

**ВЕСТНИК
ИВАНОВСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

ISSN 2500-2775 (online)

Серия «Экономика»



2019

**Выпуск
3 (41)**

ISSN 2500-2775 (online)

ВЕСТНИК ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА

Серия «Экономика»

Вып. 3 (41)

2019

Научный журнал

Издается с 2000 года

Журнал зарегистрирован в Национальном агентстве ISSN Российской Федерации
27.05.2016 г. как электронное сетевое издание

Учредитель ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

В. Н. Егоров, д-р экон. наук
(*председатель*)
С. А. Сырбу, д-р хим. наук
(*зам. председателя*)
В. И. Назаров, д-р психол. наук
(*зам. председателя*)
К. Я. Авербух, д-р филол. наук (Москва)
Ю. М. Воронов, д-р полит. наук
Н. В. Усольцева, д-р хим. наук
Ю. М. Резник, д-р филос. наук (Москва)
О. А. Хасбулатова, д-р ист. наук
Л. В. Михеева
(*ответственный секретарь*)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ СЕРИИ «ЭКОНОМИКА»:

Б. Д. Бабаев, д-р экон. наук
(*главный редактор*) (Иваново)
Е. Е. Иродова, д-р экон. наук
(*зам. главного редактора*) (Иваново)
У. Ж. Алиев, д-р экон. наук
(Республика Казахстан)
Н. А. Амосова, д-р экон. наук (Москва)
З. В. Брагина, д-р экон. наук (Кострома)
В. А. Гордеев, д-р экон. наук (Ярославль)
Ю. Н. Лапыгин, д-р экон. наук
(Владимир)
П. С. Лемещенко, д-р экон. наук
(Республика Беларусь)
Е. Е. Николаева, д-р экон. наук (Иваново)
Г. В. Ульянов, д-р экон. наук (Ковров)
А. А. Чуб, д-р экон. наук (Москва)
Ю. А. Анисимова, канд. экон. наук
(Тольятти)
С. Г. Езерская, канд. экон. наук
(*ответственный секретарь*) (Иваново)

Адрес редакции (издательства):

153025 Иваново,
ул. Тимирязева, 5, к. 720
тел./факс: (4932) 93-85-57
e-mail: politeconom@yandex.ru

Журнал размещен на сайтах
www.elibrary.ru, www.ivanovo.ac.ru

© ФГБОУ ВО «Ивановский
государственный университет», 2019

ISSN 2500-2775 (online)

IVANOVO STATE UNIVERSITY BULLETIN

Series «Economics»

Issue 3 (41)

2019

Scientific journal

Issued since 2000

Founded by Ivanovo State University

EDITORIAL COUNCIL:

V. N. Egorov, Doctor of Economics
(Chairman)
S. A. Syrbu, Doctor of Chemistry
(Vice-Chairman)
V. I. Nazarov, Doctor of Psychology
(Vice-Chairman)
K. Ya. Averbukh, Doctor of Philology
(Moscow)
Yu. M. Voronov, Doctor of Politics
N. V. Usoltseva, Doctor of Chemistry
Yu. M. Reznik, Doctor of Philosophy
(Moscow)
O. A. Khasbulatova, Doctor of History
L. V. Mikheeva (Secretary-in-Chief)

EDITORIAL BOARD OF THE SERIES «ECONOMICS»:

B. D. Babayev, Doctor of Economics
(Editor-in-Chief) (Ivanovo)
E. E. Irodova, Doctor of Economics
(Vice-Editor-in-Chief) (Ivanovo)
U. Zh. Aliev, Doctor of Economics
(Kazakhstan)
N. A. Amosova, Doctor of Economics (Moscow)
Z. V. Bragina, Doctor of Economics
(Kostroma)
V. A. Gordeev, Doctor of Economics
(Yaroslavl)
Yu. N. Lapygin, Doctor of Economics
(Vladimir)
P. S. Lemeschenko, Doctor of Economics
(Republic of Belarus)
E. E. Nikolayeva, Doctor of Economics
(Ivanovo)
G. V. Ulyanov, Doctor of Economics (Kovrov)
A. A. Chub, Doctor of Economics (Moscow)
Yu. A. Anisimova, Candidate of Economics
(Tolyatti)
S. G. Ezerskaya, Candidate of Economics
(Executive Secretary) (Ivanovo)

Address of the editorial office:

153025, Ivanovo,
Timiryazev St., 5, office 720
tel./fax: (4932) 93-85-57
e-mail: politeconom@yandex.ru

Journal can be found on the web-sites
www.elibrary.ru, www.ivanovo.ac.ru

© Ivanovo State University, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Колонка главного редактора 5

ГРАНТОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б., Николаева Е. Е., Боровкова Н. В. Включаемся в дискуссию о цифровой экономике 6

Ибрагимова Р. С., Головкин Д. С. Концептуальные направления цифровой трансформации текстильной промышленности 19

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Околотин В. С. Мобилизация ресурсов Ивановской области на оборону страны и разгром врага в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) 28

Уткин А. И., Шитик Е. В. Регулирование доходного потенциала региональных бюджетов: учет и оценка корректирующих операций 37

Фомина Н. В. Анализ структурных ресурсов туризма муниципальных районов Владимирской области .. 47

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Балабанова Н. В. Финансовая устойчивость предприятия как экономическая категория 55

Данилова С. В., Евстафьева Е. С. Лэндинг как эффективный инструмент интернет-маркетинга 61

Ибрагимова Р. С., Яковлева А. В. CRM: аккумуляция информационных потоков компании в целях эффективного управления поведением клиентов..... 64

Ильинцева А. А. Роль «умных» технологий в управлении современным складом 68

Крюкова Ю. В. Методы продвижения продукции в условиях развития цифровой экономики 73

Миролюбова А. А., Казарян С. В. Оценка финансовых рисков текстильного предприятия 78

Плетюхина С. А., Никошина Н. Е. Мониторинг системы внутреннего контроля коммерческой организации 85

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Воронова Т. А., Жафярова Ф. С., Еловских Н. С. Проектирование системы учебных дисциплин в магистратуре с учетом требований ФГОС ВО и профессиональных стандартов 89

Сафаров С. М. О мерах по развитию системы подготовки социальных предпринимателей 95

Сведения об авторах 99

Информация для авторов
«Вестника Ивановского государственного университета» 102

CONTENTS

An editorial 5

GRANT RESEARCH

Babaev B. D., Babaev D. B., Nikolaeva E. E., Borovkova N. V. We are included in the discussion on the digital economy 6

