной капитал составит 807 млрд.руб.

Таким образом, в данный момент химическую отрасль в России можно обозначить как отчасти недооценённую, но со скрытым потенциалом, динамично развивающуюся и подающую надежды. В последние пять лет, помимо вложений собственников химических предприятий, химическая промышленность получила также поддержку от государства в виде государственной программы Минпромторга. Программа уже достигла некоторого прогресса в химической отрасли и продолжит развивать её, поэтому и для частных инвесторов, и для самого государства в будущем выгодно продолжить финансовые вложения в российский химический комплекс. Сильная химическая промышленность – залог развития российской экономики, поскольку на неё опираются многие промышленные отрасли.

Список использованной литературы:

1. Российский статистический ежегодник [Электронный ресурс] / Федеральная служба государственной статистики – 1999-2017. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения – 18.09.2017).
2. Аналитический бюллетень: химическое производство: тенденции и прогнозы // РИА Рейтинг, группа РИА Новости. – 2013. – выпуск 12. – с.11-12.
3. Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

© Иванова А.О., 2017

⁹⁵ Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2014 г. N 328 "Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности"

Э.Ю. Силпагар
студентка магистерской программы
«Инвестиционный менеджмент в инновационной экономике»
факультета «Менеджмент»
Финансового университета при Правительстве РФ
E-mail: esilpagar@mail.ru
+79151960231
Научный руководитель
Т.Н. Седаш
к.э.н., доцент
Департамент корпоративных финансов и корпоративного управления
Финансового университета при Правительстве РФ

ИНВЕСТИЦИИ В ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА РЫНОЧНУЮ СТОИМОСТЬ КОМПАНИЙ

Аннотация: в статье рассматривается влияние инвестиционной деятельности фармацевтических компаний на их рыночную стоимость. Целью проведения исследования является определение зависимости капитализации компаний-лидеров фармацевтической отрасли не только от объемов осуществляемых инвестиций, но и от объектов вложения инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, рыночная стоимость, капитализация, фармацевтическая отрасль.

E.Yu. Silpagar
student of the master's program
"Investment management in an innovative economy"
faculty "Management"
Financial University under the Government of the Russian Federation
scientific adviser
T.N. Sedash
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Department of Corporate Finance and Corporate Governance
Financial University under the Government of the Russian Federation

INVESTMENTS IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY AS A TOOL OF IMPACT ON THE MARKET VALUE OF COMPANIES

Abstract. The influence of the investment activity of the pharmaceutical companies on their market value is considered. The purpose of the study was to determine the dependence of the market value of the companies, the leaders of the world pharmaceutical

industry, not only on the amount of investments had been made, but also on the investment objects.

Key words: investment, investment activity, market value, capitalization, pharmaceutical industry.

Согласно концепции управления на основе стоимости (Value Based Management), основной целью коммерческой организации является максимизация стоимости компании. Данная цель является осуществимой при условии постоянного поиска и принятия таких управленческих решений, которые способствуют динамичному росту рыночной стоимости компании за счет воздействия на факторы, влияющие на стоимость компании. Одним из важнейших факторов, оказывающим существенное влияние на стоимость компании, является ее инвестиционная деятельность. В условиях рыночной экономики главная цель воплощаемых в жизнь инвестиционных решений - сохранение существующих и создание новых конкурентных преимуществ, позволяющих компании устойчиво функционировать на рынке.

В данной статье рассматривается влияние инвестиций на рыночную стоимость компаний фармацевтической отрасли, поскольку фармацевтическая отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся и инвестиционно-привлекательных отраслей.

Фармацевтическая отрасль занимает особое место в мировой экономике в силу ряда причин как экономических, так и социальных. Фармацевтический рынок является одним из немногих рынков, которые за последние десятилетия стабильно растут, несмотря на экономический кризис. До 2000-х годов темпы роста фармацевтического рынка оценивались двухзначными цифрами. По данным IMS, в период с 2003 по 2016 годы ежегодные темпы роста находились в пределах 7%. По прогнозу Frost&Sullivan, в период 2017–2025 годы мировой рынок фармацевтики и биотехнологий будет расти в среднем на 4,6%, а к 2025 году его объемы составят 1,7 трлн. долл.

Фармацевтическая отрасль является не только одной из стабильно растущих отраслей, но и одной из наиболее социально значимых. Она обеспечивает доступ пациентов к современным лекарственным препаратам и поддерживает стабильное развитие системы общественного здравоохранения. Именно эта особенность делает спрос на продукцию фармацевтических компаний устойчивым.

Существует ряд факторов, которые способствуют стремительному развитию данного рынка. Ключевыми драйверами роста фармацевтического рынка являются рост численности населения, увеличение продолжительности жизни, а также стремительное развитие технологий в сфере фармацевтики и биотехнологий, которые позволяют создавать лекарства для лечения ранее неизлечимых болезней, что, в свою очередь, увеличивает пациентскую базу и способствует росту рынка.

На сегодняшний день, в связи, со стремительным развитием технологий, а также активной диджитализацией всех сфер жизнедеятельности человека развитие фармацевтического рынка будут определять следующие ключевые тренды:

1. Точная медицина — концепция в здравоохранении, связанная с подбором лекарственной терапии в соответствии с индивидуальными характеристиками пациентов (генетические особенности, образ жизни, окружающая среда).

2. Развитие биотехнологических препаратов - один из наиболее быстрорастущих сегментов фармацевтического рынка. На их долю приходится свыше 20% всего объема продаж. Успех данной категории препаратов, как правило, связан с их более высокой эффективностью по сравнению с химически синтезированными препаратами, а также с меньшим числом побочных эффектов.

В связи с этим крупные фармацевтические компании расширяют в своем портфеле долю инновационных разработок и продуктов (согласно прогнозам Evaluate Pharma, к 2020 году доля инновационных биопрепаратов на мировом фармацевтическом рынке достигнет 28%⁹⁶).

Фармацевтическая отрасль является одним из наиболее привлекательных объектов инвестиций. Поскольку тренды развития рынка, в первую очередь, связаны с инновационными разработками, то фармацевтические компании активно инвестируют в НИОКР, приобретают инновационные стартапы, поглощают менее крупные компании с перспективными наработками. Так, фармацевтика является одной из самых высокотехнологичных индустрий по объему абсолютных (более 140 млрд. долларов) и относительных затрат на НИОКР (14,4% - отношение затрат на НИОКР к выручке)⁹⁷. А объем сделок M&A на фармацевтическом рынке достиг показателя в 500 млрд. долларов за 2016 год, что на 46% выше аналогичного показателя за 2013 год⁹⁸. Для крупных компаний участие в подобного рода сделках — это возможность освоить новый для себя сегмент с минимальными рисками, выйти на новый региональный рынок, пополнить свой продуктовый портфель, усилить существующие и создать новые конкурентные преимущества. Важным для появления новых инновационных компаний в фармацевтической сфере является и механизм привлечения венчурного инвестирования. Рынок венчурного капитала рос на протяжении 5 лет (с 2011 по 2015 гг.) и достиг своего пика в 2015 году с объемом в 10,1 млрд. дол⁹⁹. При этом в последние годы подавляющее большинство стартапов, привлечших раунды венчурных инвестиций, принадлежат к отрасли биотехнологий.

⁹⁶ Evaluate Pharma, Pharma & Biotech Half-Year Review, 2016)

⁹⁷ Отчет «Обзор тенденций на глобальном и российском фармацевтическом рынке». Московская биржа, Фонд развития промышленности, Frost & Sullivan, 2016.

⁹⁸ Global Healthcare Arterial Annual Review of 2016, Arterial 2016.

⁹⁹ Evaluate Pharma, Pharma & Biotech Half-Year Review, 2016)

Для первичного подтверждения гипотезы о влиянии инвестиций в НИОКР и инновации на стоимость фармацевтических компаний автором были проанализированы инвестиционная деятельность и изменение рыночной стоимости крупнейших фармацевтических компаний. Для удобства и наглядности в таблице 1 и 2 приведены наиболее интересные наблюдения по пяти крупнейшим компаниям (Johnson&Johnson, Novartis, Roche, Pfizer, Merck).

В таблице 1 приведены наиболее крупные инвестиционные вложения компаний за последние 3 года (данные взяты с официальных сайтов компаний). Цветом выделены инвестиции в инновационные разработки.

Таблица 1. Наиболее крупные инвестиции фармацевтических компаний¹⁰⁰

Компания	2014	2015	2016
Johnson& Johnson	-	инвестиции в R&D 19% выручки	покупка Abbott Medical Optics
Novartis	приобретение прав на технологию разработки и производства онкопрепаратов	инвестиции в разработку лекарства от болезни Вильсона (генная инженерия)	Венчурные инвестиции в фонд биотехнологий
Roche	покупка Trophos		инвестиции в Российский научно-технологический парк биомедицины
Pfizer	инвестиции в строительство заводов	покупка Hospira	покупка Anacor Pharmaceuticals, инвестиции в расширение портфолио
Merck	покупка Sigma-Aldrich	-	инвестиции в R&D

В таблице 2 приведены динамика и изменение рыночной стоимости фармацевтических компаний. Цветом выделены наибольшие приросты стоимости компаний.

Таблица 2. Динамика и изменение рыночной стоимости фармацевтических компаний¹⁰¹

Компания	2014	2015		2016	
	стоимость, млрд.дол.	стоимость, млрд.дол.	Прирост	стоимость, млрд.дол.	прирост
Johnson& Johnson	277,8	273,7	-1%	312,6	14%
Novartis	203,7	216,1	6%	249,2	15%
Roche	222,2	234,3	5%	258,5	10%
Pfizer	205,7	212,4	3%	276,1	30%
Merck	157,2	166,9	6%	170,2	2%

¹⁰⁰ Данные собраны автором на основе анализа новостных сводов официальных сайтов фармацевтических компаний.

¹⁰¹ Рассчитано автором на основе сводок о финансовом состоянии компаний на официальных сайтах компаний.

На основе данных таблиц 1 и 2 можно сделать два основных вывода.

Во-первых, отсутствие инвестиций оказывает на стоимость фармацевтических компаний отрицательный эффект. Стоимость компании Johnson&Johnson в 2015 году снизилась на 1%, а темпы прироста стоимости компании Merck упали до 2% (на 4 п.п.).

Во-вторых, наибольший прирост стоимости компании показали в последующий год после осуществления инвестиций в НИОКР и поглощение инновационных компаний. Так, стоимость компании Johnson&Johnson после осуществления инвестиций в НИОКР в размере 19% от годовой выручки увеличилась на 14%. Инвестирование в существующие разработки позволили компании Novartis увеличить свою стоимость на 6%, а последующие совместные с компанией Roche инвестиции в сферу генной инженерии (инновационные разработки) увеличили стоимость компаний Novartis и Roche на 15% и 10% соответственно. Инвестиции Pfizer в приобретение мирового лидера по производству биоаналогов биотехнологических лекарств увеличили стоимость компании на 30%, в то время как инвестиции в расширение производственных мощностей позволили увеличить стоимость только на 3%.

Таким образом, можно говорить о существовании зависимости стоимости компаний фармацевтической отрасли как от факта осуществления инвестиций и их объема, так и от объекта инвестирования. В свете рассмотренных выше тенденций развития рынка наибольшее увеличение стоимости показывают те компании, объектом крупных инвестиций которых являются вложения в НИОКР и инновационные разработки в сфере биотехнологий.

Список использованной литературы

1. Evaluate Pharma, Pharma & Biotech Half-Year Review, 2016.
2. Global Healthcare Arterial Annual Review of 2016, Arterial 2016.
3. R&D Investment Link to Profitability: A Pharmaceutical Industry Evaluation. Lawrence J. Nord // Undergraduate Economic Review, volume.8, issue 1.
4. Отчет «Обзор тенденций на глобальном и российском фармацевтическом рынке». Московская биржа, Фонд развития промышленности, Frost & Sullivan, 2016.
5. Официальный сайт компании Johnson& Johnson. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.jnj.com>.
6. Официальный сайт компании Merck. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.merckgroup.com/en>.
7. Официальный сайт компании Novartis. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.novartis.com>.
8. Официальный сайт компании Pfizer. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.pfizer.com.
9. Официальный сайт компании Roche. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.roche.com.

Е.А. Лялина
Т.В. Прискокова

студенты 2 курса факультета Международного туризма, спорта и
гостиничного бизнеса

Финансового университета при Правительстве РФ

E-mail: tanya.priskokova@mail.ru

kate.lil98@mail.ru

+79017019205

Научный руководитель:

к.э.н., доцент Департамента менеджмента, Грузина Ю.М.

ИССЛЕДОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ УДЕРЖАНИЯ ПЕРВЕНСТВА В РАМКАХ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация: в статье рассмотрены возможности развития организации посредством использования современных стратегий. Освещены причины неэффективности применения матриц в рамках компаний 21 века. Авторами произведено сравнение новейших типов стратегий, составлен анализ. Выдвигаются предложения о возможности использования их в организациях различных типов.

Ключевые слова: инновационные бизнес-модели, современный менеджмент, эффективность работы организации, современный подход к управлению, конкурентная стратегия позиционирования, стратегия голубого океана, стратегия хардбол.

Lyalina Ekaterina Andreevna

Priskokova Tatiana Vladimirovna

students of the Faculty of International Tourism, Sports and Hospitality

Financial University under the Government of the Russian Federation

E-mails: tanya.priskokova@mail.ru

kate.lil98@mail.ru

+79017019205

Supervisor:

candidate of science, docent, Gruzina Y.M.

RESEARCH OF STRATEGIES FOR THE RETENTION OF SUPERIORITY IN THE FRAMEWORK OF MODERN MANAGEMENT

Annotation: the article considers the possibilities of development of the organization with modern strategies. In addition, the main reasons of inefficiency of application of matrixes within the context of the 21 centuries companies are described in

this article. Authors compared the innovative types of strategies and compiled an analysis. Besides, proposals about the possibility of using these innovative types of strategies in organizations of various types are proposed.

Key words: innovative business models, modern management, organization performance, modern approach to management, competitive positioning strategy, blue ocean strategy, hardball strategy.

В связи с изменениями в политической и экономической сферах общества в современном мире становится все труднее анализировать и прогнозировать будущее организации. Поэтому бизнесмены всего мира пытаются найти новые подходы к управлению и новые рыночные ниши.

Взгляды представителей поколения миллениалов на менеджмент организации коренным образом отличаются от мировосприятия «поколения X». В настоящее время происходит несколько важных процессов: закат авторитарного стиля управления, разрушение иерархии, усиление командного духа, акцентирование внимания на организационной архитектуре, а не на стратегическом планировании, смена поколения управленцев, усиление влияния стрессов, замена материальных ценностей духовными.

Несмотря на усиление влияния технологического прогресса, в большинстве университетов продолжают предлагаться к изучению классические модели анализа бизнеса, составленные в 70-е годы прошлого века, такие, как матрица BCG, SWOT-анализ, матрица Ансоффа. Однако эти модели не соответствуют быстро меняющейся среде, они не способны в полной мере спрогнозировать будущие изменения.

Поэтому необходимо разрабатывать и применять новые подходы к повышению эффективности работы организации, к принятию верных управленческих решений и развитию бизнеса в целом.

Современными бизнес-аналитиками были предложены инновационные модели совершенствования процессов управления организацией. Таковыми являются «Конкурентная стратегия позиционирования», «Стратегия голубого океана», «Стратегия «Хардбол»».

Стратегия позиционирования подходит для компаний, долгое время существующих и развивающихся на определенном рынке и в связи с этим обеспокоенных необходимостью улучшения своего продукта из-за постоянной тяги потребителей к обновлениям.

Само понятие «позиционирование» подразумевает создание определенного имиджа, который должен иметь товар при сравнении его как с конкурентными товарами, так и с другими товарами той же фирмы. Созданию определенного имиджа товара предшествует процесс идентификации наиболее важных убеждений

и предпочтений потребителя, его привычек. На основании этих факторов товар представляется в наиболее выгодном свете. Стратегия позиционирования строится с учетом информации о внешних условиях и целевом рынке, а также об индивидуальных характеристиках продукта.

При исследовании стратегий удержания первенства на рынке, используемых различными компаниями с мировым именем, было выделено четыре типа стратегии позиционирования:

1) фокусирующаяся на целевом потребителе – упор на привлекательные особенности товара, вызывающие отклик у потребителя. Например, известные на весь мир производители газированных напитков – компании «PepsiCo» и «The Coca-Cola Company» - выпускают специальные линейки низкокалорийных напитков - Coca-Cola Zero и Pepsi light – направленные на молодых людей, обеспокоенных вероятностью набора веса;

2) стратегия достижения позиций социальной ответственности – нацелена на создание хорошей репутации организации, проявляющей заботу об обществе и окружающей среде, помогающей решению возникающих проблем. Например, такие крупные производители косметики и товаров для волос, как «LUSH», «Natura Siberica», «Dr. Hauschka», «Рецепты бабушки Агафьи», не тестируют свою продукцию на животных, что не только укрепляет их авторитет, но и расширяет рынок потребителей.

3) стратегия позиционирования имиджа – концентрация внимания на тех характеристиках продукта, которых трудно достичь конкурентам, поскольку они создавались в течение длительного времени посредством различных видов маркетинговых коммуникаций.

Несмотря на необходимость использования данной стратегии, она не должна являться доминирующей. Помимо создания имиджа, способствующего рекламе, компаниям необходимо задумываться и о внутриорганизационных взаимоотношениях и слаженной работе всех отделов и подразделений¹⁰². Продвигая брэнд через применение вышеперечисленных типов стратегии позиционирования с целью максимизации прибыли, производитель не учитывает соотношение стоимости и реальной ценности товара, завышает цену, что может привести к потере потребительской лояльности.

Концепцию стратегии голубых океанов разработали профессора INSEAD Ким Чан и Рене Моборн. В своей книге с аналогичным названием они выделяют два типа рынков, названных авторами «океанами». Первый тип - «алый океан» - имеет данный цвет из-за борьбы конкурентов, во время которой «проливается

¹⁰² К. К. Лейн. Стратегический брэнд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание. Перев. с англ.: М.:Вильямс, 2014

кровь», второй тип - «голубой океан» - в нем еще нет соперников¹⁰³. Суть данной концепции состоит в отказе от борьбы с конкурентами и создании инновационного продукта или услуги, которые обеспечат существование на рынке голубого океана. При этом авторы подчеркивают необходимость сочетания ценности и инновации в одном продукте, что позволит выделиться среди конкурентов и привлечь клиентов.