Ibragimova R. S., Golovkin D. S. Conceptual directions for the digital transformation of the textile industry 19

REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT ISSUES

Okolotin V. S. The mobilization of the resources of Ivanovo region on the defense of the country and the rout of the enemy in the years of Great Patriotic war (1941–1945) 28

Utkin A. I., Shitik E. V. Regulating the revenue potential of regional budgets: accounting and evaluation of corrective operations 37

Fomina N. V. Analysis of the structural tourism resources of the municipal districts of the Vladimir region 47

MODERN PROBLEMS OF ENTERPRISE MANAGEMENT

Balabanova N. V. Financial stability of the enterprise as an economic category 55

Danilova S. V., Evstafyeva E. S. landing as an effective tool of Internet marketing 61

Ibragimova R. S., Yakovleva A. V. CRM: accumulation of information flows of the company in order to effectively manage customer behavior 64

Ilintseva A. A. Role of automation in warehouse activities 68

Kryukova Y. V. Methods of product promotion in the conditions of digital economy development 73

Miroljubova A. A., Kazaryan S. V. Assessment of financial risks of textile enterprises 78

Pletuhina S. A., Nikoshina N. E. Monitoring of the internal control system of the commercial organization 85

CURRENT ISSUES OF HIGHER EDUCATION

Voronova T. A., Zhafiarova F. S., Elovskikh N. S. Design of academic disciplines system for master's programmes tailored to federal state education standard and professional standards requirements 89

Safarov S. M. About measures for development of system of preparation of social entrepreneurs 95

Information about the authors 99

Information for the authors of «Ivanovo State University Bulletin» 102

Колонка главного редактора

Научная мысль не стоит на месте. В мире все движется, и вместе с этим новые горизонты осваивает система наук. Мне представляется, что если взять экономическую теорию, то мы, возможно, медленно, но уверенно входим в новую систему, название которой дискутируется, равно как и ее содержание достаточно четко не определено. Одно из наименований этого прорыва в теории экономики – цифровая экономика. Тут в научный оборот вбрасываются разные суждения. Некоторые высказываются достаточно просто, что, дескать, речь идет о возрастании роли информационного фактора и о формировании единого информационного пространства. Тут, казалось бы, все ясно, исключая только то, что нужно раскрыть, какие плюсы и минусы несет этот феномен. Другие говорят о том, что суть дела в новых способах обработки информации, когда с помощью современных технологий удается выжать из того или иного информационного массива максимум нужных сведений. Третьи упирают на то, что практически все явления и процессы «обрастают цифрой»: человек представлен в цифровом измерении, сама его жизнедеятельность тоже раскрывается через цифру, и т. д. Не исключено, что есть и иные определения цифровой экономики или того, что под этим подразумевается.

В то же время в рамках новой парадигмы реальной и виртуальной действительности привлекают внимание исследователей вопросы, которые, возможно, в абсолютном смысле слова не являются новыми, но с точки зрения возрастающих возможностей исследовательских изысканий обнаруживают свою высокую ценность. Вот некоторые из этих компонентов. Квалификация как таковая, всегда присутствовавшая при характеристике рабочей силы и являющаяся очень важной компонентой, начинает растворяться в компетенциях. Важно уловить, что это дает, в этом случае мы получаем расширенные знания о профессиональных достоинствах человека. Также на сцену выдвигается тема лидерства в науке. Некоторые специалисты не без основания полагают, что этот момент имеет даже большее значение, чем упомянутая тема о компетенциях. Всюду подчеркивается мысль, что нужные результаты научные работники могут получить только в том случае, если они работают в коллективе, при этом участники этой творческой группы могут находиться в различных географических точках нашей планеты, но, благодаря современным средствам связи, успешно общаются друг с другом и за счет разделенного информационного труда достигают существенных успехов. Мне представляется, что подобного рода вопросы как вопросы то ли новые, то ли сравнительно новые, необходимо активно ставить, переводя постановку этих вопросов на уровень дискуссии.

Б. Д. Бабаев,
доктор экономических наук, профессор

ВКЛЮЧАЕМСЯ В ДИСКУССИЮ О ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ*

Изложена авторская концепция (концептуальные основы) цифровой экономики, она рассмотрена в ключе взаимодействия ряда аспектов. Информационный ресурс из набора сведений переведен в работающий фактор – двигатель экономики. В то же время показывается как виртуальная по преимуществу завеса нынешней экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика; экономика Российской Федерации; спрос на цифровую экономику; современные вызовы и возможности информационного развития общества; плюсы и минусы цифровой экономики.

The author's concept (conceptual basis) of the digital economy is presented, and it is considered in the key of interaction of a number of aspects. The information resource from the set of information has been translated into a working factor – the engine of the economy. At the same time it is shown as a virtual veil of the current economy.

Key words: digital economy; The Russian economy; Demand for the digital economy; modern challenges and opportunities for informational development of society; pros and cons of the digital economy.

Введение

Возможно, чудес на свете не бывает, но иногда что-то падает с «научных небес», а публика при этом не всегда готова воспринимать новое и начинается длительная, частично научная, частично лженаучная дискуссия на избранную тему. Недавно от одного ученого пришлось услышать мысль, что цифровая экономика – это маркетинговый ход, стремление определенных групп лиц привлечь к себе внимание, создав проект под указанным кодом. Хорошо известно, что научные работники и известные преподаватели стремятся создать свои проекты, освоить их, получить известность, найти перспективы дальнейшего развития. Вот примерно так можно расшифровать понятие «маркетинговый ход», увязав его с определенным проектом. Наверное, с такими рассуждениями можно согласиться, но все-таки они содержат лишь частичную правду, в целом раскрытие темы предполагает учет и иных обстоятельств.

Всякое исследование имеет свою методологию, то есть совокупность принципов, из которых надо исходить при анализе выдвинутой темы. Прежде всего мы руководствуемся тем, что явления, субъекты, объекты, процессы, а также иное имеют некую двойственную природу, другими словами, их можно рассматривать с какой-то одной или другой точки зрения. Все действующее

© Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б., Николаева Е. Е., Боровкова Н. В., 2019

* *Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00329 «Теоретико-методологические основы расширенного понимания хозяйственного механизма в современной экономике».*

щие лица и элементы экономической действительности, с одной стороны, могут быть охарактеризованы (длинные слова) как «существенно-структурно-функционально-эволюционные» явления, что позволяет определить, что это такое, какое место в экономике занимает, какие задачи выполняет, в каком направлении развивается. Если это процесс сокращения затрат на производство продукции, то ясно, что речь идет об экономии ресурсов и, соответственно, о повышении ресурсоотдачи. Кстати, тема актуальная для нашего народного хозяйства. Но есть и другая сторона явлений и процессов экономики, связанная с информацией как органической их чертой. Можно говорить об информационном ресурсе. Вроде бы это означает, что само явление просто описывается, о нем существуют сведения (живое знание, мертвое знание, носителями которого являются и люди, и вещи, и процессы. Эти две стороны – «существо дела» и «информация о нем» существуют во взаимосвязи, никакого открытия мы не делаем, и даже на это каких-либо претензий не предъявляем. Данное суждение – для полноты картины и определения авторского взгляда.

Информационный ресурс и цифровая экономика: концептуальные основы

Существует мнение (целая концепция, развиваемая разными авторами), что цифровая экономика связана с возрастанием роли и значения информационного ресурса. Само обращение к истории экономико-теоретической основы науки позволяет напомнить, что традиционно выделяется труд (живое начало, демиургом ставит цель, работает ради нее, приводя в движение нетрудовые моменты), земля (природное начало экономики, те данные земными и небесными силами ресурсы, без которых экономическая деятельность просто невозможна), капитал (в данном случае расшифровывать тему можно по-разному, но мы выделим основной капитал – машины и пр., формирующий рабочие места и обеспечивающий с материальной стороны производительность труда). А. Маршалл ввел четвертый фактор – организацию. Й. Шумпетер дал фактору «организация» современное название – предпринимательство; определил предпринимателя как организатора производства, новатора. К этим четырем видам ресурсов, факторам производства присоединяется информация, значимость которой принципиально возрастает при переходе от эмпирики к науке. Эмпирика связана с опытом, накапливаемым людьми и передаваемым от поколения к поколению. Ясно, что и как надо делать: когда обрабатывать землю, когда сеять и пр. Но сами внутренние процессы являются скрытыми, находясь в ожидании того момента, когда появятся люди, именуемые научной когортой, суть процесса будет раскрыта и само эмпирическое производство, господствовавшее тысячелетиями, заменится научным производством. В настоящее время здесь возникают новые моменты, прежде всего активное вторжение человека в макро- и микроэкономику. Все это правильно и всем известно. В то же время мы полагаем, что дело не просто в возрастании значения информационного ресурса, но дело в том, что появились и активно используются самые разнообразные способы работы с информацией, из которой сейчас выжимают то знание, о котором не приходилось и мечтать еще несколько десятилетий назад. И это знание превращается в определенное достижение, дающее возможность людям переходить с одной ступени познания и овладения практикой к другой.

Информационный ресурс в одних своих проявлениях покрывает всю экономическую действительность (мы имеем в виду национальную экономику, частично и мировую). Это касается денежного обращения, национальной налоговой системы, многих направлений российской хозяйственной политики и пр. Необходимость в этом очевидна, в данном случае мы просто навешиваем ярлык цифровой экономики. Но в глубинных случаях она носит фрагментарный характер, причем эта фрагментарность достаточно разнохарактерна (министерская, ведомственная, региональная, муниципальная и пр.). В данном случае речь идет о некоем информационном покрове как признаке экономической действительности, такая «виртуальная реальность», вне которой хозяйственной жизни нет. Все это банальные вещи, удивления не вызывающие.

Однако в информационном пространстве постоянно происходят те или иные прорывы, обычно именуемые технологическими прорывами. В последнее время Президент РФ В. В. Путин раскрыл ряд военных секретов с тем, чтобы не просто приободрить российскую публику, но возбудить в ней чувство гордости и повышенной безопасности. Сам военно-промышленный комплекс, концентрирующий лучшие ресурсы и наиболее талантливые умы, — неистощимый источник многообразных преобразований реальной жизни принципиального характера. Возможно, это несколько странно, но в действительности это так, по сути дело просто в том, что нечто наиболее значимое и эффективное концентрируется на определенных направлениях, поддерживается, стимулируется, но если эти направления оказываются военной тематикой, то это следствие той мировой ситуации, которая сейчас сложилась. Кстати, для общего интереса. После войны в США стал активно реализовываться так называемый Манхэттенский проект (ядерная тематика, космос). Симметрично этой американской новации у нас реализовывался атомный проект (И. В. Курчатов и др.), дополняемый активными работами в области космоса (С. П. Королёв и др.). Заметим, что в мире, прежде всего в США и СССР, сложились группы высокоталантливых и даже гениальных ученых, которые немало сделали для того, чтобы новейшие разработки перевести в плоскость соревновательности двух систем, полагая, что в этом случае военные силы сторон уравниваются, и миру будет обеспечена повышенная безопасность. По сути, основу информационного ресурса мы видим в научно-образовательных и научных моментах. Можно согласиться с той формулой, которая ходит в народе, — интеллект нации (образование + наука + культура; последняя не всегда фигурирует в научных суждениях).

Общество вступило в такой период, когда без развитой и быстрыми темпами возрастающей информационной составляющей нет движения вперед. Тут вообще можно сделать тонкое замечание: в мире масса скрытых резервов, которые невозможно взять без использования новейших достижений научного характера. Возьмем такое «грубоватое» дело, как выкачка остатков нефти из заброшенных месторождений. Экономически выгодно стало такие вещи осуществлять только на определенной стадии развития деятельности, связанной с наукой. Другой пример — формирование туч для обеспечения проливных дождей. Технически это в определенных пределах достижимо, однако возникает вопрос о том, во что это обходится. И эта тема предполагает активную работу людей.

Мы уже переходим к прояснению, что такое запрос на информационный ресурс повышенной наукоемкости, насколько основательны и глубоки

пожелания мощнее опереться на этот факт. При этом важно иметь в виду, что информация стала не просто системой сведений о мире, но превратилась в фактор его развития. Этот момент нуждается в особом акцентировании, именно он вызывает такое явление, как рост затрат на развитие информационных структур и на их применение в реальной жизни.

Но в силу чего информационный ресурс переводится в плоскость разговора о цифровой экономике? Вопрос более, чем любопытный. Однако все же предварительно вернемся к вопросу о том, что такое *цифровая экономика в нашем понимании*, мы эту тему начали рассматривать, но затем от нее отошли. Это углубление знания об экономической действительности («*виртуальная реальность*»), возникновение принципиально новых аналитико-исследовательских и иных методов работы с информацией, интенсивное освоение разнохарактерных приемов превращения научного и иного знания в прикладное, характеризующееся гаммой эффектов.