Существует большое количество компаний, создавших свои «голубые океаны». Cirque Du Soleil, созданный на основе умирающего жанра, показавший всему миру свою инновацию – театрально-цирковое представление, игра «Pokemon go», основанная на представлении дополненной реальности, самозашнуровывающиеся кроссовки Nike, брелоки Tile с функцией отслеживания через Bluetooth и приложение к смартфонам являются примерами инновационных продуктов, разработанных компаниями, посредством их создавшими свои «голубые океаны».

Сильной стороной данной стратегии является то, что на инновационных рынках действительно нет конкурентов, и нет необходимости бороться за каждого клиента, так как компания одна на рыночной нише. Также, создавая уникальный продукт, организация приносит пользу обществу в целом. Помимо этого, на рынке «голубых океанов» не приходится играть по правилам конкурентов, так как компания сама устанавливает их.

Однако нельзя не отметить и слабые стороны. Создание принципиально нового продукта, являющегося ценным для покупателя, - сложная задача, стоящая перед современными компаниями. При производстве новых товаров или услуг резко увеличиваются все риски, невозможно сделать анализ рынка на основе деятельности конкурентов, так как их там нет. Некоторые бизнес-тренеры уверены, что начинающему предпринимателю нужно работать на конкурентных рынках, так как там точно есть спрос и можно проанализировать реакцию клиентов на действия других производителей.

Стратегия «Хардбол» представляет собой систему жестких мер по борьбе с конкурентами. Компании, использующие данные методы, постоянно совершенствуясь, оставляют своих бизнес-соперников далеко позади. Они могут осуществлять различные действия: наполнять рынок рекламой, резко снижать цены и даже заимствовать инновации, так как их главная цель – выиграть любыми законными способами. Такие мировые лидеры бизнеса, как Toyota, Dell, Wal-Mart широко применяют данную стратегию для того, чтобы удержаться на лидирующих позициях.

¹⁰³ В. Чан Ким, Рене Моборн, Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков.: Перев. с англ. М: Манн, Иванов и Фербер, 2017

Компании, использующие данную стратегию, всегда будут стремиться завоевать как можно большую часть рынка, уничтожив конкурентов. Такие организации действительно могут добиться высоких результатов, но порой это преимущество дается слишком большой ценой.

Данные стратегии предназначены для решения актуальных проблем организаций 21 века. В отличие от своих стратегий-предшественниц (BCG, SWOT-анализа, матрицы Ансоффа), они ориентированы не на долгосрочное планирование, а на краткосрочное, что очень важно в быстроменяющихся условиях современного бизнеса. Выбор стратегии определяет конкретные методы достижения цели организации, в то время как матрицы лишь помогают проанализировать уже имеющиеся результаты и показатели для выполнения долгосрочных планов, не регламентируя конкретных действий; они не могут предусмотреть все факторы, что делает их использование неэффективным. Но и современные стратегии часто подвергаются критике, поскольку не являются универсальными. Поэтому менеджмент каждой отдельно взятой организации должен самостоятельно определить необходимую именно ей стратегию или набор стратегий, адаптированных под конкретную ситуацию.

Список использованной литературы

1. Гашкова Л.В., Морозова О.Ю. Основы маркетинга и менеджмента. Практикум. М., 2015
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. 3-е изд. М.: Гардарика, 2012
3. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Перев. с англ. М.: Дело, 2012
4. К. К. Лейн. Стратегический брэнд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом, 2-е издание. Перев. с англ.: М.:Вильямс, 2014
5. В. Чан Ким, Рене Моборн, Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков.: Перев. с англ. М: Манн, Иванов и Фербер , 2017

А.В. Борова
студентка кафедры «Бизнес-информатика»
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: borovova96@gmail.com
+79151501560

ПРИВЕДЕНИЕ В СООТВЕТСТВИЕ ТРЕБОВАНИЯМ ИТ-АУДИТА ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Аннотация: В мире информационных технологий происходит постоянное изменение процессов, связанных с ними. Происходит это в связи с новыми возможностями технологий, либо при появлении новых требований к ним. Как компании справляются с необходимостью изменений будет описано в данной статье.

Ключевые слова: Информационные технологии, трансформация бизнес-процессов, уровни СММІ

A. V. Borovova
student, Department of «Business-Informatics»
Financial University under the Government of Russian Federation
Moscow, Russian Federation

MAKING THE PROCESS OF DEVELOPING THE SOFTWARE IN ACCORDANCE WITH THE REQUIREMENTS OF THE IT-AUDIT

Abstract: the changes associated with information technologies constantly occurs in the modern companies. This happens in connection with the new technology's opportunities, or with new requirements to them. In this article will be described how companies cope with the need for changes.

Keywords: information technologies, business-process transformation, СММІ

В мире информационных технологий большинство компаний стремится внедрять их в свою повседневную деятельность. Компания X занимается поставкой высокотехнологичных пост-трейдинговых сервисов и инфраструктурных решений для участников финансового рынка. Как же функционирует такая организация и какие ее цели?

Компания является монополистом, поэтому завоевание лидирующего положения на рынке компанию не интересует. Здесь речь идет о совершенствовании функционирования компании за счет оптимизации деятельности основных и поддерживающих бизнес-процессов. Организационная структура в компании – линейно-функциональная. Организационная форма компании – акционерное общество, поэтому во главе организации стоит общество акционеров. Организационная структура подразделяется на множество

департаментов, занимающихся уникальной деятельностью. Между департаментами идет взаимодействия, так как все они работают над одной целью. Очевидно, что в организации есть и бухгалтерия, и финансовый департамент, но в данной работе будет сделан акцент на создание информационных технологий (далее – ИТ), и взаимодействие этой области с другими депозитарными подразделениями. В работе будет рассматриваться один из бизнес-процессов департамента разработки и развития ИТ - Сборка системы.

Одним из способов оценки работоспособности компании является определение зрелости по СММИ¹⁰⁴. На данный момент компания имеет третий уровень зрелости. Третий уровень зрелости называется определенным: все бизнес-процессы сформулированы, организация придерживается определенных стандартов. Общими практиками, определяющими цели третьего уровня зрелости, являются “построение определенного процесса” и “собрать информацию для дальнейшего улучшения”. Каким же образом реализуются эти общие практики в организации?

Стоит отметить, что информационные технологии в компании используются не только для поддержки основных бизнес-процессов функционирования, но и для вспомогательных бизнес-процессов. Бизнес-процесс сборки системы относится к вспомогательным бизнес-процессам, а именно, к бизнес-процессу поддержки и развития ИТ. Он является частью разработки программного обеспечения (далее – ПО), следует после процесса написания кода и завершается размещением релиза продукта на стенде для дальнейшего тестирования. Процесс является определенным и закреплён в нотации BPMN¹⁰⁵. Бизнес-процесс реализуется так, как показано на рисунке 1:

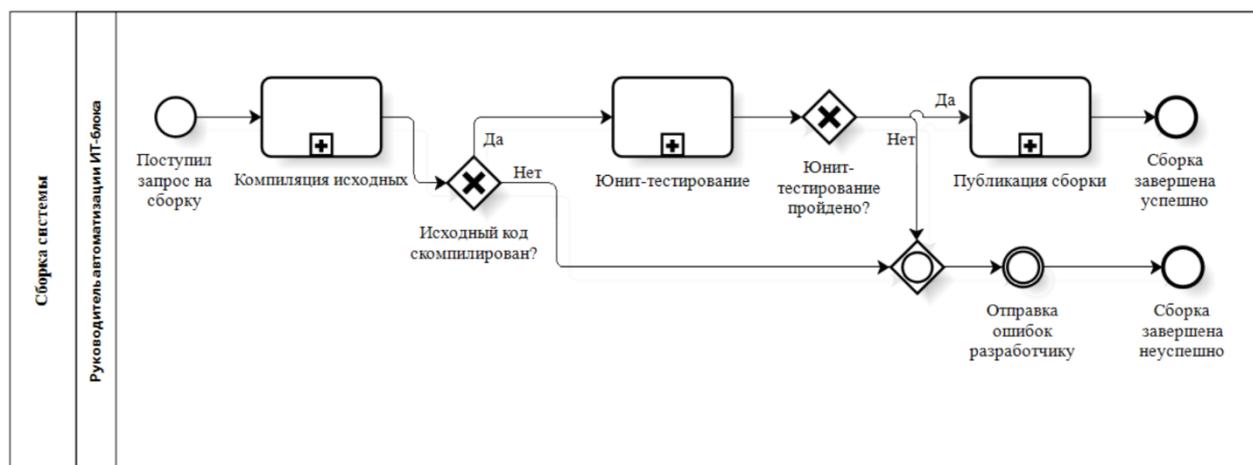


Рисунок 1 - Процесс сборки системы AS-IS

¹⁰⁴ CMMI for Development, Version 1.2/ Software Engineering Institute – Software Engineering Institute, 2006. – 357 с.

¹⁰⁵ Аналитический ресурс в области ИТ и BPM/ BPMS.ru

Видно, что он осуществляется независимо от остальных департаментов, отличных от развития ИТ, так как процесс осуществляет представитель департамента разработки и развития ИТ - руководитель автоматизации ИТ-блока. Процесс начинается с запроса на сборку. Первым процессом является компиляция исходных кодов: исходный код из системы контроля версий транслируется на машинный язык, иными словами, компилируется. При неуспешной компиляции исходный код отправляют разработчику, и сборка релиза продукта прекращается, в ином случае исходный код из системы контроля версий переходит на юнит-тестирование. Юнит-тестирование, его еще называют модульным тестированием, состоит из поочередного тестирования модулей кода. Если все модули успешно прошли юнит-тестирование, то сборка идет на публикацию. Если были найдены ошибки хотя бы в одном модуле, то сборка релиза продукта прекращается, а ошибки отправляют разработчику. Поступившие модули после юнит-тестирования размещаются в бинарном хранилище на этапе публикации сборки. Далее прикрепляются ошибки, возникшие при проведении предыдущей сборки и исправленные в текущей сборке, и сборка релиза продукта идет на установку. На этом процесс завершается.

Однако, у компании возникли проблемы с проверками аудиторских компаний. Аудит позволяет оценить текущую безопасность функционирования информационных систем, оценить и прогнозировать риски, управлять их влиянием на бизнес-процессы организации. В результате проверки было обнаружено, что исходный код неэффективно проверяется отделом информационной безопасности (далее – ИБ). Код проходит проверку на уязвимости только при возникновении каких-либо инцидентов, а перед выпуском продукта – нет. Причиной послужило отсутствие специализированного ПО для автоматического анализа на соответствие требованиям отдела ИБ. Все найденные отделом уязвимости передавались в департамент развития ИТ на согласование и доработку. Это занимало нерабочие часы разработчиков, в связи с чем они давали отказ на анализ уязвимостей при сборке каждого релиза продукта.

Компанией было принято решение по закупке специализированного ПО для анализа уязвимостей исходного кода. Работая в тестовом режиме, системой будет находить все возможные ошибки. Единожды проанализировав наборы ошибок, разработчики и специалисты отдела ИБ составят список ложных ошибок. Такие ошибки при дальнейших проверках не будут восприниматься системой как критические. В связи с таким планом работы процесс сборки будет видоизменен¹⁰⁶. Помимо изменения процесса, будут изменения в программных средствах,

¹⁰⁶ Руководство по улучшению бизнес-процессов/ Harvard Business School Press – Альпина Паблишер, 2015. – 132 с.

используемый для достижения целей процесса. После трансформации процесс сборки будет контролироваться не только отделом разработки и развития ИС, но и отделом ИБ. Трансформированный бизнес-процесс показан на рисунке 2:

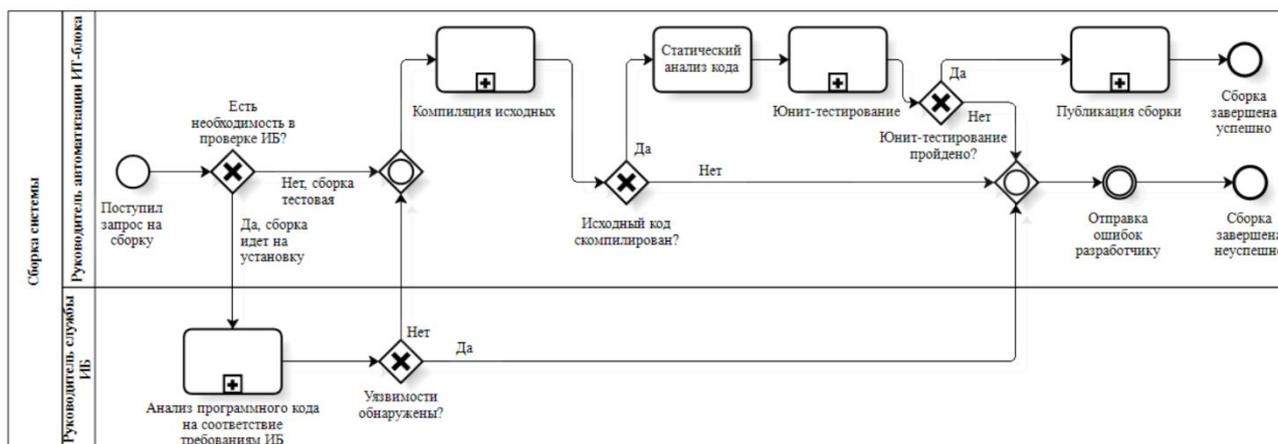


Рисунок 2 - Процесс сборки ТО-ВЕ

Стоит сравнить бизнес-процесс с предыдущей версией. На начальном этапе происходит его разветвление: при тестовой сборке разработчиков проверять код на соответствие требованиям ИБ не надо. Другой вариант разветвления процесса – сборка релиза продукта с последующей установкой. При такой сборке необходима проверка кода на уязвимости с помощью специализированного ПО. При успешном анализе дистрибутив из системы контроля версий выдается для дальнейшей работы, при найденных уязвимостях дистрибутив закрывается, ошибки отправляются разработчику, и сборка завершается неуспешно. Также, в процессе сборки появляется процесс статического анализа кода. Анализ представляет собой поиск потенциальных ошибок кода, а в текущем процессе используется для поиска кода, потенциально содержащего уязвимости. Остальные процессы сохраняются в первоначальном виде.

Какие последствия у трансформации текущего бизнес-процесса? Во-первых, теперь взаимодействие отдела разработки и развития ИС и отдела ИБ осуществляется напрямую, так как сборка релиза продукта, идущего на выпуск, не может происходить без анализа кода на соответствие требованиям ИБ. Для выявления однозначных ситуаций, когда это взаимодействие будет осуществляться и результата взаимодействий, происходит утверждение бизнес-процесса сборки системы. Помимо этого, оба отдела будут обучаться новому бизнес-процессу с помощью демонстрации процесса и дальнейшего обсуждения. В этом случае ни у кого не возникнет разногласий.

Во-вторых, происходит изменение программных средств, поддерживающих выполнение этого процесса. После трансформации процесса к вспомогательному ПО были выявлены требования по доработке. Примером послужит система контроля версий, которая теперь должна быть интегрирована с системой анализа

исходного кода на уязвимость, и которая не должна выдавать дистрибутив при отрицательном завершении анализа кода.

В итоге происходит трансформация бизнес-процесса сборки системы с вытекающими последствиями: происходят изменения не только в функционировании организационных единиц, но и в работе ПО. Бизнес-процесс был изменен в результате выявленных несоответствий стандартам аудита, то есть, признанием проверки кода на уязвимость неэффективной. Была собрана информация, необходимая для дальнейшего улучшения эффективности бизнес-процесса, после чего он был оптимизирован в соответствии с предоставленными требованиями. Построение определенного процесса после анализа на эффективность является целью компании, имеющей третий уровень зрелости по СММІ. Таким образом, компания доказала свое соответствие третьему уровню зрелости.

Список используемой литературы:

1. CMMI for Development, Version 1.2/ Software Engineering Institute – Software Engineering Institute, 2006. – 357 с.
2. Аналитический ресурс в области ИТ и BPM/ BPMS.ru. [Электронный ресурс] – URL: <http://bpms.ru> (дата обращения: 05.03.2017)
3. Руководство по улучшению бизнес-процессов/ Harvard Business School Press – Альпина Паблишер, 2015. – 132 с.

А.В. Стоносов
студент магистратуры факультета «Менеджмент» программы
«Операционный менеджмент»
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации
Г. Москва, Российская Федерация
Anton.stonosov@gmail.com
+79179896244

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ КИБЕРБЕЗОПАСНОСТИ В КОРПОРАЦИЯХ

Аннотации: В данной статье рассмотрены проблемы управления рисками кибербезопасности в корпорациях. Проанализированы основные виды угроз в кибербезопасности и принципы управления ими в компаниях. Выявлена и обоснована необходимость комплексного управления рисками кибербезопасности на уровне топ-менеджмента. На основе проведенного исследования автором предлагается выделить риски кибербезопасности как отдельные от операционных рисков, дается определение, формулируются основные характеристики и методы управления ими.

Ключевые слова: Кибербезопасность, управление рисками, управление кибербезопасностью.

A.V. Stonosov
2-year student of the Master's program, Faculty "Management", "Operational
Management" program
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation
Anton.stonosov@gmail.com
+79179896244

CYBERSECURITY RISK MANAGEMENT IN CORPORATIONS

Abstract: This article examines the problems of managing cyber security risks in corporations. Author analyzed the main types of threats in cybersecurity and the principles of their management in companies. In addition, he identified and justified the need for comprehensive cybersecurity risk management at the top management level. Based on the study, the author proposes to distinguish the risks of cybersecurity as separate from operational risks, provide a definition and formulate the main characteristics and methods of managing them.

Keywords: cybersecurity, risk management, cybersecurity management.

В настоящее время риски кибербезопасности ставятся в число самых больших угроз глобальной стабильности - на фоне войны, засухи, изменения климата и крупномасштабной миграции. Неустанная эволюция этих угроз наносит огромные убытки корпорациям и целым секторам. На данный момент можно выделить несколько основных типов угроз/атак, которые наносят вред компаниям: мошенничество с паролями, вымогательство, кибер-шпионаж, вирусы в приложениях/сайтах, взлом «облаков», перегрузка и обрушение серверов, инсайдерские угрозы и внутренний саботаж. Так, по итогам первой половины 2017 года глобальный ущерб от кибератак составил 4 миллиарда долларов США. Последствия взлома зачастую могут обходиться компаниям очень дорого и даже превышать их бюджет, именно поэтому риски кибербезопасности должны побуждать корпоративных лидеров решать их на уровне топ-менеджмента, а не оставлять эту форму управления рисками в ИТ-отделе.