Нужно указать на формы пользы, которые дает цифровая экономика в обозначенном нами варианте. Эти моменты выигрыша концентрируются по отдельным направлениям, отметим некоторые из них. Первый пункт заключается в том, что благодаря Интернету, мир оказался интегрированным, каждый из нас понимает выгоды этого. Еще один пункт – скорость, на любые вопросы (возможно, не на все) получаем ответы в кратчайшие сроки, нередко мгновенно. Полезность этого каждый в состоянии оценить, опираясь на практику своей жизни. Как люди науки, мы посчитали нужным пояснить, что нынешнее состояние с коммуникациями решает тему международного и иного сотрудничества, усиливая значимость коллективных форм исследования и пр., передвигает саму когорту ученых на новую ступень взаимодействия. Люди, живущие в разных концах земли, могут эффективно поддерживать друг друга при решении актуальных задач.

Укажем на то, что усиливается значимость работ и получаемых эффектов от долгосрочных проектов. Известно, что создание принципиально новых моделей самолетов, кораблей и прочих видов машин, разработка таких лекарственных препаратов, которые делают перевороты в медицине, создание материалов с особыми свойствами, благодаря чему резко расширяются зоны их использования (высокое давление и пр.), и многое иное, – это то, что обеспечивает мощь современного мира и его поступательный ход вперед.

В указанном качестве термин «цифровая экономика» можно считать приемлемым, положив в основу глубокие способы переработки информации плюс новые возможности ее использования в прикладных целях. Моменты, связанные с формированием интеллекта нации как единства сферы образования, науки и культуры, вызывают необходимость в многократном увеличении затрат на эту сферу с учетом того, что эти затраты возмещаются полученным эффектом. Возьмем пример из текущей практики. Территория России есть естественный коммуникационный мост между Европой и Азией, зонами интенсивности взаимодействия между которыми растет очень быстро. Требуется вложить большие средства в железные дороги, автотрассы, воздушный транспорт, Северный морской путь, систем трубопроводов, но полученный эффект, по-видимому, заметно превысит затраты, и Россия от этого европео-азиатского обмена резко выиграет. В данном случае мы одновременно подчеркнем значимость крупных проектов, к числу которых принадлежит и евразийский.

Вообще Россия – это пространственная держава, точнее, регионально-пространственная страна. Это ее крупное конкурентное преимущество. Это преимущество по своей значимости поднимает нашу страну резко вверх, если только мы примем в расчет природные богатства и возможности на этой основе развития материального производства как многоаспектного. В литературе разрабатывается идея первенства сферы услуг, но мы в данном случае подчеркиваем значение производства товарной массы – промышленной, аграрной, а также значение перевозок. Тут мы можем успешно конкурировать с Западом и Востоком. Конечно, можно много говорить о политике, о духовности и прочих вещах, но надо есть и пить, иметь крышу над головой, перемещаться по планете – это в крови человека и т. д. Тут несомненная значимость материальной сферы, которая, однако, без адекватного информационного ресурса («цифры») эффективно в соответствии с общественными потребностями развиваться не может.

В данном контексте мы выдвигаем представление об экономическом пространстве России как хозяйственном ресурсе, который приносит значительные эффекты, измеряемые не только размерами, но и ассортиментом, номенклатурой, многообразием. Интересно отметить, что в мире, например, в США, более 30 млн видов продуктов, полупродуктов, работ, услуг. Такова экономика, разветвленная до чрезвычайности. Отдельные виды машин и оборудования включают в себя десятки тысяч компонентов.

Как уже отмечалось, новые возможности формирования и выдачи «цифры» связаны с растущим началом коллективности в действиях представителей ученого мира. При этом речь идет не просто о сотрудничестве в рамках города, региона, ведомства, научного направления, национальной экономики, но и о взаимодействии ученых разных стран. Знакомясь со средствами информации, мы постоянно слышим разговоры о проектах, в которых участвуют представители десятков стран. Ведь это уже новое качество научных исследований, когда мотивом выступает не коммерция, а некий наднациональный, надкоммерческий интерес, означающий вклад в общее благосостояние мирового сообщества. Не вдаваясь слишком глубоко в эту тему, заметим, что Российская академия наук охотно идет на многообразные формы международного сотрудничества и в области естественно-технических, и в части гуманитарных наук. Все сочетается с взаимными командировками, стажировками, круглыми столами, семинарами, симпозиумами, конференциями и прочими мероприятиями. Мир становится теснее, люди ближе друг к другу.

Когда приводится система аргументов в пользу цифровой экономики, то обычно используют крайне элементарные приемы. Вот человек, он весь оброс «цифрами» – когда родился, сколько лет учился, каков трудовой стаж. Можно ли исчислить затраты на воспитание, образование, формирование квалификации и т. п. Вот организация, суждение о которой без цифрового материала составить невозможно. То же самое можно сказать и о регионе, о национальной экономике, о мировой экономике. Получается так, что мир заполнен информацией, а эта информация является цифровой. Более того, выходят в свет две интригующие цифры – ноль и один, на этом двузначии построено очень многое, хорошо описанное в литературе. Нам интересна тема единого информационного пространства. Мы уже отметили, что наряду с ним существует и фрагментарная система коммуникаций. В данном случае возникает возможность работать с большими данными (пенсионное дело, банков-

ские службы и т. п.). Вопросы пользы очевидны, но не менее очевидны и вопросы рисков (электронное воровство и пр.). Вообще мир устроен своеобразно – есть сторона плюсов и сторона минусов.