Растущая зависимость от информационных технологий и систем промышленного контроля как в частном, так и в государственном секторах означает, что риски кибербезопасности должны рассматриваться как любые другие бизнес-риски и интегрироваться в систему управления рисками на уровне предприятий. Хотя многие руководящие команды по-прежнему рассматривают кибербезопасность, как всего лишь техническую проблему для управления на уровне исполнительной власти, она более важна, чем когда-либо, эти проблемы включаются в общий режим управления рисками.

Определение риска кибербезопасности

В научном сообществе ещё нет единого определения риска кибербезопасности, но подходящим описанием является «Риск кибербезопасности – это степень, в которой субъекту угрожает компромат конфиденциальности, целостности или доступности цифровой информации». Цифровая информация в данном случае - это любые данные или активы, представленные в цифровом (электронном) виде, которые имеют ценность для компании, к ним можно отнести: данные клиента, интеллектуальную собственность, активы, связанные с брендом (корпоративный веб-сайт, учетные записи и другие), или информацию, связанную с операциями.

Но что на деле отличает риски кибербезопасности от классических «рисков информационной безопасности»? Эксперты считают - отличает факт, что организациям предлагается сосредоточиться не только на «предотвращении» этих рисков, но и на выявлении и способности оперативно реагировать на инциденты в кибербезопасности. Для этого требуется более тонкий подход к управлению рисками, требуя от организаций как уменьшить вероятность и влияние происходящего события, так и быть готовым управлять инцидентом, когда случай произойдет.

Управление рисками кибербезопасности.

Сформировавшаяся в наши дни взаимозависимая экосистема бизнеса требует перехода от политики обеспечения информационной безопасности с акцентом на профилактике и контроле к подходу, основанному на оценке рисков, в рамках которого самые ценные активы организации и наиболее актуальные для нее угрозы будут ранжированы по приоритетности. Риски кибербезопасности исторически считаются «техническими» рисками, которым может оказываться недостаточное внимание, так как часто менеджеры неспособны определить влияние на бизнес и интегрировать эти риски с остальными рисками для предприятий.

Кибербезопасность, конечно, является технической областью и зависит от IT-подразделения; но это также та область, в которой есть угрозы для основы и сущности современного бизнеса - его данным и его бренду. Часто рычаги для управления и смягчения последствий находятся за пределами IT-подразделения. Чтобы правильно направлять людей, контролировать процессы и технологии, кибербезопасность должна управляться высшим руководством на уровне всей компании. При этом менеджеры не должны избегать своей ответственности за риск кибербезопасности, поскольку это может иметь огромное влияние на компанию, как с финансовой, так и с репутационной перспективой.

Подразделение управления операционными рисками несет ответственность за управление рисками кибербезопасности в рамках своих компетенций (в качестве отдельной категории или в качестве поднабора операционных рисков). Кроме этого, необходимо соблюдать принципы управления, упомянутые выше, обеспечивая сегрегацию между управлением кибербезопасностью и управлением рисками кибербезопасности, чтобы они были выявлены и связаны с соответствующим владельцем риска. Это позволит подразделению управления операционными рисками работать с такими рисками с помощью единообразных и унифицированных методов управления, которые будут позволять равномерно сравнивать все риски кибербезопасности и правильно распределять их по приоритетам.

Компании также могут прибегать к использованию внутреннего аудита, который должен играть независимую и решающую роль в кибербезопасности. Он не может заменить какую-либо структуру по управлению кибербезопасностью, но может дополнять и помогать им, предоставляя менеджменту отчеты с результатами управления рисками кибербезопасности.

Крайне важно сосредоточить усилия на оперативном выявлении попыток несанкционированного доступа и разработать эффективные и своевременные ответные действия. Для решения этой задачи компаниям следует пересмотреть свои стратегии безопасности, От обеспечения безопасности к управлению рисками кибербезопасности, обеспечив более тесную связь между такими компонентами,

как технологии, процессы и квалифицированные кадры, с одной стороны, и деятельностью организации в области управления рисками в целом, с другой. По мнению экспертов, многим компаниям это пока не по силам. Руководство компаний может сталкиваться с проблемами при усовершенствовании работы с рисками кибербезопасности. Основными считаются: нехватка квалифицированных сотрудников, отсутствие бюджета, отсутствие необходимых знаний в области кибербезопасности среди сотрудников. Эти проблемы менеджменту необязательно решать внутренними ресурсами: расширять штат, увеличивать финансирование – также можно использовать аутсорсинг по кибербезопасности.

В любом случае, в рамках стратегического планирования расходов на безопасность компании, помимо прочего, должны определить, какие практические методы обеспечения кибербезопасности лучше всего подходят для реагирования на сегодняшние изощренные попытки несанкционированного доступа, и инвестировать именно в эти методы. Важно выделять средства на внедрение процессов, позволяющих полностью интегрировать средства прогнозирования, предотвращения, обнаружения и реагирования на инциденты, чтобы свести к минимуму их негативные последствия. Кроме того, особое внимание следует уделять вложению достаточных средств в развитие кадрового потенциала и функциональности процессов, которые позволяют компаниям оперативно реагировать на инциденты и минимизировать их последствия. Помимо прочего, необходимо будет обеспечить достаточное финансирование полномасштабных курсов и программ непрерывного обучения сотрудников. Полезность обучения сотрудников в сфере безопасности подтверждают результаты разных исследований по вопросам киберпреступности.

Список использованной литературы:

1. Cybersecurity trends – report 2017. / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://www.cybersecurity-insiders.com/wp-content/uploads/2017/02/Cybersecurity-Trends-Report-2017.pdf> (дата обращения – 25.10.2017)
2. “Keeping ahead of the cybercriminals” – сайт компании BNP Paribas. / [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <https://cib.bnpparibas.com> (дата обращения – 25.10.2017)
3. «Кибербезопасность баз данных: основные риски и способы противостояния им». / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://www.securitylab.ru/analytics/487392.php> (дата обращения – 26.10.2017)
4. «Страховка от кибер-рисков». / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: URL: <https://habrahabr.ru/company/ruvds/blog/326530/> (дата обращения – 26.10.2017)

Стоносов А.В., 2017

А.Д. Жирнов
Финансовый Университет при правительстве РФ
Москва

Alex5231000@gmail.com

Научный руководитель:

Доцент, к.э.н. Братченко Светлана Анатольевна
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

ОСОБЕННОСТИ И КРИТЕРИИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КОМПАНИЕЙ

Аннотация: данная работа раскрывает в общем виде основные отличительные особенности управления в инновационных компаниях, базирующихся на выделенных критериях инновационности. Так же рассмотрены на примерах акценты и точки фокуса в управлении инновационных компаний. Выделены критерии инновационности и описаны особенности управления с учетом каждого.

Ключевые слова: инновационная компания, критерии инновационности, корпоративное управление инновационных компаний, жизненные циклы инновационных компаний

FEATURES AND CRITERIA OF INNOVATION COMPANY MANAGEMENT

Abstract: This work reveals in general terms the main distinctive features of management in innovative companies, based on the identified criteria for innovation. The focuses and focus points in the management of innovative companies are also examined on examples. The criteria of innovation are singled out and the features of management are described with regard to each.

Keywords: innovative company, innovation criteria, corporate management of innovation companies, life cycles of innovative companies

Понятие инновационности компании и те критерии, которые присущи компаниям, благодаря которым они могут называться инновационными, весьма разно трактуемы и могут быть поняты под разными углами восприятия в зависимости от контекста бизнеса и базы сравнения компаний. Одним из критериев инновационности компании будем рассматривать скорость внедрения продукта, что можно увидеть на таких ярких примерах мира предпринимательства как истории успеха Tesla Motors и SpaceX. Примеры этих компаний, которые точно могут претендовать на инновационность, показывают, как быстро распространился сам их продукт – электромобили с автопилотом и повторное использование ракет для удешевления космической отрасли.

Еще одним критерием инновационности отметим глобальность продукта компании – насколько масштабные проблемы он может решать. Иллюстрировать это могут Google и мессенджеры, продукты которых призваны решать проблемы упрощения общения и поиска информации. Это является довольно глобальными продуктами в рамках рынка и компании.

Таким образом, следует отметить в общем виде особенности корпоративного управления для инновационных компаний. Одним из элементов в корпоративном управлении инновационных компаний может служить фокусировка не на получение прибыли как основной целью компании даже в долгосрочном аспекте, а развитие продукта и рынка и, как получения экономического эффекта, – создание большой капитализации компании через рыночные инструменты и публичные размещения. Примером этому может служить IPO компании Facebook, которое было отмечено как рекордное [1] для технологической компании для 2012 года со 104 млрд капитализацией в период отрицательных базовых финансовых показателей и с ростом стоимости компании в несколько раз за последующие годы. В случае с более классическими компаниями, вероятно, что корпоративное управление при отрицательных финансовых показателях компании направляло бы ресурсы не на развитие продукта (умная реклама, развития Bigdata, покупка других компаний – что было предпринято Facebook), а на реализацию разных управленческих инструментов и решений для коррекции показателей в краткосрочной перспективе и получение прибыли в долгосрочном горизонте планирование.

Так же, одним из вариантов концентрации управленческого аппарата и постановкой задач для развития инновационной компании может быть сфокусировано не столько на исследование отрасли для корректного построения стратегии и тактики, а на ее создание путем тестов и практических работ. Это связано с критерием инновационности компании – создание новой отрасли (голубого океана). В более традиционных сферах бизнеса каждое управленческое решение должно строиться на фактических данных, которые базируются на исследованиях предыдущего опыта, поведения других игроков и моделирование поведения потребителя и рынка в целом. В инновационных компаниях корпоративное управление готова брать на себя первичное исследование новых отраслей через их создание, это означает, что большая часть расчетов и моделирования проходят через сравнительные тесты и анализа реакции внешней среды. В этот момент формируется и сам продукт, и сама отрасль, находится аудитория и поднимется общее направление стратегического планирования.

¹⁰⁷ <http://www.forbes.ru/infographics/tehnologii/tehnika-i-biznes/82298-ipo-facebook-v-tsifrah>

Развивая эту особенность корпоративного управления инновационных компаний, можно увидеть более яркую особенность – действие компании в полной неопределенности как внутренней, так и внешней. Внутренняя неопределенность для управляющего звена заключается в отсутствии полного понимания необходимой структуры для реализации целей компании, так как инновационная компания находится в органической взаимосвязи с окружающей средой и обоюдном формировании. Внешняя неопределенность зависит от тех же аспектов и имеет неясные границы заинтересованных лиц в ситуации формирования продукта. Так же стоит отметить, что неопределенность, как особенность корпоративного управления в инновационных компаниях, присуща на всех этапах развития компании, что может быть рассмотрено более подробно с помощью жизненных циклов инновационных компаний.

Возвращаясь к стратегическому планированию и методам принятия решений на уровне корпоративного управления, необходимо отметить еще одну яркую особенность инновационных компаний – это большое влияние основателя компании на всю ее деятельность, включая капитализацию. Это можно увидеть на примере Илона Маска и общей концепции всех его начинаний с перекликающимися целями и общим видением будущего. Его цель - создать новый этап развития человечества – межпланетные колонии, за чем следует создание технологий, способных работать на возобновляемой энергии, аккумуляторный тип хранения энергии, многоразовые ракеты для перемещения. Если рассматривать все компании Илона Маска как разрозненные виды бизнеса, то сложно увидеть полезность каждого из них, которая синергетически возрастает благодаря единой концепции и видению одного человека в каждой из этих компаний. Так же на сам процесс корпоративного управления в инновационных компаниях большое влияние, даже образующий все основное направления эффект оказывает основатель компании. Его виденье является основой инновационности и стоит в основании всего корпоративного управления, используя управленческий аппарат как инструмент реализации.

На более подробном уровне рассмотрения критериев управления в инновационных компаниях можно выделить более тонкие особенности и рассмотреть их на реальных кейсах компании. Но основная цель данной работы направлена на рассмотрение этого вопроса в разрезе общего понимания и векторного восприятия по основным направлениям для использования выводов и уровня рассмотрения управления в дальнейшем.

Нгуен Ча Ми
Магистрант департамента «Менеджмент»
Финансовый университет при Правительстве РФ
г.Москва, Российская Федерация
E-mail:mariwka.nguen@mail.ru
+79686906171

Научный руководитель
Трифонов П.В.
к.э.н., доцент департамента Менеджмент
Финансовый университет при Правительстве РФ
г.Москва, Российская Федерация

СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ В АВТОМОБИЛЬНОМ СЕКТОРЕ

Аннотация

Управление персоналом представляет собой сложное социальное явления, в тоже время является социальным институтом, наукой, самостоятельным видом профессиональной деятельности и механизмом реализации кадровой политики. Многогранность данной области знания ставит специалистов перед множествами проблем, как практических, теоритических, так и организационных. Но, следует отметить, что понимание и применение различных концепций управления персоналом важно при принятии управленческих решений, как на уровне государственных учреждений, так и на уровне коммерческих предприятий, но необходимо учитывать психологические факторы управленческой деятельности.

Ключевые слова: управление персоналом, система мотиваций труда, карта компетенций

Nguen Cha Mi
Master of Management Deoportament
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

Scientific adviser
Trifonov P.V.
PhD in Economic sciences, Assoc. Prof. Of Management Deoportament
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

MODERN APPROACH IN PERSONNEL MANAGEMENT IN AUTOMOTIVE SECTOR

Abstract

Personnel management is a complex social phenomenon. At the same time it is a social institution, a science, an independent kind of professional activity and a mechanism for implementing personnel policy. The versatility of this field of knowledge puts specialists in front of many issues such practical, theoretical, and organizational sides. It should be noted that the understanding and application of various concepts of personnel management is important when making managerial decisions, both at the level of state institutions and at the level of commercial enterprises. But it is necessary to take into account the psychological factors of managerial activity.

Keywords: personnel management, labor motivation system, competency map

История зарождения теории управления персоналом, бесспорно, предопределена эволюцией управленческой науки, истоки которой берут со времен ранних цивилизаций – Древнего Китая и Римской империи. Рассматривая различные школы, теории и концепции управления, можно отметить, что их содержательное наполнение различается особенностями социальных отношений и экономическим укладом общества, которые сложились в том или ином историческом периоде.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что результаты деятельности компании или государственной структуры во многом зависят от эффективной системы управления персоналом. Экономические субъекты часто сталкиваются с такими проблемами как низкий уровень кадровой культуры и неэффективная работа сотрудников. Причинами сложившейся ситуации могут послужить устаревшие управленческие методологические стереотипы в области управления персоналом.

Активная подготовка специалистов в области управления персоналом началась более двух десятков лет назад в странах СНГ. Именно на рубеже 80-90-х годов XX столетия появились условия, которые изменили философию людей к личности как владельцу драгоценного достояния общества – его способностей и профессиональных возможностей.¹⁰⁸

Современная система управления персоналом является совокупностью идей и приемов эффективного построения и управления компанией. На эту систему влияет множество внутренних и внешних факторов. На сегодняшний день управление персоналом невозможно представить в виде четко сформулированных правил, рецептов деятельности компании. Каждая организация разрабатывает свои принципы построения кадровой политики.

¹⁰⁸ Турчинов А.И. Кадровая политика и управление персоналом: проблемы теории и практики // Коммуникации в сфере управления персоналом – 2014 – №5 – 103 с.

Теория ожидания появилась примерно в 30-е годы XX века. В значительной степени она связана с работами немецкого психолога К.Левина, но основным разработчиком является канадский психолог В.Врум. Теория гласит, что наличие потребности не является единственным необходимым условием мотивации индивидуума к достижению поставленной цели. Человек также верит в то, что выбранный им тип поведения на самом деле приведет к удовлетворению желаемого. Важно отметить полноту реализации трех факторов:

- Дополнительно приложенные усилия должны гарантировать получение ожидаемого результата;
- За полученный результат должно быть гарантировано ожидаемое вознаграждение;
- Полученное вознаграждение должно соответствовать ожидаемому.

Если рассмотреть теорию ожидания со стороны менеджеров, то необходимо проанализировать потребности и ожидания сотрудников в сопоставлении с возможностями компании их удовлетворить. Но и в свою очередь организация ожидает определенную отдачу от сотрудников. Рассмотрим практические рекомендации кадровому отделу по применению теории ожидания:

- Компания должно сопоставить предлагаемое вознаграждение с потребностями рабочего с учетом их разнообразия;
- Менеджеру необходимо установить четкое соотношение между полученным результатом и вознаграждением, т.е. вознаграждать исключительно за эффективную работу;
- Управляющим нужно установить высокий уровень результатов подчиненных, чтобы обеспечить нужный уровень производительности труда, но, следует отметить, что уровень результатов должен быть реалистичным.

Работники смогут достичь уровня результативности, необходимого для получения вознаграждения, если делегированный им уровень полномочий, их профессиональные способности достаточны для выполнения поставленной задачи. Значимость оказания помощи сотрудникам в осознании ими реальности заданий и способов их выполнения, ценности получаемого вознаграждения стимулирует увеличению трудовых усилий сотрудников.

Ценность теории ожидания состоит в том, что в процессе формирования мотивов сотрудников необходимо не только соотнести цели компании и индивидуальные задания с собственными потребностями, но и оценить средства, инструменты и вероятность достижения этих целей. Поэтому недостаточно просто предложить подчиненным только сильные стимулы, немаловажным является указание подчиненного на средства и возможности достижения целей.

Рассмотрим теорию ожидания на примере Технического центра «Юнит», который предоставляет постгарантийное сервисное обслуживание и ремонт ведущих марок немецких автомобилей премиум-класса (BMW, Mercedes, Audi, Porsche). На сегодняшний день в компании открыта вакансия мастера-приемщика, которую можно рассмотреть через призму теории ожидания. (Табл.1)

Таблица 1. Соотношение вклада и результата работы мастера-приемщика технического центра Юнит

Вклад (усилия)	Результат (вознаграждение)
<ul style="list-style-type: none"> • График работы 2-2-3, • Режим работы 08:45-21:00, • Высшее или среднее техническое образование, • Коммуникативные навыки, • Знание технического устройства современных автомобилей, • Эмоциональные ресурсы, • Физическое здоровье. 	<ul style="list-style-type: none"> • Официальное трудоустройство, • Соблюдение ТК РФ, • Заработная плата: 75 000 руб.+, • Оплачиваемый отпуск, больничный, • Быстрый карьерный рост, • Скидки на обслуживание личного автомобиля, • Скидки в компаниях-партнерах, • Собственная столовая, • Комфортные условия работы.

Источник: Составлено автором на основании данных официального сайта технического центра Юнит

В первом столбце отражены требования технического центра Юнит к кандидату, во второй колонке указаны условия, предоставляемые компанией для выполнения обязанностей мастера-приемщика. Обратим внимание, что заработная плата будущего сотрудника состоит из фиксированной и переменной части. Проведем сравнительный анализ окладной части заработной платы.

Материальный стимул компании в виде только оклада имеет достаточно высокий уровень, если сравнить с минимальным размером оплаты труда, средним доходом москвичей и зарплатой, предлагаемой у компаний-конкурентов. Минимальный размер оплаты труда в России с 1 июля 2017 года составляет 7 800 рублей в месяц, а оклад потенциального сотрудника почти в 10 раз больше. Средняя заработная плата в Москве за 2017 год по исследованиям Министерства экономического развития составляет 63 000 рублей. В настоящее время конкуренты готовы предложить заработную плату мастеру-приемщику существенно ниже, чем компания «Юнит». Например, зарплата мастера-приемщика автосервиса «ВИЛГУД» и ООО «Штутгарт гараж» составляет 50 000 рублей в месяц, ООО «Авторусь» готов платить старшему мастеру приемщику 60 000 рублей в месяц.

Технический центр «Юнит» также использует социально-психологические механизмы мотивации труда, предлагает быстрый карьерный рост, выгодные условия по обслуживанию личного транспорта, комфортное рабочее место, скидки

в компания-партнерах, доступность руководства для общения и др. Отметим, что контактность руководства способствует более эффективной работы команды, так как вышестоящие органы могут подробнее объяснить ожидаемый от подчиненных результат.

По анализу теории ожидания можно сделать вывод, что технический центр «Юнит» подобрал максимально выгодные условия работы. Разработанный комплекс мотиваций подчеркивает привлекательность компании для кандидатов на должность мастера-приемщика. При этом кандидат должен адекватно оценивать свои способности для получения данной должности, а также дополнительные усилия за дополнительные вознаграждения.

В настоящее время конкурентоспособность сервисных компаний во многом зависит от эффективности работы персонала. Большое значение имеет процесс подбора кандидата на ту или иную позицию. Практическое использование инструмента – карта компетенций, позволяет специальной кадровой службе и руководителю компании структурировать оценки кандидатов в соответствии по каждой характеристике, распределять обязанности между группами персонала, разграничить зону ответственности в их работе.

Карта компетенций – это набор квалификационных характеристик кандидата, в котором указаны общие сведения индивида, специальное образование, области знания, например, владение несколькими иностранными языками или умение работать в специализированных компьютерных программах и другие специфические навыки.¹⁰⁹ Кроме компетентных характеристик в карте указываются личностные особенности – стрессоустойчивость, умение работать в команде, оригинальность мышления, напористость и т.д.¹¹⁰ Формирование карты компетенций возлагается на специалистов по человеческим ресурсам, но составление инструмента необходимо проводить совместно с руководителем организации, чтобы максимально учесть все особенности, которые должен иметь их «идеальный» сотрудник. Разработаем специальную карту компетенций для технического центра «Юнит» для актуальной на данный момент вакансии. (Табл.2)

Таблица 2. Карта компетенций мастера-приемщика технического центра «Юнит»

Компетентность	Характеристика компетентности	Максимальный балл
----------------	-------------------------------	-------------------

¹⁰⁹ Толстова И.Э., Калошина Т.Ю. Карта компетенций как инструмент подбора персонала на предприятиях малого бизнеса // Теоритические и практические аспекты развития управленческой мысли в современном мире – 2016 – 26 с.

¹¹⁰ Компетентный подход как парадигма профессиональной управленческой деятельности / Толстова И.Э., Калошина Т.Ю., Останин М.К., Соколов С.Л. – Казань: Изд-во «Бук», 2016. – 38 с.

Общекультурные компетенции	• Способность аргументировано, логически, содержательно строить устную и письменную речь	5
	• Умение работать в коллективе	5
	• Способность к саморазвитию	5
Общепрофессиональные компетенции	• Вдумчивое и ответственное отношение к работе	5
	• Системное и логическое мышление	5
	• Готовность применять полученные знания и навыки для решения задач	5
Профессиональные компетенции	• Водительское удостоверение категории В со стажем не менее 5-ти лет	5
	• Знание конструкции современных автомобилей	5
	• Владение ПК, коммуникабельность, многозадачность, ответственность	5

Источник: Составлено автором на основании данных официального сайта технического центра «Юнит»

При проведении собеседований с кандидатом необходимо провести опрос и психологическое тестирование, чтобы присвоить соответствующие баллы кандидату. Так организация сможет оценить каждого потенциального сотрудника по накопленным баллам, с учетом, что максимально возможная сумма баллов приравнивается 45 баллам. Кандидат с наибольшим баллом больше всего подходит техническому центру «Юнит». Карта компетенций поможет зафиксировать преимущества и оценить имеющиеся способности кандидатов.

Таким образом, системное изучение теоретических представлений управления персоналом необходимо для более рационального использования человеческого ресурса компании. Эффективность работы экономического субъекта, в первую очередь, зависит от качества и количества кадров. Ключевым фактором, непосредственно оказывающее влияние на качество работы сотрудников, является мотивация и стимулирование труда. Чем выше мотивация работника, тем больше он старается выполнять свои обязанности лучше и эффективнее. Но следует отметить, что каждой компании необходимо разработать свою собственную систему мотивации персонала в зависимости от особенностей ее отрасли и специфики деятельности. Использование карты компетенции на практике управления персоналом позволяет сравнить кандидатов между собой и оценить их особенности в соответствии с требованиями компании. Благодаря анализу карты компетенции компания сможет подобрать максимально подходящего кандидата. Кроме того, инструмент облегчает работу по определению зоны ответственности каждой из структур организации, кто за какую область несет ответственность и с кого спрашивать.

Список использованной литературы

- 1) Федеральный закон от 19.12.2016 N 460-ФЗ "О внесении изменения в статью 1 Федерального закона "О минимальном размере оплаты труда" // [Электронный ресурс]. – СПС «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
- 2) Письмо Минэкономразвития России от 08.08.2017 N Д14и-1760 "О прогнозе среднемесячного дохода от трудовой деятельности" // [Электронный ресурс]. – СПС «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>
- 3) Компетентный подход как парадигма профессиональной управленческой деятельности / Толстова И.Э., Калошина Т.Ю., Останин М.К., Соколов С.Л. – Казань: Изд-во «Бук», 2016. – 38 с.
- 4) Толстова И.Э., Калошина Т.Ю. Карта компетенций как инструмент подбора персонала на предприятиях малого бизнеса // Теоритические и практические аспекты развития управленческой мысли в современном мире – 2016 – 185 с.
- 5) Турчинов А.И. Кадровая политика и управление персоналом: проблемы теории и практики // Коммуникации в сфере управления персоналом – 2014 – №5 – 206 с.
- 6) Официальный сайт автосервиса «Вилгуд» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://wilgood.ru/> – (дата обращения – 15.10.2017)
- 7) Официальный сайт ООО «Авторусь» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.autorus.ru> – (дата обращения – 15.10.2017)
- 8) Официальный сайт ООО Штутгарт гараж – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://s-gar.ru/> – (дата обращения – 15.10.2017)
Официальный сайт Технического центра Юнит – [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://www.unitauto.ru/> – (дата обращения – 15.10.2017)

Е.А. Кебадзе
студентка магистратуры департамента «Менеджмент»
Финансовый Университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: Kebadze_katya@mail.ru
+79857809716

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ В СФЕРЕ ИТ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДОВ СЕРВИС-МЕНЕДЖМЕНТА И BPM

Аннотация. В статье приводится сравнение подходов сервис-менеджмента и управления процессами при организации деятельности компаний в сфере ИТ. Представлено описание и краткая история двух направлений, обоснована важность выбора инструмента управления процессами в сфере ИТ. Приведены основные особенности и преимущества каждого из направлений, а также рекомендации по их применению.

Ключевые слова: бизнес-процесс, операционный менеджмент, операционная эффективность, сервис-менеджмент, BPM, информационные технологии, ITSM, ITIL.

Е.А. Keadze
Student of master program, Department of management
Financial University under the government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation
E-mail: Kebadze_katya@mail.ru
+79857809716

MANAGING IT PROCESSES USING SERVICE-MANAGEMENT AND BPM METHODS

Abstract: The article compares the approaches of service management and process management in the organization of companies' activities in the IT sphere. There are presented description and brief history of the two directions, the importance of the choice of the process management tool in IT sphere is substantiated. The main features and advantages of each of the directions are given, as well as recommendations for their application.

Keywords: business-process, operation management, operation efficiency, service-management, BPM, information technology, ITSM, ITIL.

Одной из основных задач, стоящих перед организациями любых размеров, является то, как лучше всего управлять всеми внутренними процессами и сервисами. Независимо от того, возникают ли проблемы в результате устаревших процедур или возникших по всей компании самостоятельных подразделений, которые нарушают связь и сотрудничество, негативные последствия отказа от

надлежащего управления процессами могут быть разрушительными. Но тогда возникает вопрос, какой подход следует предпринять, и это сводится к сравнению управления сервисами¹¹¹ и управления процессами¹¹².

Решение о правильном подходе к бизнесу является важным шагом в правильном направлении. Особенно важным его делает то, что на изучение всех факторов уходит огромное количество времени. Первым шагом является понимание, чем отличаются управление сервисами и управление процессами и каковы преимущества каждого подхода.

Также известный как IT Service Management (ITSM), это процессный подход к управлению ИТ-сервисами предприятия путем согласования их с главной целью - предоставления услуг конечным пользователям на максимально высоком уровне. Этот основанный на процессах и потребностях пользователей подход отличается от различных подходов к управлению ИТ, которые в большей степени основаны на технологической стороне вещей.

Среди наиболее известных фреймворков управления сервисами - Библиотека инфраструктуры информационных технологий (ITIL), которая была первоначально создана правительством Великобритании в конце 1980-х годов и в настоящее время принадлежит AXELOS. Описанные в библиотеке процессы, процедуры, задачи и контрольные точки могут применяться бизнесом для согласования ИТ-сервисов с корпоративной стратегией и для измерения соответствия стандарту ISO / IEC 20000, а также измерения внутренних улучшений¹¹³.

Этот международный стандарт, ISO / IEC 20000, направлен на обеспечение того, чтобы предприятия использовали управление ИТ-сервисами таким образом в соответствии с их потребностями, а также лучшей международной практикой. Одним из ключевых аспектов стандарта и ITSM в целом является использование соглашений об уровне обслуживания (SLA) для согласования уровней обслуживания между поставщиком и клиентом, внутренним или внешним.

Управление бизнес-процессами (BPM) - это инструмент, помогающий предприятиям бесперебойно осуществлять операционную деятельность, предоставляя способ анализа процессов для поиска потенциальных улучшений. Он также помогает в осуществлении этих улучшений и контроле их эффективности. В большинстве предприятий, страдающих от избытка или недостатка процессов,

¹¹¹ Service management или ITSM - подход к управлению и организации ИТ-услуг, направленный на удовлетворение потребностей бизнеса. См.: Интернет-ресурс «IT Expert», 2002 – 2017. URL: <http://www.itexpert.ru/rus/biblio/itsm/>

¹¹² BPM - Управление бизнес-процессами - это дисциплина, включающая любую комбинацию моделирования, автоматизации, исполнения, контроля, измерения и оптимизации бизнес-деятельности в поддержку целей предприятия, охватывающих системы, сотрудников, клиентов и партнеров в пределах и за пределами предприятия. См.: Интернет-ресурс «Copyright Business Process Management, Inc.», 2017. URL: <https://bpm.com/what-is-bpm>

¹¹³ Business Process Management— The Key to ITIL Success. Интернет-ресурс “Ivanti”, 2017. URL: <https://www.ivanti.com/>

инструменты и действия, которые делают их более эффективными, имеют решающее значение.

ВРМ использует системный подход к повышению эффективности процессов компании и более оперативному реагированию на изменения. Этот подход восходит к началу 20-го века и «Принципам научного управления» Фредерика Уинслоу Тейлора, побудивших предприятия использовать более научный метод работы.

С тех пор существуют различные подходы, которые имеют те же цели, что и управление бизнес-процессами, включая Six Sigma, Total Productive Maintenance, Lean и, бесспорно, сервис-менеджмент. Все они направлены на то, чтобы улучшить работу бизнеса, оптимизируя процессы. Различия только в том, как они это делают, и каждая компания будет отличаться своими потребностями и целями.

И управление процессами, и сервис-менеджмент обладают определенными особенностями, и они помогают определить, какой подход предпочтительнее для бизнеса.

Преимущества сервис-менеджмента:

- Экономия денег. Использование подхода, основанного на ITSM, делает бизнес более эффективным, стандартизируя процессы обслуживания, и это почти всегда приводит к финансовой экономии, потому что деньги не расходуются на дублирование процессов и процедур. Принятие этого стратегического подхода к технологическим ресурсам означает получение максимальной отдачи от того, что есть у компании, минимизация финансовых и временных затрат .

- Экономия времени. Если ИТ-сервисы работают на уровне наилучших практик, со стандартными процессами, можно ускорить работу сотрудников, повысив их производительность. Это эффективно с точки зрения затрат, но также имеет преимущество, позволяющее сотрудникам уделять больше времени для работы над другими задачами, предлагая потенциал для достижения гораздо большего результата, чем они уже показывают.

- Повышенный контроль и учет. Стандартизация процессов управления сервисами исключает любые не системные меры, которые могут потенциально охватывать более серьезные нерешенные проблемы. Если каждый сотрудник ежедневно работает по одним и тем же процедурам, поле для ошибок становится меньше, и легче понять, где возникают отклонения, особенно при наличии эффективных процессов мониторинга.

- ИТ становятся основой внутренних процессов компании. Технология уже является ключевым игроком в работе бизнеса, но когда дело доходит до ИТ, поведение часто может быть реактивным – компания реагирует на проблемы, а не предлагает процессные улучшения. Использование подходов сервис-менеджмента

означает, что задействованные программные средства являются основой работы всех бизнес-единиц, и будут участвовать в любых решениях в будущем.

- Управление изменениями. Изменение на уровне бизнеса может быть потенциально рискованным процессом, особенно когда стандартизация по всем направлениям отсутствует, поэтому использование подходов сервис-менеджмента делает все операции повторяемыми и легко поддающимся контролю. Таким образом, любые проблемы, возникающие во время реализации изменений, могут быть идентифицированы, исправлены и устранены в будущем.

Преимущества управления бизнес-процессами

- Повышенная гибкость. Компания, использующая подходы управления бизнес-процессами, обладает более гибкими и адаптируемыми к изменениям процессами. Решения можно принять быстрее, потому что руководство может быть уверенным в существующих процессах и легкости, с которой они могут быть изменены.

- Рост удовлетворенности сотрудников. Сотрудники, которые не понимают процессов, с которыми им приходится работать, часто чувствуют себя разочарованными и несостоявшимися. Сокращение волокиты и дублирования задач делают сотрудников более удовлетворенными, также как и автоматизация, экономящая время выполнения повторяющихся задач. А удовлетворенные сотрудники работают более продуктивно.

- Большая измеримость. Управление бизнес-процессами значительно облегчает оценку результатов процессов и решений, позволяя принимать будущие решения с полным пониманием потенциальных последствий и преимуществ. Инструменты отчетности, которые предлагает BPM, могут изменить весь бизнес.

- Меньше рисков - со стандартизованными процессами, создание которых предваряется детальными исследованиями, снижается риск появления трудно отслеживаемых человеческих ошибок или мошенничества.

Когда доходит до окончательного выбора между сервис-менеджментом и BPM, становятся очевидны преимущества обоих подходов. Выбор будет зависеть от характера и структуры бизнеса, а также от его целей. Выгоды, перечисленные выше, являются показателями того, что можно ожидать от каждого из подходов, однако принимать решение следует на основании исследования конкретного бизнеса.

Список использованной литературы:

1. Интернет-ресурс «IT Expert», 2002 – 2017. URL: <http://www.itexpert.ru/rus/biblio/itsm/>
2. Интернет-ресурс «Copyright Business Process Management, Inc.», 2017. URL: <https://bpm.com/what-is-bpm>
3. Интернет-ресурс «Ivanti», 2017. URL: <https://www.ivanti.com/>

Д.Р. Логинов
Студент факультета «Менеджмент», ФМЗ-1
Научный руководитель: Батаева Бэла Саидовна
Профессор, д.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская Федерация
e-mail: loginovdaniil@bk.ru
+79124504202

ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Аннотация: В статье рассмотрены основные зарубежные модели корпоративной социальной ответственности, приведены примеры способов реализации различных благотворительных и социальных мероприятий на примерах зарубежных компаний. Кроме этого, подробно изучен вопрос об особенностях корпоративной социальной ответственности в российских компаниях и предложен пошаговый план внедрения программы КСО в российских условиях.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность

D.R. Loginov
Student of the faculty "Management", FM3-1
Scientific adviser: Bataeva Bela Saidovna
Professor, Doctor of Economics
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

EFFECTIVE METHOD OF INTRODUCING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN RUSSIAN COMPANIES

Abstract: The article reviews the main foreign models of corporate social responsibility, given examples of the implementation of various charitable and social events on the examples of foreign companies. In addition, study in detail the issue of the specifics of corporate social responsibility in Russian companies and the proposed step-by-step plan for implementing CSR programs in Russian conditions.

Keywords: corporate social responsibility

В настоящее время российские компании всё чаще сталкиваются с понятием корпоративная социальная ответственность. КСО в широком понимании это

добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, зачастую не связанный напрямую с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законодательного минимума и принятых в обществе этических норм. Это ответственность перед деловыми партнерами и сотрудниками, перед местными сообществами и населением в целом.

Практика КСО изначально стала применяться в американских корпорациях ещё в двадцатом веке. За прошедшее время явление КСО прочно закрепилось за корпорациями запада и внедряется там повсеместно. Именно поэтому европейская и американская модели внедрения КСО считаются наиболее развитыми, в отличие, например, от азиатской, африканской, латино-американской или российской моделей. Яркими примерами благотворительных кампаний могут являться практики Siemens (Германия), Starbucks (США) и Nestle (Швейцария).

Siemens минимизирует воздействие на окружающую среду посредством создания «экологического портфеля». Согласно прогнозу компания стремится к 2030 г. сократить выбросы углерода на 50% и стать «углеродно-нейтральной».

Компания Starbucks создала в 2017 году Starbucks College Achievement Plan на базе Аризонского государственного университета. Эта программа дает возможность сотрудникам получить шанс на поступление в университет и получить степень бакалавра с полным покрытием за обучение.

В России КСО появилась относительно недавно, поэтому имеет ряд особенностей и проблем. В первую очередь, все формы КСО функционируют под давлением государства. К другим особенностям можно отнести отсутствие прозрачности в принятии решений, неразвитость системы поддержки персонала, отсутствие системного подхода. Стоит также отметить, что основными направлениями в области корпоративной социальной ответственности российских компаний являются благотворительность и спонсорство.