В российской хозяйственной политике за последние годы замечен регионально-пространственный сдвиг. Другими словами, вроде бы реализуется идея, что экономика России и другие сферы будут прирастать не только за счет централизованного использования ресурсов, но и за счет активизации региональной деятельности. Этот момент баланса достаточно интересен, и понять его представляется делом повышенной трудности. Сама концентрация ресурсов, когда возрастает роль крупных городов (Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода, Екатеринбурга и др.), бесспорно дает позитивные эффекты (если речь идет о науке, то формирование научных центров, школ крупных ученых, новых исследовательских направлений и пр.). Но в то же время такие процессы связаны с уходом талантливых людей, в особенности молодежи, из периферийных зон, потенциал которых подрывается. Однако причем тут «цифра»? Дело не только в многообразии концентрируемых в крупных городах видов деятельности, но и в том, что эти виды деятельности забирают лучшие ресурсы. Поэтому возникает, как мы полагаем, дополнительная проблема: каким образом цивилизаторские возможности крупного города транслировать на окружающую его территорию, постоянно увеличивая ее радиус. Значимость этой темы, пожалуй, в большой литературе, возможно, и в хозяйственной политике, недооценивается. Но мировой и отечественный опыт дает немало позитива. Большой город, окруженный городами-спутниками, благодаря чему одновременно решается и проблема жилья, и тема занятости, и иная многообразная проблематика социально-культурной жизни (школы, дошкольные учреждения, здравоохранение и пр.). Более того, эту тему можно расширить. Усадебная форма проживания (село, в особенности крупное сельское поселение) далеко себя не изжила и имеет массу позитивных сторон, в заметной степени обеспечиваемых внешней средой (близость к природе, полезность физических нагрузок, здоровая пища, нормальный, незараженный воздух, соседство как форма общения и пр.). Этим может быть реализована тема «жить в деревне, работать в городе». Условия: надежные дороги, умеренные цены на бензин и ремонт автотехники, наличие у людей собственного транспорта, развитость общественного транспорта, наличие у людей городской квалификации. Тут возникает определенная система долгосрочных связей «село – город», которая, возможно частично, формируется стихийно, но в существенной степени нуждается в государственной поддержке.

Одним словом, тема трансляции цивилизаторской функции за пределы большого города нуждается в серьезном изучении и должна войти составной частью в социально-экономическую политику страны. Вместе с тем важно не допустить запустения периферийной части страны, такая опасность существует. Тут мы можем предложить следующий вариант. Крупные промышленные и иные предприятия формируют длинные технологические цепи, связывающие их и с поставщиками, и с потребителями. Если сформировать серьезные координационные центры, то можно массу заказов, идущих от крупных производств, перебросить на предприятия малых городов и крупных сельских поселений, решая тему занятости на периферии и хозяйственной деятельности, включая финансовые вопросы. Однако нам не приходилось встречаться с исследованиями на эту тему, хотя мы сами высказываемся по

этому вопросу уже далеко не в первый раз (см., например: [1–6, 9]). Такие проекты (и им подобные) требуют больших расчетов, предполагающих серьезную нагрузку на счетные машины, и разработку соответствующих методик, кругом «цифра».

В свое время, несколько десятилетий тому назад, много говорили об управленческой опасности. Экономика росла, ускоренными темпами росли связи между предприятиями, управление которыми было фактором нормальной деятельности. Создавалось суждение, что все большая и большая масса людей отходит от непосредственной производственной деятельности и втягивается в деятельность управленческую, эффективность экономики снижается. Однако произошел некий технологический взрыв, связанный с компьютеризацией, в результате чего указанная опасность была снята. Кроме того, получила развитие так называемая самозанятость, облегчавшая проблему управления трудовыми кадрами. Все это интересные вещи, но, как видим, тесно связанные со счетной работой.

Значимость информационного ресурса, переросшего в «цифру», заметно возрастает в связи с тем, что этот вид деятельности оказался сродни запросам молодежи. Тут можно поставить вопрос шире, выдвинув тему инновационной активности населения. Мы исходим из того, что человек инновационен от природы (форма инстинкта), при этом одни виды инновационности передаются по наследству как некая биологическая врожденность, а другие виды переходят от человека к человеку в ходе трудового общения и иных видов совместной деятельности. Однако вернемся к факту большого интереса молодежи к коммуникационным средствам – компьютеры, мобильники и т. д. Тут много новинок, название которых по преимуществу на английском языке. Считается современным, когда молодые люди владеют этими информационными средствами, многие из которых формируют профессии. Если все это дополняется знанием языков и повышенной мобильностью самих молодых людей, то формируется новая довольно крупная социальная прослойка, несущая в себе новые вызовы и в то же время обладающая дополнительными возможностями (одни из этих возможностей связаны с широким использованием зарубежного опыта, а вызовы предполагают создание профессий, позволяющих проникнуть более глубоко в мир и получить новые результаты).

Молодые люди менее консервативны, чем люди среднего и старшего поколения, поэтому они могут совершать подлинно революционные перевороты, особенно, если их поддерживает государство. Похоже, что в нашей стране прониклись таким пониманием сюжета, и это дает несомненные позитивные результаты. В то же время есть понимание, что нацеленность на будущее должна поддерживаться у молодежи, начиная со школьных лет.

В литературе и в устных дискуссиях стала широко прокламироваться инновационно-информационная тематика. Другими словами, применительно к информации как к ресурсу и даже фактору применяется эпитет «инновационный», общая задача заключается в том, чтобы поднять на щит информацию и обозначить, что она вступает в некий новый этап своего развития. В чем состоит этот оригинальный момент? Он состоит в том, что информация как система сведений, знаний, научного обоснования превращается в фактор развития, то есть ту совокупность моментов, которые обеспечивают движение процесса в нужном направлении и получение искомого, желательного результата. В данном случае акцентируем внимание на том, что сами по себе

технологии как способ изготовления чего-либо традиционно являются исходной основой многочисленных производственных переворотов. Уже к отработанным технологиям или параллельно с ними возникает техника – орудия производства, машины, совершается прогресс в сырье и материалах. Без труда можно привести различные примеры, когда технологии сыграли роль переворотных или поворотных пунктов в хозяйственной деятельности. Удачный пример – сборное домостроение. Многообразные попытки автоматизировать кладку кирпича или осуществить аналогичные, ускоряющие работу, приемы, давали негативный результат, но в то же время изготовление тех же домов в условиях чисто производственных и затем сборка этих домов в условиях их постоянной дислокации послужило мощным толчком в деле капитального строительства. Казалось бы, «цифра» в данном случае важна, но не настолько, чтобы именно с нею увязывать целые перевороты. Здесь мы ставим новую проблему, точнее, продолжаем то, по поводу чего уже имели возможность высказаться, утверждая, что нужно числа раскрывать и за ними можно увидеть содержательную сторону. Элементарный пример – 100 градусов, когда вода закипает, или 0 градусов, когда вода превращается в лед; здесь сама цифра есть характеристика явления, и без этой цифры не обойдешься. Такое движение процесса характеризует в определенной степени нынешний научно-технический прогресс. Это явление, именуемое довольно часто математизацией, позволяет получить результаты, отличающиеся повышенной точностью. Вообще можно долго говорить о том, что за «цифрой» видно содержание, зафиксируем этот момент.