Учитывая вышеуказанные особенности, российским компаниям необходимо соблюдать определённую последовательность действий при внедрении КСО. Первым этапом на пути к реализации планов станет полное соответствие с требованиями законодательства Российской Федерации (правовая ответственность), своевременная выплата налогов, наличие социальных гарантий для работников и охраны труда, а также осуществление контроля за качеством продукции.

Следующий шаг – улучшение условий труда, создание единой корпоративной культуры в организации, наличие программ развития сотрудников, посредством которых персонал постоянно совершенствует не только свои функциональные навыки, но и личностные (soft skills).

Третий шаг – развитие функциональной корпоративной ответственности. Он включает в себя организацию благотворительных акций; научных, спортивных, культурных мероприятий и конкурсов, а также содействие в сфере экологии.

Четвертый шаг – создание стратегической основы КСО. Он подразумевает собой создание благотворительных, стипендиальных фондов, направленных на людей с ограниченными возможностями, либо в поощрительных целях (для талантливой молодёжи). Помимо этого, возможно создание специальных учреждений для содействия развития экономики страны.

И, наконец, последний этап – гражданский уровень ответственности. Он означает регулярное участие представителей компании на конференциях в качестве экспертов по КСО, участие компании в конкурсах и программах по КСО, а также публикация нефинансовых отчетов по корпоративной социальной ответственности. Это стимулирует другие организации заниматься благотворительной деятельностью.

Подводя итог, нельзя не отметить эффективность мер по внедрению программы КСО в организации при правильном планировании этапов реализации этой программы. Она благоприятно повлияет на имидж компании. В ней будут видеть надежного партнера, привлекательного работодателя, что очень важно для развития. Помимо этого, несмотря на сложность оценки эффективности мер КСО, эксперты считают, что они способны привести к увеличению выручки и денежного оборота компании, расширению бизнеса (увеличению объемов производства, реализации новых проектов), а также сокращению затрат на логистику.

Список использованной литературы:

1. Melo, T., Garrido-Morgado, A., 2012. Corporate reputation: a combination of social responsibility and industry. Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag.
2. Школа Я.В., Шраер А.В. Корпоративная социальная ответственность в системе социально-экономических отношений: генезис становления и развития. Актуальные проблемы экономики и управления, 2015
3. Сайт компании Siemens – [Электронный ресурс] – http://www.siemens.com/investor/pool/en/investor_relations/siemens_sustainability_information2016.pdf Дата обращения: 01.12.2017
4. Сайт компании Starbucks – [Электронный ресурс] – <https://www.starbucks.com/responsibility> Дата обращения: 01.12.2017
5. Сайт компании Лукойл – [Электронный ресурс] – <http://www.lukoil.ru/> Дата обращения: 01.12.2017
6. Российская газета «Ведомости» – [Электронный ресурс] – https://www.vedomosti.ru/press_releases/2017/10/25/kso-otchet-nornikelya-poluchil-platinovie-nagradi-v-konkurse-marcom-awards

И.А. Головчанский
студент Факультета государственного
управления и финансового контроля
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: mail@golovchansky.com
+79998085452

Д.С. Таренко
студентка Факультета государственного
управления и финансового контроля
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Российская Федерация
E-mail: 7914339@mail.ru
+79850653618

Научный руководитель: Т.М. Токмурзин
к.э.н., доцент кафедры «Государственное и минимальное управление»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Москва, Российская Федерация

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ЗАВИСИМОСТЬ ВАЛОВОГО РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДУКТА НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ И ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТОВ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В данной статье приведено исследование социально-экономической дифференциации регионов. Использовались такие статистические показатели как коэффициент вариации, коэффициент размаха, коэффициент осцилляции. При рассмотрении ВРП на душу населения в период с 2011 по 2015 годы было выявлено, что между показателями ВРП в регионах существует очень большой разрыв. То же самое можно сказать и о доходных частях бюджетов субъектов РФ. В результате исследования была выявлена зависимость между показателями ВРП и размерами доходной части субъектов РФ, о чем свидетельствует величина коэффициента корреляции, варьирующая от 0,967 в 2013 году до 0,985 в 2014, которая показывает прямую очень тесную связь.

Ключевые слова: социально-экономическая дифференциация, ВРП на душу населения, доходная часть бюджетов субъектов Российской Федерации.

I.A. Golovchansky
student Faculty of Public Administration and Financial Control
Financial University under the Government of the Russian Federation
D.S. Tarenko

student Faculty of Public Administration and Financial Control
Financial University under the Government of the Russian Federation
Scientific Adviser: candidate of Economics T.M. Tokmurzin
Associate Professor of the Department "State and Minimal Management"
Financial University under the Government of the Russian Federation

**SOCIAL AND ECONOMIC DIFFERENTIATION OF THE SUBJECTS OF
THE RUSSIAN FEDERATION: DEPENDENCE OF THE GROSS REGIONAL
PRODUCT ON THE SIZE OF THE POPULATION AND INCOME OF THE
BUDGETS OF THE SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION**

Abstract: This article describes a study of socio-economic differentiation of regions. We used statistical indicators such as the coefficient of variation, ratio scale, coefficient of oscillations. When considering GRP per capita in the period from 2011 to 2015, it was revealed that between the indices of GRP in the regions there is a very large gap. The same can be said about the profitable parts of budgets of subjects of the Russian Federation. The study identified a correlation between the indicators GRP and the size of a profitable part of the Russian Federation, as evidenced by the magnitude of the correlation coefficient, ranging from 0,967 in 2013 to 0,985 in 2014, which shows a direct a very close relationship.

Key words: social and economic differentiation, GRP per capita, revenue part of the budgets of the constituent entities of the Russian Federation.

Проблема социально-экономической дифференциации регионов является одной из важнейших для такой большой страны как Россия. От остроты проявления данной проблемы, её масштабов, зависят корректировки в принятии важнейших решений, связанных с различными социально-экономическими преобразованиями.

Рассматривая проблему социально-экономической дифференциации регионов, авторами данной статьи были поставлены некоторые задачи: изучить характер дифференциации (в период с 2011 по 2015 гг.) на основании таких статистических показателей как коэффициент вариации, коэффициент осцилляции, размах; а также, используя те же самые статистические показатели, изучить размеры доходных частей бюджетов субъектов Российской Федерации за 2011-2015 гг. и выявить, существует ли связь между данными показателями.

Коэффициент вариации позволяет определить степень неоднородности исследуемого параметра независимо от масштаба и единиц измерения, что делает этот инструмент универсальным для определения степени социально-экономической поляризации субъектов РФ.

В статистике принято считать, что если этот параметр менее 33%, то совокупность данных является однородной, если более 33% – неоднородной.

Таким образом, чем выше значение коэффициента вариации, тем относительно больший разброс и меньшая выравненность исследуемых значений.

Коэффициент размаха показывает, насколько широк разброс значений макроэкономических показателей в регионах. При этом он не учитывает то, что минимальное и максимальное значение могут довольно сильно отличаться от остальных и являться своего рода «выбросами».

Коэффициент осцилляции показывает насколько далеко находятся крайние значения относительного всего масштаба данных.

Таблица

1

Сводная таблица показателей дифференциации субъектов Российской Федерации по ВРП на душу населения и доходной части бюджетов субъектов и коэффициентов корреляции

Показатель Год	ВРП на душу населения			Доходная часть бюджета субъекта Российской Федерации			Коэффициент корреляции показателей дифференциации субъектов по ВРП на душу населения и доходной части бюджета субъекта Российской Федерации
	Коэффициент вариации	Коэффициент размаха	Коэффициент осцилляции	Коэффициент вариации	Коэффициент размаха	Коэффициент осцилляции	
2011	78%	19,03	4,35	214%	222,22	18,88	0,97459654
2012	75%	17,04	4,30	203%	181,50	17,89	0,971479484
2013	73%	15,31	4,21	203%	175,00	17,85	0,967324457
2014	77%	20,92	4,59	193%	174,87	17,09	0,984980412
2015	75%	18,30	4,30	198%	186,94	17,52	0,980429773

ВРП на душу населения. За последние 5 лет (2011-2015 гг.) дифференциация по ВРП на душу населения оставалась довольно значительной. Так, «коэффициент разброса» колебался от 15,31 раза в 2013 году до 20,92 раз в 2014 году. Значение «коэффициента разброса» на 2015 год по сравнению с такими странами, как США (5,08), ФРГ (2,3) и Китай (7,6), экстремально высокое.

Коэффициент вариации за весь исследуемый период составляет величину выше 33%, что свидетельствует о неоднородности выбранной совокупности, то есть между показателями ВРП в регионах РФ существует очень большой разрыв.

При этом регионы с наиболее низким и наиболее высоким уровнем ВРП на душу населения практически не меняются. На протяжении всего рассмотренного периода наиболее низкий ВРП на душу населения был в Ингушетии, а наиболее высокий в Тюменской области.

Минимальный показатель коэффициента размаха был достигнут в 2013 году и равен 15,31 разу.

Очевидно, почему максимальное значение ВРП на душу населения наблюдается в Тюменской области - это наш основной нефтедобывающий регион. Такое положение сохранится и в ближайшие годы, поэтому можно безошибочно

прогнозировать сохранение значения коэффициента размаха на очень высоком уровне. Перспективы снижения этого показателя таким образом, в большей степени должны быть связаны с экономическим развитием наиболее отсталых регионов.

Доходная часть бюджета субъекта Российской Федерации. Анализируя доходную часть бюджетов субъектов за 2011-2015 годы можно увидеть, что коэффициент вариации составляет очень большую величину, что подтверждает факт наличия дифференциации и остроту данной проблемы. За последние несколько лет можно наблюдать, что значение этого коэффициента постепенно снижается, однако, в данных масштабах весьма незначительно. Так, в 2011 году коэффициент вариации составлял 214%, а уже в 2015 – 198%.

Вслед за коэффициентом вариации можно отметить постепенное уменьшение коэффициента размаха, то есть в период с 2011 по 2015 годы разброс между размерами доходной части бюджетов субъектов постепенно уменьшался, что в целом свидетельствует о тенденции к постепенному сглаживанию дифференциации.

Также в результате данного исследования была выявлена зависимость между показателями ВРП и размерами доходной части субъектов РФ. Об этом свидетельствует величина коэффициента корреляции, варьирующая от 0,967 в 2013 году до 0,985 в 2014, которая показывает прямую очень тесную связь.

С одной стороны, эта связь обуславливается тем, что ВРП на душу населения является одним из источников дохода в консолидированный бюджет, а значит, чем больше за указанный период было произведено, тем больше поступлений пойдет в бюджет. С другой стороны, доходы существенно связаны с тем, в каких масштабах они будут вложены в социально-экономическое развитие региона, а значит уменьшение доходов, а, следовательно, и расходов, также будет влиять на размер ВРП на душу населения.

Список использованной литературы:

1. Головчанский И.А. ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ// Головчанский И.А.// «Современное состояние российской экономики: задачи и перспективы». – М.: Финансовый университет, 2017. – С. 195-200.
2. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016: Р32 Стат. сб. / Росстат. - М., 2016. - 1326 с.
3. [Электронный ресурс]. - Единый портал бюджетной системы РФ // <http://budget.gov.ru>. Дата обращения: 30.11.2017

А. Е. Мелихова
студентка факультета «Менеджмент»

Научный руководитель: МУХИН К. Ю.
Преподаватель-ассистент департамента «Менеджмент»
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Москва, Российская федерация
E-mail: anna_melikhova@list.ru
Тел.: +7 (906) 791 74 67

МЕТОДОЛОГИЯ SCRUM: ВОЗНИКНОВЕНИЕ, ФИЛОСОФИЯ И ПРИНЦИПЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Аннотация. В данной работе описаны история появления и причины создания метода, а также основные предпосылки к его использованию. Помимо этого, отдельное внимание уделено принципам его функционирования, исповедуемым ценностям и основным понятиям. Проведен анализ последних изменений и случаев использования в российской и иностранной практике.

Ключевые слова: Agile, SCRUM, инноватика, проектный менеджмент, индустрия 4.0, гибкие методологии в управлении проектами.

A. E. MELIKHOVA,
student of the faculty "Management"

Scientific supervisor: MUKHIN K. Yu.,
Management department lecturer
Financial University under the Government of the Russian Federation
Moscow, Russian Federation

SCRUM METHODOLOGY: INITIATION, PRINCIPLES OF APPLICATION AND PHILOSOPHY

Abstract: This paper describes the history of the appearance of the method, the main reasons for its creation; principles, values and basic concepts; recent changes and practices in Russian and foreign practice.

Key words: Agile, SCRUM, innovation management, project management, industry 4.0.

Появление метода, причины, основные отличия от каскадной модели.

Метод SCRUM появился в начале 90-х, основателями и идейными лидерами методологии стали Джеф Сазерленд и Кен Швабер. Есть разные версии появления базиса метода.

По одной из них он пришел из регби или был замечен Сазерлендом, когда команда соседствующей технологической компании IROBOT показала принцип

работы Искусственного Интеллекта на примере робота-уборщика. По другой, он появился, когда Сазерленд наблюдал за игрой в регби, отсюда же пришло и название [1].

Оба варианта объединяет общий принцип, который и был заложен в основу методологии.

Его суть в том, что эффективность элементов, объединенных в систему с налаженным и постоянно обновляющимся циклом обратной связи, резко возрастает при сравнении с системой, где такая связь отсутствует.

Организация работы образом, описанным в методологии SCRUM, не являлась чем-то инновационным. В ней скорее были упорядочены и систематизированы популярные в то время идеи управления. Так, основные принципы взяты из японской модели, интерес к которой не ослабевает с появлением феномена «японского экономического чуда», особенно после болезненного поражения американских автопроизводителей на отечественном рынке (этим же можно объяснить, почему для примеров наиболее успешного управления чаще всего выбирается компания «Toyota») [2].

Кроме того, в самом мировоззрении, на которое опирается в своем построении SCRUM, можно заметить сходство с идеями системного анализа и современных теорий, говорящих о ключевой роли человеческого капитала в развитии бизнеса [3]. Главной же основой философии его построения стала система гибкого управления Agile. Сама по себе последняя не могла стать практическим руководством по организации процессов, так как носит очень обобщенный и теоретический характер (весь “Agile Manifesto”, включающий два списка из 4 ценностей и 12 принципов, можно уместить на страницу [4]). На рисунке 1 представлены наиболее яркие представители семейства «Agile».

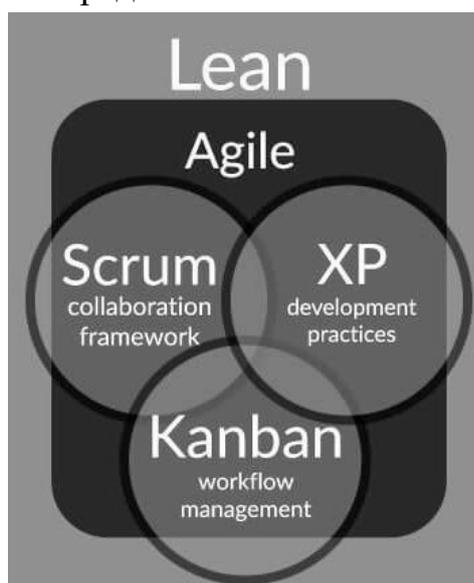


Рисунок 1. Представители семейства Agile-подходов к управлению проектами.

Наибольшую популярность методология приобрела после выпуска книги Джефа Сазерленда «Scrum. Революционный метод управления проектами» [5], хотя и до этого часто использовалась в сфере IT-проектов. В России активно обсуждалась в 2013-2015 годах: большая часть русскоязычных статей, в названии которых используется названная аббревиатура относится именно к этому временному промежутку.

Главным преимуществом подобной системы стала высокая адаптивность по сравнению с другими моделями, например, наиболее популярным до создания SCRUM было управление проектами на основе каскадных диаграмм Ганта, суть которой состоит в жестком регламентировании последовательности и срока выполнения каждой операции [5]. Хотя такие графики очень эффектно смотрелись при описании плана перед руководством, на практике их точное выполнение оказывалось невозможным, так как требовало на стадии первоначальной разработки определения точного временного промежутка для всех видов работ.

Главные принципы и понятия SCRUM.

Для понимания принципа работы SCRUM необходимо ознакомиться с основными понятиями и вокабуляром методологии.

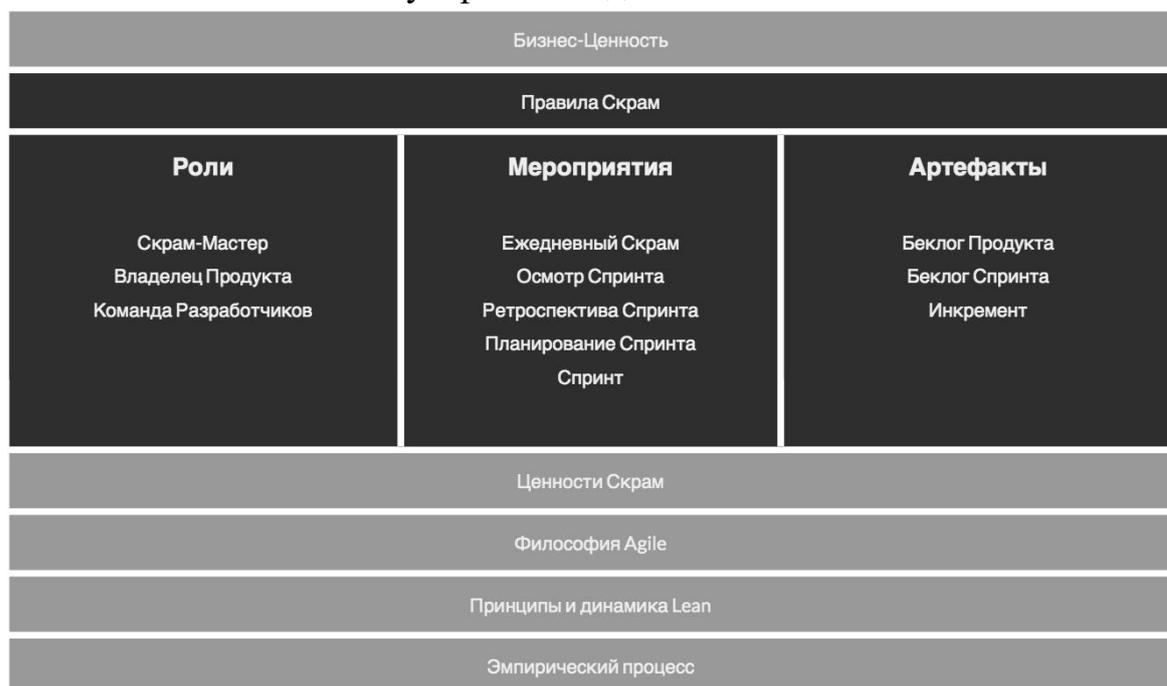


Рисунок 2. Основной понятийный и терминологический аппарат SCRUM

Скрам Мастер (Scrum Master) – связующее звено между менеджером и командой, главной задачей которого является создание благоприятных условий внутри команды, а также устранение препятствий в ее работе (последнее является одним из ключевым принципов, за счет которого и достигается экономия времени и ресурсов).