Тема инновационно-информационного ресурса, придания информации статуса фактора развития, все более активное проникновение математики в глубину многообразных процессов, – все это очень существенно. Важно обратить внимание на то, что существуют стимулы, подбадривающие указанные процессы. Если разговор вести о человеке как «цифровой личности», то в связи с мотивами его деятельности мы укажем на инстинкты и привычки. Инстинкты, имеющие биологическую, наследственную природу, – это понятно, в литературе развивались на этот счет различные теории, вводились разные термины, например, инстинкт мастерства, но одновременно мы указываем и на привычки. Привычка – не безделица, как говорил Аристотель. Она есть результат общения людей, передачи знаний и опыта от одного лица (поколения) другому лицу (поколению). Для понимания инновационно-информационных моментов недостаточна опора только на личность человека, хотя это бывает очень существенно, нужно принимать во внимание коллективы, направления деятельности, консолидирующие людей, даже такие моменты, как пассионарность нации. Кстати, о роли личности. Можно вспомнить соответствующее сочинение русского марксиста Г. В. Плеханова [7]. Сама история дает массу примеров, когда личность действительно осуществляла повороты в истории, например, можно назвать Юлиа Цезаря, Тамерлана, Чингисхана, Петра Первого, Владимира Ильича Ленина и др. Но нам хочется подчеркнуть роль коллективов. Еще раз можно напомнить, что в нынешних условиях коллектив становится той научно-производственной единицей, которая не просто отвечает за сам результат, но и имеет своей задачей выискивать наиболее эффективные способы его проявления. Вспомним не так давно существовавшие дни, когда в СССР мы имели массу эффективных разработок, на уровне мировых, и даже с опережением, но, как указывал А. Г. Аганбегян и др., страдали от того, что у нас не срабатывали механизмы

реализации научных достижений в конкретные результаты, особенно с учетом выхода за рубеж. Но и ныне таких стимулирующих механизмов в стране недостаточно, хотя существует масса примеров быстрого освоения достижений и получения итогов, удивляющих и нас самих, и остальной мир. Достаточно привести примеры из области оборонно-промышленного комплекса, особенно в связи с тем, что раскрыты многие секреты с общей задачей приподнять настроение населения.

Разговор можно перевести на уровень региона, поскольку есть первоклассные примеры мобилизации людей и, соответственно, достижения эффекта. Широко пропагандируется опыт Белгорода, где губернатором является Евгений Степанович Савченко, работающий на основе реализации комплекса проектов. С помощью проектов (а они невозможны без цифрового содержания) достигаются заметные результаты, значимость которых выходит далеко за пределы региона. С этой стороны можно отметить положительные явления в области животноводства, прежде всего свиноводства. В качестве хорошего примера можно привести Калужскую область. Возможно, наиболее показательным является опыт Москвы, где существует такая яркая личность, как мэр Сергей Семенович Собянин. Показательны достижения в части транспорта, это всегда было узким местом Москвы. Активизировалась деятельность, связанная с жильем, реализуется целая долгосрочная программа, отличающаяся масштабностью, и т. д. Примеры С. С. Собянина, С. Е. Савченко, министра С. К. Шойгу и др. наглядно показывают роль личности в осуществлении конкретных программ. Тут мы должны соединить человека и проект, но также при этом указать и на ресурсы – материальные, финансовые и др. В стране заметно движение в пользу понимания того, что при выяснении движущих сил кадры – тема номер один, но нужно уточнение – важны лидеры со всеми присущими им чертами. С этой стороны показательна фигура Владимира Владимировича Путина. Но лидер силен не просто своей фигурой и своей головой, но и тем людским окружением, которое не просто подпирает его, но придает ему все новые и новые силы. Можно вспомнить из древних мифов Антея, истоки силы которого заключались в материнском теле – земле. Геракл смог победить Антея, лишь оторвав его от земли. Личность (лидер) и ее окружение, возможно, наиболее сильно себя проявляет в регионах, точнее, может проявить себя на уровне региона. Любопытно заметить, что даже сравнительно небольшие новации дают хороший эффект и поднимают авторитет руководителей. В Ивановской области по инициативе губернатора С. С. Воскресенского, имеющего связи в ряде министерств, введен поезд «Ласточка», соединивший Иваново с Москвой и обеспечивший заметную экономию времени для проезжающих. Этот сам по себе поезд вызвал заметный энтузиазм, в некоторой степени даже активизировал производственную деятельность. А всего-навсего надо было прицепить тепловоз к электровозу и вытащить состав на электрифицированную магистраль. Любопытная новация!

Можно подняться с нашей инновационно-информационной темой на уровень национальной экономики. После Великой Отечественной войны советский народ в рекордно короткие сроки залечил раны и двинулся вперед. То же можно сказать о людях в ФРГ, Японии, пишут о Западногерманском экономическом чуде, Японском экономическом чуде. Кстати, в этих «чудах» чрезвычайно важную роль играло планирование – директивное, индикативное, в экономической науке сформировались сильные экономико-

математические направления (в России – С. Г. Струмилин, В. С. Немчинов, Л. В. Канторович, В. В. Новожилов, А. И. Анчишкин, Н. П. Федоренко и др.). Также эффективная деятельность невозможна без финансовой поддержки. Здесь хотелось бы поднять дискуссионную тему – инфляционное финансирование, предполагающее дефициты государственных бюджетов. Иногда в качестве примера приводится практика Англии. В нашей стране также имело место подобного рода финансирование, которого не следовало бы бояться, правда, умело отстаивая вопросы, куда направлять деньги. Можно организовать эффективное производство продукта, востребованного не только у нас, но и за рубежом, используя в качестве источника финансовой поддержки дефицитные деньги. В этом случае средства быстро окупятся, никакого потрясения бюджет не испытает. Однако у нас существует в руководстве существенное понимание того, что нужно добиваться профицита, дефицит нежелателен. Эти вопросы и целесообразно продискутировать в рамках «цифровой экономики».

Мы уже акцентировали внимание на трех существенных моментах нашей темы, если речь идет об анализе и получении положительных моментов. Это формирование единого информационного пространства, возникновение в его рамках управляющих центров, работы с большими объемами данных. Не следует упускать из виду фрагментарные моменты, когда речь идет о министерских, ведомственных, региональных и прочих информационных пространствах. Еще одна тема – образование и расширение крупных поселений (городов) и транслирование цивилизационных моментов на соседнюю территорию. На эту тему можно высказываться не единожды.