Держатель продукта (Product Owner) – разработчик продукта, который отвечает за соответствие продукта ожиданиям заказчиков и описание этих

требований в понятном исполняемом и измеримом виде для команды. Соответственно отвечает за результаты, получаемые на каждом этапе работы, и может распределять роли в процессе создания.

Команда (Team) – самоорганизуемая и самоуправляемая единица, состав которой может меняться в зависимости от характера стоящей перед ней задачи. Главная цель создания, в отличие от ранних моделей управления, состоит не в выполнении выделенной операции, а во взаимодействии и помощи участников друг другу при создании готового к использованию продукта на каждом спринте

Спринт (Sprint) – временной отрезок, необходимый для создания готового продукта (имеется ввиду не конечный результат работы, а его часть, которая может представлять ценность, то есть может быть опробована и оценена клиентом). Как правило, составляет одну-две недели

Беклог продукта (Product Backlog) – приоритизированный список требований к характеристикам продукта, который требует постоянного изменения на протяжении работы. Также учитывает сложность и временную затратность каждого задания

Ежедневное собрание на ходу или ежедневный SCRUM (Daily Scrum Meeting) – короткие (не более 15 минут) собрания, на которых проговариваются завершённые задачи и задачи на день, а также препятствия, возникшие в ходе работы [6].

Внедрение методологии в работу состоит из следующих этапов:

- 1) Выбор владельца продукта, команды и скрам-мастера
- 2) Создание бэклога и оценка входящих в него задач
- 3) Планирование спринта или первое скрам-собрание (выбор командами задач из бэклога, которое планируется сделать к концу отведенного времени, где главное требование – это получение каждой командой оцениваемого продукта)
- 4) Проведение ежедневных собраний на ходу для своевременного устранения возникающих препятствий, которые замедляют работу
- 5) Проведение встречи для обзора спринта, на которых оценивается и тестируется проделанная за это время работа и вносятся коррективы в бэклог продукта
- 6) Проведение ретроспективного собрания для получения обратной связи от всех сторон взаимодействия (заказчики, команды, скрам-мастера и хозяина продукта) [5].

Помимо самих приемов по эффективному построению рабочего процесса внутри SCRUM заложена определенная философия о внутреннем устройстве компании, без соблюдения которой внедрение системы внутри компании вызовет значительные затруднения и указанные принципы не приведут к ожидаемому результату.

Ее основные постулаты можно сформулировать следующим образом:

- Конкуренция между коллегами и подразделениями должна быть сведена к минимуму, поскольку в таких условиях трудно требовать от сотрудников помогать друг другу и открыто делиться результатами своей работы на каждом ее этапе
- Адекватная реакция руководства на замечания со стороны работников, для предоставления последними честной обратной связи, необходимой для совершенствования процессов
- Отсутствие в корпоративной культуре повсеместной практики переработок, так как это превращает трудовой процесс в «крысиные бега» и противоречит поэтапному подходу к работе, заложенному в основе SCRUM
- Отсутствие внутри компании формальных процедур, которые не приносят фактической ценности в продукт или не оптимизируют процесс его создания (долгие собрания, большие отчеты с размытыми целями и тд)

Актуальность и последние изменения.

Как уже было описано ранее, сейчас самой методологии около тридцати лет, в течение которых она постепенно становилась все более известной и обсуждаемой. Новизна этого подхода, которая и привлекла широкий интерес аудитории, одновременно стала главной причиной невнимания к ее деталям: терминам, процессам и их построению, ролям разных участников. Просмотрев сейчас работы и статьи, особенно отечественных авторов, посвященные SCRUM, можно подумать, что это устоявшаяся теория, развитие которой прекратилось несколько лет назад. На самом деле это не так. Основатели этой методологии постоянно работают над ее совершенствованием и дополнением, о чем свидетельствует очередное обновление Scrum Guide, вышедшее в 2017 году. Сам объем работы увеличился на 12%, были уточнены и обновлены основные понятия (скрам-мастера, таймбоксов и ежедневного скрам), добавлен термин «Инкремент» (шаг навстречу видению или цели), а также добавлены сферы его возможного применения [7].

Практика применения SCRUM.

Использование метода достаточно широкое, но есть несколько наиболее впечатляющих примеров его внедрения и следующих за ним улучшений результатов.

Одним из них стало использование методологии при обновлении компьютерной системы ФБР. После годовой задержки пятилетнего проекта и значительного превышения бюджета в 2010 году, организаторы реформы прибегли к SCRUM и смогли закончить больше половины всего проекта к сентябрю 2011 года, потратив на доработку сумму в два раза меньшую, чем было заявлено [5].

Если говорить о коммерческих компаниях, то известная своими многочисленными достижениями автомобильная корпорация WIKISPEED, использующая систему SCRUM на протяжении многих лет, смогла создать автомобили, которые превосходили по техническим характеристикам японские автомобили того же класса (например, Toyota «Camry») и одновременно выигрывали у них в цене. До них на протяжении долгого промежутка времени наблюдалась ровно противоположная ситуация и изменить ее считалось невозможным. На данный момент фирма специализируется на эффективных и доступных спорт-карах, а также проводит консультации по методологии для других компаний (были признаны лучшими в этой области журналами Forbes и Harvard Business Review, а один семинар стоит 6500\$) [8].

Говоря о российской практике применения, в первую очередь нужно иметь IT-отрасль. Например, международная студия архитектурной визуализации Photoreal3D. В колонках их сотрудников можно найти много интересных описаний применения этой методологии на конкретных проектах. Так, основатель компании Юрий Корнео рассказал, как создавался трехкомпонентый проект (3D-ролик, Интерактивная touch-панель, Прогулка в шлеме VR), целью которого являлась визуализация строящегося объекта в Одинцово [9].

Однако и вне it-отрасли все, так называемые «гибкие» подходы к управлению проектами, и в частности – наиболее яркий, имеющий методологическую базу и повсеместную популярность использования фреймворк – Scrum [10] (Рисунок 3), стремительно проникают во все сферы нашей жизни, захватывают новые вершины и порождают «лучшие практики» внедрения и успешного использования [11].

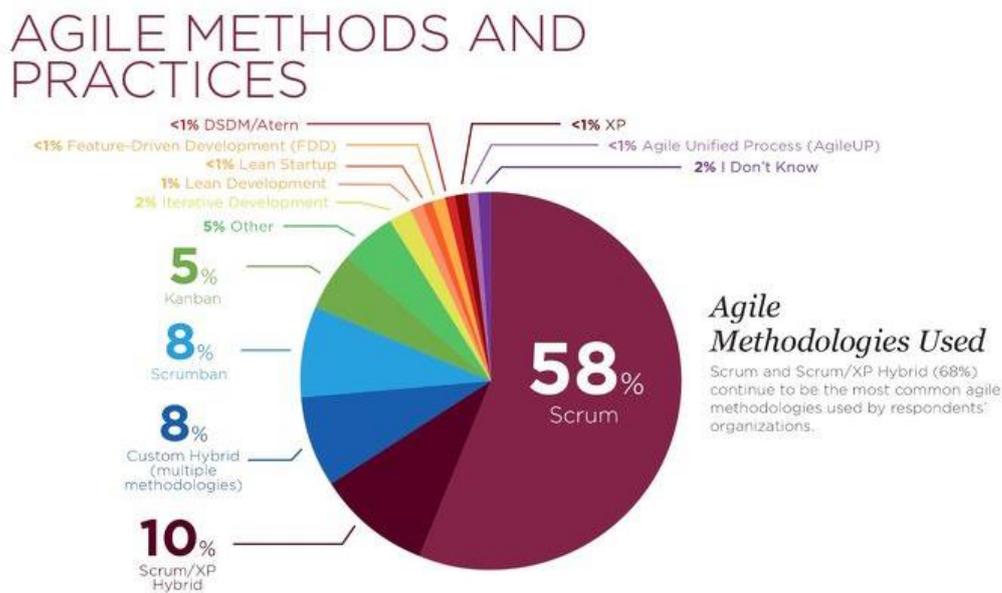


Рисунок 3. Палитра использования Agile-инструментария

Список использованной литературы:

1. [Электронный ресурс]. URL: <https://tim.com.ua/2013/05/how-scrum-was-born/>

2. Мухин К.Ю. Гибкая имплементация стандартов управления проектами R2M PMAJ & P5 GPM в контексте инновационного предпринимательства // Управленческие науки в современном мире: сборник докладов научно-практической конференции. Научно-практический журнал «Эффективное Антикризисное Управление», 2017, с. 434-439
3. Мухин К.Ю. Agile-эволюция проектных подходов как вынужденное требование времени // Всероссийский научный и общественно-просветительский журнал «Инициативы XXI века», № 1-2, 2017, с. 11-13
4. Beck K, M. Beedle, A. Bennekum, A. Cockburn, W. Cunningham, M. Fowler, J. Grenning, J. Highsmith, A. Hunt, R. Jeffries, J. Kern, B. Marick, R. Martin, S. Mellor, K. Schwaber, J. Sutherland, D. Thomas. Manifesto for Agile Software Development. 2001
5. Джеф Сазерленд «Scrum. Революционный метод управления проектами». // Манн, Иванов и Фербер, 2017 г., 272 стр.
6. [Электронный ресурс]. URL: <http://agilerussia.ru/methodologies/обзор-методологии-scrum/>
7. Schwaber K. and Sutherland J. The Definitive Guide to Scrum: The Rules of the Game, 2017. [Электронный ресурс]. URL: <http://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-US.pdf>
8. [Электронный ресурс]. URL: <http://wikispeed.org/>
9. [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/opinion/scrum-v-rossii/>
10. 11-th annual report «State of Agiletm». Version One inc., 2017
11. Фунтов В.Н., Парамонов Д.В., Малоземов С.Н. Гибкое управление в негибкой отрасли. // НИР. Российский журнал управления проектами, № 1, 2017, с. 25-36
12. [Электронный ресурс]. URL: <https://habrahabr.ru/company/makeright/blog/297250/>
13. Книберг Х. Scrum и XP: заметки с передовой [Текст] / Х. Книберг. — Киев: InfoQ, 2007.
14. Книберг Х., Скарин М. Scrum и Kanban: выжимаем максимум. — Киев: InfoQ, 2010. — 78с.
15. Scrum Alliance, The 2015 State of Scrum Report [Электронный ресурс]. URL: <https://www.scrumalliance.org/scrum/media/scrumalliancemedi/files%20and%20pdfs/state%20of%20scrum/scrum-alliance-state-of-scrum-2015.pdf>

УДК 331.5(045): 378(045)

М.В. Богданова
студентка факультета анализа рисков и экономической безопасности имени
профессора В.К. Сенчагова ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве РФ»

b-main@mail.ru

Научный руководитель: Фирсова И.А.
Профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного
управления Финансового университета при Правительстве РФ, д.э.н

IFirsova@fa.ru

РАЗВИТИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ УЧАСТИЯ В КЕЙС-ЧЕМПИОНАТАХ

Аннотация: в данной статье рассматривается такой формат заданий, как кейс. Кейсовые задания всё чаще можно встретить в университетах, но большую популярность они имеют как внеучебная деятельность. В статье раскрывается процесс выполнения кейс-задания, этапы кейс-чемпионата, а также формулируются, какие надпрофессиональные навыки формируются у участников в ходе решения кейса.

Ключевые слова: надпрофессиональные навыки, кейс, развитие, кейс-чемпионат.

DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL SKILLS OF YOUTH ON THE EXAMPLE OF THE PARTICIPATION IN THE CASE CHAMPIONSHIP

Maria Bogdanova

Student of Analysis and economic security department of Financial University
under the Government of the Russian Federation

Scientific adviser: Irina Firsova

Professor, Doctor of Economics FGOBU IN "Financial University under
the Government of the Russian Federation"

Abstract: this article reviews the format of assignments, how the case. Case assignments are increasingly found in universities, but in popularity they have as extracurricular activities. The article reveals the process of performing case assignment, the stages of the case competition, as well as formulated, what soft skills are formed among the participants in the course of solving the case.

Key words: soft skills, case, development, case-competition.

Всё большую популярность в ВУЗах набирает такой формат обучения как решение кейсов. Наш ВУЗ – Финансовый университет при Правительстве РФ не является исключением.

Кейс (case) представляет собой конкретную практическую ситуацию, которая раскрывает событие той или иной компании (или последовательности событий), в которой зачастую заложена некая проблема.

Кейсовые задания в формате университетов, как правило, моделируются с учетом специфики дисциплины, в рамках которой задается ситуация. Такой формат способствует погружению студента в практическую реальность компании.

Если стандартные формы заданий (задача, тест) имеют конкретное решение и точный ответ, то правильного решения кейсовой ситуации нет, что и вызывает наибольший интерес у студентов. Кейс-задания позволяют проработать альтернативные решения одной и той же проблемы. Главным фактором становится аргументация.

Помимо кейс-заданий в рамках семинаров, Финансовый Университет при Правительстве РФ мотивирует своих студентов участвовать в целых кейс-чемпионатах, которые проводятся во внеучебное время такими организациями, как «Challengelenge» и «Феникс».

В рамках «Challengelenge» проводятся всероссийские турниры, которые проходят в несколько этапов.

На первом этапе команде из четырех человек высылается задание, в котором описывается реальная проблема компании. Команде дается возможность не только узнать о проблемной ситуации, но и погрузиться в жизнь и культуру организации. На выполнение задания дается неделя.

На втором этапе также высылается задание, но уже от другой компании-партнера.

Третий этап происходит уже непосредственно при личной встрече с руководством компании и защитой своей работы.

Кейс-чемпионаты позволяют студентам развить как профессиональные, так и надпрофессиональные навыки. Хотелось бы подчеркнуть, что такие движения являются внеучебной деятельностью, что требует от студентов такие качества как самоорганизация и умение работать в команде.

Как правило, команду из четырех человек студенты собирают самостоятельно, но возможен и такой формат: если в команде не хватает людей или человек один, то команду образуют организаторы.

Наиболее интересным является анализ процесса выполнения задания. Организаторы кейс-движения не отслеживают работу команд, но есть методичка/учебник с рекомендациями по выполнению работы и построению взаимодействия внутри команды.

В рамках данного учебника участники кейс-чемпионата получают направления, в которых могут развиваться надпрофессиональные навыки. Например, участникам предлагается разделить внутри команды по следующим ролям:

1. Лидер – направляет всех участников команды, следит за ходом работы и выполнением задач, строит структуру решения.

2. Аналитик – ищет качественную информацию, тщательно прорабатывает отдельные задачи, корректирует презентацию.

3. Финансист – делает расчеты, строит математические модели.

4. Слайд-мейкер – придумывает новые идеи, нестандартные решения, презентация.

Такое разделение ролей позволяет выполнить работу качественно, так как не возникает конфликта интересов между участниками и дублирования функционала. Кроме того, каждый участник может попробовать себя в разных ролях и понять, какая роль ему наиболее близка.

При решении кейса важным является учет таких критериев, как:

- Широта и глубина анализа;
- Соответствие поставленной задаче;
- Структура и логика;
- Качество презентации.

Таким образом, участие студентов в кейс-чемпионатах дает не только возможность применения теоретических знаний на практике и реальных ситуациях современных компаний, но и формирует надпрофессиональные навыки, среди которых можно выделить следующие:

➤ Умение работать в команде, которое включает в себя самоорганизацию, поиск путей взаимопонимания, распределения полномочий и их своевременное выполнение.

➤ Развиваются лидерские навыки, которые необходимы при поиске и развитии решения задачи.

➤ Развиваются аналитические способности;

➤ Приобретаются навыки применения математических знаний при решении экономических задач, что положительно сказывается при написании в будущем выпускной квалификационной работы;

➤ Развиваются презентативные навыки. Формат презентации кейс-чемпионатов – 8 слайдов и приложения. За 8 слайдов необходимо передать не только продукт решения задачи, но и продемонстрировать ход размышлений команды и обосновать, почему команда пришла именно к такому ответу, а не к иному. Команда учится ёмко и лаконично передавать свои мысли в схемах и диаграммах;

➤ Команда учится тайм-менеджменту, так как никто на время кейс-чемпионатов не отменяет выполнение учебной деятельности и заданий.

Список используемых источников:

1. [Электронный ресурс] URL: <http://changellenge.com/> (Дата обращения 25.11.17);

2. [Электронный ресурс] URL: <https://studfiles.net/preview/6189337/page:8/> (Дата обращения 25.11.17).

УДК 331.5:329.78(045)

А.У. Мергенева
студентка факультета Анализа рисков и экономической безопасности
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
albinamergeneva@gmail.com

В.В. Потехина
студентка факультета Анализа рисков и экономической безопасности
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
lera_by_lera95@mail.ru

Научный руководитель: Фирсова И.А.
Профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного
управления, Финансового университета при Правительстве РФ, д.э.н.
IFirsova@fa.ru

РАЗВИТИЕ НАДПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ НАВЫКОВ МОЛОДЕЖИ НА ПРИМЕРЕ ФИНАНСОВОГО УНИВЕРСИТЕТА ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РФ

Аннотация: в данной статье рассматривается специфика работы активно развивающегося направления внеучебной деятельности студентов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации как «Школа Актива», реализующая способности и таланты креативных и желающих самосовершенствоваться молодых людей. Приводится перечень и описание основных ролевых позиций в структуре данной организации, их функциональных задач и обязанностей, а также навыки полезные современному студенту достигать высоких результатов, как в учебной, так и в будущей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: надпрофессиональные навыки, молодежь, саморазвитие, Студенческий Совет Финансового университета, Школа Актива, тренды.

Albina Mergeneva
Student of Analysis and economic security department of Financial University
under the Government of the Russian Federation

Valeriya Potekhina
Student of Analysis and economic security department of Financial University
under the Government of the Russian Federation

Scientific adviser: Irina Firsova
Professor, Doctor of Economics FGOBU IN "Financial University under the
Government of the Russian Federation"

DEVELOPMENT OF PROFESSIONAL SKILLS OF YOUTH ON THE EXAMPLE OF THE FINANCIAL UNIVERSITY UNDER THE GOVERNMENT OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract: the article is devoted to the questions of the specifics of the work of actively developing directions of extracurricular activities of students Financial University under the Government of the Russian Federation as the "School of activity", implementing skills and talents of creative and willing to cultivate young people. A list and description of the major role positions in the structure of the organization, their functional roles and responsibilities, as well as skills useful to the modern student to achieve high results both in training and in the future professional activity

Keywords: professional skills, young people, self-development, Student Council of the Financial University under the Government of the Russian Federation, School Activity, trends.

В настоящее время современная молодёжь все больше стремится достичь признания и успеха в обществе, желает развиваться не только в сфере постоянного пребывания, как скажем, школа, группа в университете и т.д., но и старается выходить за рамки привычного и нестандартного. Направленность на самореализацию в новых областях, помогает молодым людям раскрывать свои потенциальные возможности и умения. Именно такую тенденцию мы и хотели рассмотреть на примере активно развивающегося в рамках Финансового университета при Правительстве РФ молодежного направления как "Школа Актива".

Исследуемый проект реализуется в форме выездной поездки продолжительностью три дня в учебно-оздоровительный комплекс «Лесное озеро», где студенты имеют возможность, познакомиться со структурой Студенческого Совета, приобрести полезные надпрофессиональные навыки, которые пригодятся им не только в течение всего периода обучения в университете, но что немаловажно и в их будущей профессиональной деятельности.

Анализируемое мероприятие можно рассмотреть с двух позиций: участников и студентов-организаторов. Рассматривая данный вопрос с позиции участника, стоит отметить, что «Школа Актива» включает в себя несколько этапов, то есть в данном случае наблюдается сходство с комплексом мероприятий при устройстве на работу. Первый этап представляет собой отбор: для того, чтобы стать участником описываемого проекта, кандидату необходимо заполнить анкету, которая содержит позиции с указанием личной информации, собственных умений и навыков. Затем осуществляется общий отбор, на котором проверяется умение работать в команде, умения выражать свои мысли, быстро ориентироваться и нестандартно мыслить. После чего каждому кандидату назначается индивидуальное собеседование, на котором он должен резюмировать уже сформировавшееся у него представление о проекте, какие цели и что студент хочет получить от участия в данном мероприятии. Через определенное время,

публикуются официальные списки успешно прошедших отбор участников «Школы». Важность данного этапа заключается в том, что ребята имеют возможность понять механизм, который пригодится в дальнейшем при устройстве на работу.

Второй этап — это непосредственно сам проект. Участников разделяют на 12 команд по 12 человек в каждой, при этом важно обратить внимание на то, что формируются они из представителей разных факультетов. Данный принцип важен, поскольку необходимо понять, как участник будет вести себя в незнакомой для него среде. У каждой команды есть пара наставников, которые делятся своим опытом с участниками, помогают раскрывать таланты, подбирают ребят для работы в Студенческом Совете. Для этого проводится блок заданий командоформированной направленности, где участники знакомятся, рассказывают о себе, используя нестандартные методы, озвучивают свои цели, и конечно же, начинают взаимодействовать в команде. Именно на этом этапе практикуется самое сложное, а точнее семь наиболее приоритетных навыков:

- представить и защитить свою идею;
- слышать и слушать своих сокомандников;
- приходить к единому мнению;
- публичного выступления;
- рационально распределить свое время;
- стрессоустойчивости;
- помогать друг другу.

Кроме этого, происходит и естественное выделение ролей участников: формальные и неформальные лидеры, совесть команды, нарушитель дисциплины и т.д.

Более того, членам команды необходимо проявить себя с творческой стороны, а именно за короткое время придумать свою визитную и выступить с ней на сцене перед всеми участниками и организаторами «Школы Актива». По завершению концерта, участники отправляются проходить элементы веревочного курса. Где им необходимо проявить все приобретенные навыки грамотного командного взаимодействия. Данное мероприятие носит соревновательный характер.

После такого насыщенного дня, наставниками проводится вечерняя «свечка». Участники делятся своими впечатлениями о прошедшем дне, что им запомнилось, понравилось либо же не понравилось, подводятся итоги работы, как своей, так и команды в целом.

Целевая направленность второго дня «Школы Актива» заключается в знакомстве участников со Студенческим Советом Финансового университета.

Приезжают Председатели комитетов Совета и рассказывают об особенностях деятельности их подразделения.

Затем участники отправляются на мастер-классы, направленные на развитие их креативных способностей, умение управлять проектами. Данные мероприятия включают в себя теоретическую часть по изучаемому вопросу, а затем происходит практическое применение тех вопросов, которые прослушали участники. Формат отработки носит форму своего рода ролевой игры, где каждая команда на время становится определенным комитетом университета, должна придумать проект и реализовать его. После проходит вечернее мероприятие, а затем очередная «свечка» по итогам уже второго дня.

Третий день направлен на интеграцию всех команд в один большой успешный союз. Участники выполняют ряд заданий, в процессе которых они постепенно объединяются друг с другом. В конце третьего дня проводится финальное выступление команд, на котором они демонстрируют результаты своего трехдневного интенсива.

Резюмируя итоги участия в данном проекте, прежде всего стоит отметить, что перед участниками «Школы Актива» открывается уникальная возможность познакомиться со многими студентами своего учебного заведения, усовершенствовать свои надпрофессиональные навыки, получить совершенно бесплатно опыт, который будет полезен и в дальнейшей деятельности. Действительно, благодаря данному проекту раскрывается большое количество талантливых личностей, которые в дальнейшем продолжают применять полученные навыки в работе Студенческого Совета, а затем и при реализации своих профессиональных обязанностей уже в статусе сотрудников различных организаций. Ведь в настоящее время, для будущей карьеры необходимы умение общаться с людьми, работать в команде и искать креативные и нестандартные решения. Проект данного типа и масштаба является своего рода современным трендом развития талантливой молодежи. Такие мероприятия важны для реализации и развития потенциала, повышения уровня конкурентоспособности во всех сферах общественной жизни.

Несколько иную картину представляет собой работа организатора проекта, поскольку функциональный уровень и задачи исполнителей в данном случае значительно сложнее и степень ответственности гораздо выше нежели у участников. Команда организаторов включает в себя:

- директора «Школы Актива»;
- заместителя директора;
- старшего методиста;
- старшего эксперта;
- старшего наставника;

- старшего по технической поддержке.

У каждого старшего организатора есть своя команда, которая работает по одному из направлений подготовки проекта.

Директор и его заместитель, разрабатывают концепцию всего мероприятия и делегируют полномочия подразделениям, следя за качеством выполнения работы их работы.

Методисты разрабатывают всю программу, расписывая каждый день по минутам. Блок командоформирования, блок мастер классов, тренингов, формата вечерних мероприятий также принадлежит к совокупности обязанностей методистов.

Что касается старшего наставника, то в основе его работы лежит проведение обучения для наставников. В течение двух месяцев, по выходным студенты, которые прошли отбор и стали наставниками, проходят обучение, направленное на повышения своего опыта, развития навыков, которыми они в дальнейшем делятся со своей командой участников. В период обучения, наставники проходят курс лекций по основным направлениям стимулирования навыков работы в команде, учатся успешно взаимодействовать в паре, проходят все задания, которые затем будут выполнять участники.

Подразделение технической поддержки выполняет непосредственно работу на самом проекте. Основные задачи данной структурной единицы заключается в:

- расселение участников и организаторов;
- организации питания;
- обеспечении реквизита для команд;
- оснащении определенной территории элементами, необходимыми для

проведения веревочного курса.

Работа экспертов на предпроектном этапе заключается в проведении отбора и установлении критериев оценки. На самом проекте, эксперты оценивают работу наставников, поскольку важно получить обратную связь по итогу длительного обучения, также смотрят за участника и самим процессом работы команды. Постпроектный этап заключается в предоставлении обратной связи каждому из подразделений, по мероприятию в целом. Важность осуществления такого информационного обмена заключается прежде всего в том, чтобы в следующем году избежать совершенных ошибок и усовершенствовать определенные процессы и работу в целом.

Таким образом, проект для организаторов является важной составляющей для саморазвития, поскольку приобретается опыт, которым студент может делиться с участниками, то есть он уже может продемонстрировать свои знания и умения на практике, заинтересовать, раскрыть потенциал другого человека и при

этом сам получает многое посредством обратной связи. Такой опыт бесценен и конечно же пригодится в дальнейшем и в учебе, и в работе.

Подводя итог представленного исследования работы «Школы Актива», стоит подчеркнуть, что заинтересованность развития молодежи является на сегодняшний день важным компонентом современности, поскольку данное направление поддерживается государством, федеральным агентством по делам молодежи, школами и ВУЗами. Действительно, благодаря приобретению не только профессиональных навыков, получаемых в школах и университетах, но надпрофессиональных, происходит многостороннее совершенствование личности.

Стремление молодых людей к следованию современным тенденциям развития набирает все большую популярность, чему свидетельствуют многочисленные молодежные программы, различные движения и направления деятельности. На примере Финансового университета, был рассмотрен проект «Школа Актива», который направлен на формирование активной гражданской позиции студентов, содействие развитию самостоятельности, способности к самоорганизации и саморазвитию.

Список используемой литературы:

1. Финансовый Университет при Правительстве РФ// официальный сайт [Электронный ресурс] URL: <http://www.fa.ru/Pages/Home.aspx> (Дата обращения 25.11.17)

2. Атлас новых профессий // [Электронный ресурс] URL: http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/sedec/SKOLKOVO_SEDeC_Atlas.pdf (Дата обращения 25.11.17)

3. Школа Актива [Электронный ресурс] URL: <https://vk.com/schoolofactivity> (дата обращения 25.11.17)

УДК 331.5(045): 378(045)

К.Д. Исаев
студент факультета «Государственное управление и финансовый контроль
ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации», Россия, Москва
Научный руководитель: Фирсова И.А.
Профессор корпоративных финансов и корпоративного управления
Финансового университета при Правительстве РФ, д.э.н.
IFirsova@fa.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТАЛАНТЛИВОЙ МОЛОДЁЖИ

Аннотация. Автором изучены проблемы, возникающие на всех этапах развития талантливой молодёжи в России. Анализируется роль государства в процессе развития талантливых людей, а также приведена оценка механизмов, используемых руководством страны.

Ключевые слова: Социализация, одарённый ребёнок, государственная поддержка

PROBLEMS OF TALENTED YOUTH DEVELOPMENT

K. D. Isaev
Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia,
Moscow
Scientific adviser: Irina Firsova
*Professor, Doctor of Economics FGOBU IN "Financial University under
the Government of the Russian Federation*

Annotation. The author has studied the problems that arise at all stages of the development of talented youth in Russia. The role of the state in the development of talented people is analyzed, as well as an assessment of the mechanisms used by the country's leadership.

Keywords: Socialization, gifted child, state support

Сегодня, в XXI, как никогда встают остро вопросы, связанные с воспитанием молодёжи. Так происходит оттого, что руководства стран мира осознают всю важность воспитания будущих поколений, ведь именно от них, в скором времени, будет зависеть будущее их стран, и, возможно, всего мира. Но почему же именно сейчас данная тема наиболее актуальна? Правильное воспитание и поиск талантливой молодёжи были всегда важны на протяжении всей истории человечества, однако с появлением новых технологий связи и получения знаний появилось гораздо больше возможностей выявления и помощи в развитии молодёжи с наибольшим потенциалом.

В Конституции РФ закреплено: «Российская Федерация - социальное государство, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека».[1] Каждый год в России проводятся различные мероприятия, направленные на поиск одарённых детей, пишутся государственные программы, устанавливается система грантов и субсидий. Но стоит задуматься, какие существуют проблемы в этой сфере и смогут ли используемые инструменты решить их все? Именно на этот вопрос предстоит отвечать руководству нашей страны каждый год, поскольку обстановка в мире кардинально меняется, а актуальность вопроса воспитания и выявления молодых талантов остаётся всегда.

Определим, что же такое талантливая или одарённая молодёжь. По данному вопросу уже давно ведутся дискуссии. Первый подход понимает, что все дети талантливы. Каждый человек по-своему одарен. Этот подход отражает гуманистические тенденции в науке и является идеологической базой всеобщего образования и права каждого ребенка на развитие своих способностей. Однако такой подход размывает специфику понятия «одарённость». Акцент смещается в сторону поиска «ключика» к способностям ребенка и методам их развития. С этой точки зрения вопрос о выявлении одаренных детей выглядит нелепым. Но при этом неясно, почему дети, блиставшие в детстве, далеко не всегда сохраняют свой талант.

Второй подход понимает одаренность как дар «свыше» (Богом, родителями и т. п.), которым наделены единицы, избранные. Если следовать второму подходу, становится актуальной проблема выявления одаренных детей, но ставится под сомнение возможность развития одаренности. На рубеже веков в нашем обществе возник интерес к одаренным детям как к будущей интеллектуальной и творческой элите, от которой будет зависеть перспективы дальнейшего развития страны. Это делает необходимым широкое обсуждение проблем, связанных с выявлением и развитием одаренных детей; с возможностью эффективного поиска любых проблем, которые могут возникать у таких подростков, а также способов их решения.

Однако, как бы не рассматривать этот вопрос, невозможно отрицать, что в различных ситуациях кто-то проявляет себя гораздо лучше, чем остальные. Именно об этом и идёт речь во время обсуждения данного вопроса. Так, некоторые способы решения проблем приведены в "Концепции общенациональной системы выявления и развития молодых талантов". [2] Рассмотрим же такой же подход.

Весь период развития одного талантливого подростка государством в нашей стране можно разделить на три этапа:

1. Выявление таланта;
2. Помощь в развитии и реализации;

3. Развитие заинтересованности таланта работать в стране;

Рассмотрим, с какими проблемами приходится сталкиваться на протяжении этого не лёгкого пути.

Первым этапом является этап выявления одарённых детей, и уже на этом этапе возникают соответствующие проблемы. Так, например, вопрос оценки человеческих талантов все чаще возникает в последнее время. Обычно, первые признаки таланта или «одарённости» возникают на первых этапах социализации, таких как семья и начальная школа. В семье практически нет общих способов определения одарённости ребёнка. К примеру, некоторые родители часто ошибочно определяют излишнее любопытство своего чада первым признаком одарённости, но в таком возрасте этим отличается практически все дети. Поэтому, нельзя доверять оценке родителей, поскольку она часто может быть предвзятой.

Начальная школа даёт уже больше возможностей выделения некоторых детей. Балльная система оценивания в начальной школе может служить как мотиватор для учащихся и в тоже время как первый признак повышенных интеллектуальных способностей для взрослых. Но, к сожалению, подобный индикатор очень сомнительный, поскольку на протяжении жизни характер человека способен кардинально поменяться. Существует множество примеров, когда дети, будучи отличниками в школе, превращались в абсолютно пассивных, по отношению ко своему дальнейшему развитию, подростков. К тому же существует огромное множество факторов, из-за которых такой метод оценивания так же может оказаться не объективным. Эти факторы: временная прокрастинация, жульничество (списывание), предвзятое отношение преподавателя и так далее.

Начиная с середины XIX века люди пытались создать универсальный тест по обнаружению интеллектуальных способностей человека. Однако, даже самые современные подобные тесты демонстрируют свою ограниченность во многих случаях. Помимо этого, стоит отметить, что кроме как в сфере интеллекта, люди бывают талантливой во многих других сферах, таких как культура, искусство, спорт и так далее. Для этого совершенно не обязательно выделяться интеллектуально.

Стоит отдельно отметить, что в настоящее время проводится много олимпиад и различных конкурсов, что положительно влияет в плане решения проблем выявления талантов. Такие мероприятия призваны приглашать множество желающих и выявлять из них лучших в определённом вопросе. Данная практика, без сомнений, является очень полезной в наше время и её необходимо продолжать и развивать.

Следующим шагом по развитию таланта является помощь выявленным молодым людям. Одним из основных способов помощи является предоставление качественного образования. И именно с ним и связаны основные проблемы этого этапа. Одарённые дети обладают многими потребностями, которые стандартная

образовательная программа не способна удовлетворить. Каждый учащийся должен получать индивидуальную программу. Для развития и усиления какого-либо таланта необходимо чёткое и последовательное обучение в этой сфере, но также нельзя забывать и о разностороннем развитии, включённом в общеобразовательную программу. Так, в большинстве школ США и Европы были созданы специальные программы по работе с одарёнными детьми. Подобные системы, последнее время внедряются и в России, выделением в общеобразовательных школах классов с определённым уклоном. Помимо них существует ещё множество школ с уклонами, а также особые лицеи и гимназии. Такая система образования хоть и не позволяет полностью раскрыть чью-либо особенность, но даёт возможность развиваться в нужном направлении. Об этом говорил и президент России Владимир Путин 17 ноября на совещании по вопросам поддержки талантливой молодёжи в сфере искусства: «Очевидно, что работа с одарённой творческой молодёжью – тем более в такой сфере, как культура, – требует особой гибкости и нестандартных решений, отказа от шаблонов, механической унификации и так далее. И конечно, нельзя сводить подготовку профессиональных творческих кадров лишь к сугубо «образовательным услугам»

Однако перегибы в этой системе являются проблемами ничуть не меньше предыдущих. Полное исключение подростка из общества сверстников или полностью исключительно индивидуальная программа могут плохо повлиять на психику. Некоторые родители, наставники забывают, что работают еще не с окончательно сформированными личностями. Поэтому надо чётко видеть разницу в подходах и доверять это, в первую очередь специалистам.

Особым пунктом в обсуждении вопроса поддержки и развитию молодых талантов является материальная поддержка. Правительство уже не раз заявляло о разносторонней материальной поддержке одарённых детей, однако её никогда не бывает достаточно. Конечно, большое количество грантов и субсидий по результатам учебной и научно-исследовательской деятельности способно подстегнуть желание молодых людей продолжать развивать свои сильные стороны, но иногда их не хватает чисто физически. Так, например, даже получив грант в несколько десятков тысяч рублей человек из российской глубинки не может переехать туда, где ему дадут возможность развиваться эффективнее.

Для решения данной проблемы надо развивать систему стипендиального обучения. Так государство будет полностью обеспечивать проживание и образование тем, кто этого действительно заслуживает и обладает большим внутренним потенциалом. В данный момент во многих ВУЗах на студенческие стипендии невозможно прожить даже недели. Хотя гарантированно такие вложения в молодых людей через некоторое время принесут значительные плоды.