Важно разобраться, во всем ли позитивен процесс расширения информационных сил, если здесь существуют большие позитивы, то неплохо их прояснить. Само по себе единое информационное пространство, которое частично существует в виде Интернета, денежного обращения, пенсионного дела, заслуживает как теоретического взгляда, так и оценки с позиции реальных результатов. Однако это уже большое и серьезный разговор, но такие вопросы надо ставить. В границах этого потенциально возможного пространства все участники имеют доступ к ресурсам, при этом мы имеем в виду однородно напряженный покров. Неодинаковый доступ к позитивам этого феномена предполагает отсутствие такого качества. Указанный феномен уже сам по себе полезен тем, что дает возможность активных действий на любом из своих участков. В это пространство можно вписать все, что можно отнести к виртуальным отношениям, получается, как мы говорим, многослойность. Сталкиваются специалисты различных профессий и направлений. Существует мнение, что в подобных случаях квалификация размывается, получается то, что принято называть компетенциями. Это для нас ясно. Но это новое качество не только способностей самих людей, но и формирования некоего аналога коллективных действий. Эти же компетенции обязательно раздираются на отдельные части, возникает понятная философам и другим ученым категория коллективного ума. На этот счет заслуженные философы ведут активные дискуссии. Но если мы возьмем ту же экономику, то можем увидеть, что разделение ее на отдельные части, традиционно всегда имевшее место, позитивно, налицо углубление в тему. Интернет как аналог единого информационного пространства принес и принесет большую пользу пользователям. Актуальной становится тема соответствующей подготовки людей, что требует и материальной, и финансовой, и организационной, и иных форм под-

держки. Один из важных аспектов – финансовая грамотность, которую мы бесспорно должны трактовать как кусок цифровой экономики.

Позитивы единого пространства очень многообразны, важно зафиксировать внимание на этих вопросах, но при этом выделим работу с большими массивами данных. Известно, что на основе «малых данных» можно получить «малый результат», что, естественно, исследователей не устраивает. Скажем, такие вопросы, как денежное обращение или формирование контингентов призыва в армию можно благополучно решать только на основе крупных массивов исходных, нужных для анализа данных. Мы уже неоднократно отвечали, что существуют и разнообразные формы запроса на информацию в ее значительных объемах.

Мир устроен таким образом, что положительное существует рядом с отрицательным, старость конкурирует с молодостью, провинция взаимодействует с городом. Это взаимодействие невозможно без «цифры», тут даже нечего растекаться по листам бумаги. Однако всегда приходится прояснять, какая сторона в данной ситуации является ведущей, ибо без этого нельзя принять правильного решения. В России в течение длительного времени не отличалась устойчивостью налоговая система. Предприниматели жаловались, их поддерживали разумные аналитики. Затем вроде бы согласились с тем, что тут нужна определенная стабильность, однако в данном случае не все с этим согласны. Тут мы выходим на тему общественного мнения, имея в виду, что одна его сторона – административное суждение, действующие инструкции и распоряжения, но другая сторона – «мнение народа». Насколько мы понимаем, в нынешних условиях власть пытается активизировать низовую составляющую, законно полагая, что она может выполнить не только контролирующие и корректирующие функции, но и корректировать направление движения. Возникли различные общественные палаты, периодически собирают людей для того, чтобы заслушать их мнение и дать нужную установку.

Спрашивается, если есть серьезная необходимость в коллективном уме, в общественном мнении, во взаимодействии властей и народа по тем или иным вопросам, то каким образом можно усилить эти направления развития. В заметной степени ответ на этот вопрос нами уже дан, но в то же время в связи с нашей темой цифровой экономики заметим, что людям надо прививать любовь к «цифре» как таковой, видеть за «цифрой» содержание, момент обязательный, извлекать из всего этого текущую и долговременную пользу. Учет долговременного аспекта дает возможность получать нужный эффект в расчете на определенное временное действие. По-видимому, одна из величайших особенностей современного периода заключается в том, что в условиях глобального мира нельзя что-то масштабное творить, не имея грамотно рассчитанного глубокого проникновения в будущее. Мы сейчас наблюдаем с этой стороны определенные крупные позитивы. Например, можно взять тему использования российского пространства как моста между Европой и Азией. Но надо остановиться и на теме противоречий и рисков, которые многообразны. Не будем говорить об электронном и прочем мошенничестве, возьмем проблемы иного плана.

Ресурсы концентрируются в крупных городах, разрастаются агломерации, периферия оскудевает. Эта проблема активно обсуждается как зарубежными специалистами, так и отечественными учеными (см., например: [8, 10, 11]). Есть интересная теоретическая и теоретико-прикладная тема – транслирование цивилизационных плюсов из городов на окружающую территорию.

Возвращение к подобным вопросам очень полезно, хотя может возникнуть суждение – об этом говорили, зачем еще раз повторять. Тут мы выдвигаем вперед дорожно-транспортные проблемы. Высокая плотность автодорог, их соединение с железными дорогами, речными путями, воздушным транспортом – это крайне важно. В то же время мы подчеркнем значимость личной собственности граждан (квартиры и дома, автотранспорт и др.). В конечном счете (для этого требуется ряд условий) люди, как мы говорили, могут жить на селе, а работать в городе. Ведь в современных городах работающие граждане тратят по два часа и даже более для перемещения от места жительства до рабочего места. Наша тема «село-город» в этом смысле не проигрывает, если хорошие дороги, дешевый бензин и пр. Если углубиться в тему надежного сообщения между селом и городом, то можно несколько иначе ставить вопросы взаимодействия города и периферии. Суждения при этом будут позитивного характера.

Заключение

К чему в конечном счете мы пришли, выдвигая массу проблем социально-экономического развития страны? Вроде бы произошла подмена цифровой экономики проблематикой экономического характера, присущей ныне нашей стране.

Первый момент заключается в том, что явления и процессы двойственны в том смысле, что есть аспект содержательно-функциональный с эволюционными призывами, и есть аспект информационный как собрание сведений о том или ином явлении и процессе. Казалось бы, не о чем и дискутировать, но развитие научного знания позволяет полнее охарактеризовать то, что мы хотим объяснить.

Во-вторых, за «цифрой» предлагается видеть содержание, то есть «цифра» сама по себе недостаточно информативна, если мы не заглянем за ее завесу, где обнаружим «свернувшееся калачиком» содержание и стремление этого «калачика» выполнять определенные полезные функции.