Последним, но не менее важным для руководства страны является вопрос возбуждения желания молодых учёных, представителей культуры, профессионалов своего дела оставаться в России. Особенно остро этот вопрос встал после открытия «железного занавеса». «Утечка мозгов» очень сильно замедлила темпы развития молодой России. В данный момент, эта проблема является фактически психологической травмой для страны, поэтому ей уделяется очень много внимания. Так, строительство новых научно-исследовательских центров, организация общественных объединений по интересам, открытие детских лагерей, предоставление условий для хорошей жизни конечно являются довольно эффективными инструментами. Однако, не эффективное распределение материальных средств часто приводит к тому, что даже научные работники, обладающие огромным опытом и знаниями, вынуждены фактически жить, а не выживать. Например, скандал 2016 года, связанный с зарплатами преподавателей ведущих российских ВУЗов доказывает недостаток контроля в системе. Это именно тот вопрос, которому правительству стоит уделить особое внимание, отчасти в материальном плане.

В заключение хочется сказать, что, конечно же, существует множество проблем в вопросе развития талантов. Однако, также невозможно говорить о полном отсутствии попыток решить этот вопрос. Заметны шаги со стороны правительства в нужном направлении. Для полного решения, необходимо лишь увеличить прилагаемые усилия и уделять ещё больше внимания молодёжи. Ведь именно от младшего поколения зависит спокойная старость нынешних управленцев и дальнейшая судьба всей страны.

Источники литературы:

1. Конституция РФ
2. "Концепция общенациональной системы выявления и развития молодых талантов" (утв. Президентом РФ 03.04.2012 N Пр-827)
3. Приказ Минобрнауки России от 28 февраля 2008 г. № 74 «Об утверждении Правил присуждения премий для поддержки талантливой молодежи и порядка выплаты указанных премий»
4. Бариев М.М. Современная Россия и особенности реализации государственной молодежной политики. [электронный ресурс]
[URL:http://www.hdirussia.ru/503](http://www.hdirussia.ru/503)
5. Официальные сетевые ресурсы Президента России [электронный ресурс]
[URL:http://www.kremlin.ru/events/president/news/56119](http://www.kremlin.ru/events/president/news/56119)

УДК 329.77(045)

Е.Р. Мясищева
студентка факультета анализа рисков и экономической безопасности имени
профессора В.К. Сенчагова ФГОБУ ВО «Финансовый университет при
Правительстве РФ»
elizabeth-myasisheva@rambler.ru

Научный руководитель: Фирсова И.А.
Профессор корпоративных финансов и корпоративного управления
Финансового университета при Правительстве РФ, д.э.н.
IFirsova@fa.ru

ВОЛОНТЕРСТВО – ТРЕНД СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Аннотация: В статье рассмотрен феномен волонтерства как новый тренд молодежи, его роль в воспитательном процессе студентов. Также автором описано Волонтерское общество пропаганды знаний им. проф. В.К. Сенчагова как канал проявления добровольчества студентов Финансового университета, а также как инструмент, способствующий обеспечению непрерывного образования и последующего трудоустройства студентов факультета и университета.

Ключевые слова: надпрофессиональные навыки, волонтерское общество, тренды современной молодежи.

VOLUNTEERING - THE TREND OF MODERN YOUTH

Elizaveta Myasishcheva
Student of Analysis and economic security department of Financial University
under the Government of the Russian Federation
Scientific adviser: Irina Firsova
Professor, Doctor of Economics
Financial University under the Government of the Russian Federation

Abstract: The article describes the phenomenon of volunteerism as a new trend of youth, its role in the educational process of students. The author also describes the Volunteer Society Advocacy of Knowledge named after Professor V.K. Senchagova as a channel for the manifestation of the volunteerism of the students of the Financial

University, and as a tool, that facilitates the continuing education and subsequent employment of students at the faculty and university.

Key words: soft skills, volunteer society, trends of modern youth.

Развитие современной экономики требует все более высоких навыков, как личностных, так и профессиональных. Владение определенными знаниями и умениями в рамках выбранной специальности, стремление к постоянному самообразованию, ответственность и трудолюбие личности в будущем способны обеспечить успешное профессиональное становление. Именно поэтому, в университетах в целях обеспечения единства обучения и воспитания студентов, повышения эффективности учебно–воспитательного процесса ведется работа по созданию студенческих объединений, способствующих реализации целей по данному направлению.

В настоящее время современная молодёжь все больше стремится достичь признания и успеха в обществе, желает развиваться не только в сфере постоянного пребывания, как скажем, класс в школе, группа в университете и т.д., но и старается выходить за рамки привычного и стандартного. Направленность на самореализацию в новых областях, помогает молодым людям раскрывать свои потенциальные возможности и умения.

Воспитание представляет собой деятельность, которая направлена на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающегося на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства¹¹⁴. Таким образом, воспитание студенческой молодежи является неотъемлемой частью образовательного процесса. Данная тенденция рассматривается автором на примере активно развивающегося в рамках Финансового университета при Правительстве РФ Факультета анализа рисков и экономической безопасности молодежного направления как Волонтерское общество.

¹¹⁴ Л.Н. Зайнуллина Основные направления воспитательной деятельности куратора студенческой группы.
http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD_36_Zaynullina.pdf_1514.pdf

В последнее время волонтерское течение в России масштабируется со все большей скоростью. Существуют различные направления деятельности добровольчества, такие как помощь детям, больным, животным, проведение благотворительных акций, сопровождение крупномасштабных мероприятий и другое. В студенческой среде волонтерская деятельность напрямую связана с процессом воспитательной работы. Возможность быть волонтером на различных мероприятиях открывает для студента канал самореализации, проявления активной гражданской позиции, а также площадку для развития надпрофессиональных навыков.

Студенты Факультета анализа рисков и экономической безопасности им. проф. В. К. Сенчагова в 2017 году выступили с инициативой создания волонтерского движения, которое могло бы объединить заинтересованных учащихся. Вновь созданное, Волонтерское общество пропаганды знаний имени профессора В.К. Сенчагова функционирует в целях распространения высокого образа и статуса студента Финансового университета, популяризации финансового образования в России и новых стандартов экологического поведения.

Задачами Волонтерского Общества являются:

- Популяризация идей добровольчества среди студентов Факультета и Финансового университета.
- Создание оптимальных условий для распространения волонтерского движения и активизации участия студентов Факультета и Финансового университета в вузовских, региональных и всероссийских социально-значимых акциях, и проектах.
- Привлечение студентов к организации и проведению целевых мероприятий Факультета и Финансового университета.
- Организация систематической работы в рамках утвержденных направлениях деятельности Волонтерского общества.
- Вовлечение школьников в добровольческую деятельность на базе Волонтерского общества.
- Развитие межфакультетских связей.

- Пропаганда научных знаний, здорового образа жизни, а также активной социальной и научной жизненной позиции.

- Проведение совместных межфакультетских научных мероприятий.

В своей деятельности Участник Волонтерского общества руководствуется следующими принципами:

- Законность – деятельность волонтера не должна противоречить законодательству Российской Федерации, а также этическим и нравственным нормам и правилам, принятым в обществе;

- Добровольчество – добровольное участие в волонтерской деятельности;

- Добросовестность – обязательное выполнение взятых на себя обязательств, трудолюбие и порядочность;

- Безвозмездность – отсутствие денежного вознаграждения за свой труд;

- Самоуправление – волонтерская деятельность на Факультете является одной из форм студенческого самоуправления и осуществляется на общественных началах, предоставляя участникам волонтерского движения возможность самореализации и личностного роста

На данном этапе перед Волонтерским обществом в приоритете остаются вопросы обеспечения единого пространства для абитуриентов и студентов в вопросах дальнейшего трудоустройства. В рамках выполнения данной миссии Волонтерское общество стремится к выстраиванию крепких взаимовыгодных отношений со школами города Москвы, а также с ключевыми работодателями.

Участники Волонтерского общества в рамках данной темы видят следующие проблемные зоны:

1. Большинство абитуриентов не с полной долей осознанности выбирают высшие учебные заведения и свою будущую профессию, в виду только 27% выпускников российских вузов сейчас работают по полученной специальности¹¹⁵.

¹¹⁵ По данным опроса Роструда на портале «Работа в России» в 2017 году

2. Набор компетенций по полученным в университете специальностям совпадает с предписаниями текущих образовательных стандартов, однако недостаточно отвечают требованиям реальных работодателей.

Таким образом, можно сделать вывод, что современная молодежь все больше стремится найти каналы для собственной самореализации. Данные каналы являются инструментами воспитательной деятельности университета, к которой относится не только профессиональное воспитание и развитие студентов, но и развитие у них надпрофессиональных навыков. Одним из таких каналов является волонтерское движение, которое представлено на Факультета анализа рисков и экономической безопасности имени профессора В.К. Сенчагова Волонтерским обществом пропаганды знаний имени профессора В.К. Сенчагова. Данное волонтерское общество видит свою миссию в построении плотных взаимосвязей между студентами и школьниками (будущими абитуриентами факультета и университета), а также между студентами и работодателем в вопросах соотношения требуемым профессиональным и надпрофессиональным компетенциям студентов.

Список литературы:

1. Л.Н. Зайнуллина Основные направления воспитательной деятельности куратора студенческой группы.
2. Андреев В.И. Педагогика высшей школы. Инновационно-прогностический курс: учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности 033400–Педагогика и дополнительная квалификация «преподаватель высшей школы» / В.И.Андреев. - Казань: Центр инновационных технологий, 2005. - С.151- 163.
3. Молот А.И, Акатьев А.П., Балашов В.В. Организация системы НИРС в университете: опыт и научно-методическое обеспечение: Методическое пособие/ Молот А.И., Акатьев А.П., Балашов В.В. – М.: НИИВО, 2002. – 72с.
4. Винтин И.А. Организация воспитательной работы в вузе во внеурочное время// Педагогика. Научный журнал, 2004.- №9. – С.58-64.

УДК 334.021(045)

Н.В. Егорова
студентка магистерской программы «Образовательный менеджмент»
(факультет Менеджмента) Финансового университета при Правительстве РФ
egorova_n_v@mail.ru

ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В СИСТЕМЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В МОСКВЕ

Аннотация. Для развития дополнительного образования в Москве сегодня используются качественно новые форматы организации познавательной деятельности обучающихся в процессе образования и воспитания. В статье рассмотрен вопрос интеграция возможностей каждой образовательной организации с возможностями всего города - школами, колледжами, учреждениями дополнительного образования, предприятиями, университетами, музеями, театрами, парками, предприятиями, частными компаниях и иными объектами социальной и научной сфер города.

Ключевые слова: дополнительное образование, социальное партнерство, образовательные организации, школьники.

N.V. Egorova
student of the master program "Educational management" (faculty of
Management) Financial University under the Government of the Russian Federation

POSSIBILITIES OF SOCIAL PARTNERSHIP IN THE SYSTEM ADDITIONAL EDUCATION IN MOSCOW

Annotation: for development of additional education in Moscow qualitatively new formats of the organization of cognitive activity of students in the course of education and education are used today. In article the question integration of opportunities of each educational organization with opportunities of all city – schools, colleges, institutions of additional education, the enterprises, the universities, the museums, theaters, parks, the enterprises, private the companies and other objects of social and scientific spheres of the city is considered

Keywords: additional education, social partnership, educational organizations, schoolchildren.

В основе всей нашей системы образования должен лежать фундаментальный принцип: каждый ребенок, подросток одарен, способен преуспеть и в науке, и в

творчестве, и в спорте, в профессии и в жизни. Раскрытие его талантов – это наша с вами задача, в этом – успех России (1). Дополнительное образование играет особое значение в ответственной и серьезной деятельности по поиску и раскрытию личной одаренности каждого московского школьника. Сегодня московская система дополнительного образования – это «точка входа» в будущую профессиональную деятельность, знакомство с реальным миром реальных (не формальных) достижений и результатов, познание учеником своих способностей. При этом важно, чтобы помогал в этом ученику именно мастер своего дела, умелый человек, который будет делиться своим опытом, показывать на практике особенности и пользу дела, а значит, научит ребенка правильному отношению к себе, своим способностям и к окружающему его миру. То есть профессионал дополнит школу и учителя и сделает мир ученика более многогранным и полным, поможет ученику увидеть целостную картину мира (2).

Дополнительное образование детей в городе Москве реализуется в школах, колледжах, вузах, учреждениях дополнительного образования, музеях, театрах, парках, предприятиях, частных компаниях и на иных объектах социальной и научной сфер города.

Всем московским детям представлена уникальная возможность получать дополнительное образование в рамках общегородского проекта «Город как школа». Доступность программ дополнительного образования обеспечена всем жителям всех районов города Москвы.

В городе Москве дополнительным образованием охвачены более 973 тысяч детей в возрасте от 5 до 18 лет, что составляет 85% от общей численности детей данного возраста. Все кружки и секции работают круглогодично, включая каникулярный период.

Для образовательных организаций Департамента образования города Москвы приоритетным является развитие программ технического и естественнонаучного направлений.

В Москве создана инфраструктура для развития научно-технического творчества детей:

- на базе ведущих федеральных вузов, расположенных на территории столицы, созданы Центры технологической поддержки образования, которые работают в режиме пунктов коллективного доступа к высокотехнологичному оборудованию на основе сетевого партнерства вузов, школ, колледжей;

- для решения новых задач по управлению ресурсами в сфере научно-технического творчества детей Департаментом образования города Москвы реализованы проекты, дающие возможность детям получить дополнительное образование технической и естественнонаучной направленностей на высокотехнологичной базе и высоком профессиональном уровне;

– московские школьники могут посещать занятия в детских технопарках «Кванториум», открытых на базе технополиса «Москва» и технопарка «Мосгормаш», подведомственных Департаменту науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы.

Вместе с тем, с целью мотивации детей, подростков и молодежи к расширению спектра получения дополнительных знаний и навыков, к осознанному выбору жизненного пути Департамент образования города Москвы реализует общегородские проекты в сфере дополнительного образования, многие из них проходят в выходные и каникулярные дни:

Городской просветительский проект «Университетские субботы». В 2016/2017 учебном году в проекте участвовали 57 образовательных организаций высшего образования, 2 425 мероприятий посетили более 122 тыс. человек. За 4 года в проекте приняли участие более 340 тыс. человек.

На базе Центров технологической поддержки образования, ведущих технических и технологических вузов Москвы, проводятся «Инженерные субботы»: лекции, мастер-классы, практикумы, экскурсии в вузовские высокотехнологичные учебно-практические лаборатории, производственные зоны, роботариумы.

«Профессиональная среда» - проект, в котором школьники и их родители знакомятся с учреждениями профессионального образования (колледжами) и с профессиями, по которым ведется обучение.

«Субботы активиста» - это серия семинаров, мастер-классов и встреч для лидеров ученического самоуправления, ребят с активной жизненной и гражданской позицией, планирующих связать свое будущее с общественной деятельностью.

В рамках проекта «Университетские субботы» действует площадка «Субботы мужества», на которой обучающиеся посещают экскурсии, лекции и мастер-классы по строевой и огневой подготовке, вождению и знакомству с новейшими образцами военной техники, а также проводятся «Космические субботы», в ходе мероприятий учащиеся знакомятся с историей мировой и отечественной космонавтики, узнают, как закладывался фундамент космических открытий.

На «Исторических субботах» обучающиеся посещают Исторический парк «Россия - моя история» на ВДНХ, ФГБУК «Центральный музей Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.», Московский музей образования имени академика Г.А. Ягодина.

На «Арт-субботах» московские школьники посещают экскурсии на объектах современного и академического искусства, а также лекции и мастер-классы с участием известных галеристов, художников, кураторов выставок и фестивалей, ведущих арт-менеджеров.

В рамках проекта «Спортивные субботы» обучающиеся выполняют нормативы ВФСК ГТО, знакомятся с самыми разными видами спорта, узнают об их правилах и особенностях.

Дополнительное образование в Москве представляет уникальные возможности обучения, реализуемого за рамками школьных стен, а именно - в городе, с привлечением все большего числа предприятий, университетов, открытием крупнейших технопарков. Образовательные организации в целях предоставления ученику широкого спектра различных активностей и удовлетворения его образовательных потребностей активно используют ресурс города, в том числе взаимодействуют в рамках социального партнерства.

Применяя ресурс учреждений культуры, спорта, предприятий, высших учебных заведений и иных объектов посредством социального партнерства, образовательные организации выступают в роли интегратора возможностей школы, колледжа, организации дополнительного образования с возможностями всего города.

Так, например, при проведении соревнований по туризму и краеведческих конкурсов городского и регионального уровней социальное партнерство позволяет повысить эффективность организации данных мероприятий. Сетевая форма взаимодействия с учреждениями физической культуры и спорта, а также учреждениями культуры и охраняемыми природными территориями Москвы и регионов Российской Федерации позволяет организовать туристско-краеведческую работу на базе стадионов, парков, скалодромов, том числе в заказниках. Постоянными партнерами в организации и проведении конкурсных и образовательных мероприятий для школьников Москвы в области детско-юношеского туризма являются Федерация спортивного туризма России и Москвы, ФГБОУ ДОД «Федеральный центр детско-юношеского туризма и краеведения», Федерации спортивного ориентирования России и Москвы, Союз краеведов России, Российский государственный университет физической культуры, спорта и туризма Российская международная академия туризма, другие профильные высшие учебные заведения, региональные площадки и учебно-тренировочные полигоны, Управления МЧС и Роспотребнадзора регионов, Региональные «Станции юных туристов» и Центры краеведения и туризма, Федеральное агентство по туризму, Департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы.

Каждая образовательная организация в соответствии со статьей 28 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» обладает автономией, под которой понимается самостоятельность в осуществлении образовательной, научной, административной, финансово-экономической деятельности, разработке и принятии локальных нормативных

актов в соответствии с настоящим Федеральным законом, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации и уставом образовательной организации. Образовательные организации свободны в определении содержания образования, выборе учебно-методического обеспечения, образовательных технологий по реализуемым ими образовательным программам (3, 4).

В заключении считаю целесообразным отметить, что Министерством образования и науки Российской Федерации в адрес органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющих государственное управление в сфере образования, для руководства в работе были направлены методические рекомендации по развитию государственно-частного и социального партнерства в системе дополнительного образования детей (5).

Список литературы:

1. Послание Президента Российской Федерации Федеральному Собранию от 01.12.2016

2. Основное + дополнительное = целое, Учительская газета // 2016 № 49. – С. 2.

3. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (ред. от 29.07.2017 г.) «Об образовании в Российской Федерации».

4. Лебедева И.С. Развитие региональной модели межсекторного социального партнерства в России, 22.00.08: дисс. канд. соц. наук. -Новосибирск, 2011.

5. Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации «О направлении методических рекомендаций» от 29.09.2015 № 09-2638.