В-третьих, традиционно экономическая наука выделяла четыре фактора производства – труд, землю, капитал, предпринимательство. Сейчас принято указывать на пятый фактор – информацию, показывая ее не просто как набор сведений, но как работающую силу, как двигатель экономики. Тут ее можно соединить с научным производством. Эпоха эмпирики то ли осталась, то ли остается (процесс не завершен) в прошлом.

В-четвертых, цифровая экономика обрастает собственной инфраструктурой, недаром в настоящее время усиливается внимание и исполнителей, и руководителей к управленческой тематике.

В-пятых, в рамках экономической жизни стали различать реальную экономику и виртуальную экономику. Это крайне существенно. Цифровая экономика обнаруживается и в той, и в другой части.

В-шестых, цифровая экономика – не только набор сведений, не только ресурс как движущая сила, не только как взаимосвязь виртуальной и реальной экономики, но информационный покров, слой слов и действий, накрывающих нашу экономическую действительность.

Мы наблюдаем в современном обществе проникновение информационных технологий практически во все сферы человеческой жизнедеятельности. Социально-экономическая система трансформировалась, превратилась в информационно-сетевую, цифровую экономику. Появление цифровой эконо-

мики требует переосмысления хозяйственного механизма системы. При этом сам хозяйственный механизм общества предстает как носитель и переработчик огромного объема информации. В этих условиях возрастает значимость междисциплинарных исследований положительных и отрицательных последствий формирования цифровой экономики. А это будет способствовать дальнейшему развитию информационно-коммуникационных технологий.

Библиографический список

1. *Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б.* О некоторых фундаментальных вопросах регионального воспроизводства : (по материалам Ивановской области) // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2016. Вып. 4 (30). С. 40–52.
2. *Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б.* Региональное воспроизводство: круг актуальных проблем // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2016. Вып. 11 (27). С. 86–92.
3. *Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б., Берендеева А. Б., Боровкова Н. В., Езерская С. Г., Николаева Е. Е., Попова Т. К.* Регион: круг злободневных текущих и перспективных вопросов // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2018. Вып. 2/3 (36/37). С. 6–24.
4. *Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б., Боровкова Н. В., Езерская С. Г., Зайцева Н. Е., Николаева Е. Е., Попова Т. К., Сергеева М. Е.* Региональное воспроизводство: фундаментальные вопросы теории и практики : (по материалам областей Верхневолжья) : науч. изд. / под общ. ред. Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2017. 308 с.
5. *Бабаев Б. Д., Бабаев Д. Б., Боровкова Н. В., Езерская С. Г., Зайцева Н. Е., Николаева Е. Е., Попова Т. К., Сергеева М. Е., Белкин Е. А.* О некоторых фундаментальных вопросах регионального воспроизводства: постановка проблемы // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2016. № 2 (28). С. 29–58.
6. *Бабаев Б. Д., Николаева Е. Е.* Концептуальные основы исследования региона как открытой экономической системы: синтез политэкономии и институционализма // Вестник Пермского университета. Сер. «Экономика» = Perm University Herald. Economy. 2018. Т. 13, № 2. С. 159–176.
7. *Плеханов Г. В.* К вопросу о роли личности в истории // *Плеханов Г. В.* Избранные философские произведения : в 5 т. М. : Госполитиздат : Соцэкгиз, 1956. Т. 2. С. 300–334.
8. *Строев П. В.* Пространственная организация экономики России: тенденции и перспективы развития городов как точек экономического роста : монография. М. : А-Проджект, 2015. 144 с.
9. Тенденции, проблемы и перспективы социально-экономического развития старопромышленных регионов : (на примере Ивановской области) : науч. изд. / Б. Д. Бабаев, Д. Б. Бабаев, Н. Е. Зайцева, Е. Е. Николаева, Т. К. Попова ; под общей редакцией Е. Е. Николаевой. Иваново, 2018. 249 с.
10. *Фаттахов Р. В., Строев П. В.* Пространственный аспект модернизации экономики России // Экономика. Налоги. Право. 2015. № 6. С. 6–14.
11. *Шмидт А. В., Антонюк В. С., Франчини А.* Городские агломерации в региональном развитии // Экономика региона. 2016. Т. 12, вып. 3. С. 776–789.

ББК 65.301

Р. С. Ибрагимова, Д. С. Головкин

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ *

В статье предложен подход к цифровой трансформации текстильной промышленности, особенность которого состоит в преобразовании и адаптации концепции экономического потенциала предприятий для условий цифровой экономики. Рассмотрены три концептуальных аспекта цифровизации отрасли: создание фабрик будущего, формирование инновационно-текстильного кластера на основе процессной модели цифровой трансформации, использование форсайт-технологий для прогнозирования технологического будущего отрасли и стратегического управления в цифровой экономике.

Ключевые слова: цифровая трансформация отрасли, фабрика будущего, инновационно-текстильный кластер, форсайт-технологии, текстильная промышленность

The article proposes an approach to the digital transformation of the textile industry, the peculiarity of which is to adapt the concept of enterprise economic potential for the conditions of the digital economy. Three conceptual aspects of the digitalization of the industry are considered: the creation of factories of the future, the formation of an innovative textile cluster based on the process model of digital transformation, the use of foresight technologies to predict the technological future of the industry and for strategic management in the digital economy.

Key words: digital transformation of the industry, factory of the future, innovative textile cluster, foresight technologies, textile industry

Введение

Цифровизация экономики в современных условиях проникает во все элементы рынка и радикально сокращает цепочки взаимодействия, увеличивает скорость прохождения любого сигнала и операций от проектирования продуктов до управления производством.

В последние годы проблематика передовых производственных технологий рассматривается как приоритетное направление развития промышленности в России на уровне федеральных органов власти. Приняты и уже реализуются в русле IV промышленной революции три программы государственной поддержки: Национальная технологическая инициатива, Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации, программа «Цифровая экономика».

Глобализация рынков, усиление международной конкуренции, стремительное развитие технологических, маркетинговых и организационных инноваций – все это явления цифровой экономики, которые требуют от промышленных предприятий проактивных действий, основанных на применении комплексных инструментов разработки эффективных управленческих решений.

© Ибрагимова Р. С., Головкин Д. С., 2019

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект № 18-410-370004 «Прогнозирование и оценка стратегических направлений социально-экономического и инновационного развития текстильной промышленности на основе форсайт-исследований».

Для выработки стратегических направлений повышения конкурентоспособности, эффективности и устойчивости развития российских предприятий любой отрасли необходимо получение интегральной оценки, которая учитывала бы текущее положение предприятия, его компетенции и возможности. Мы считаем, что такая оценка может быть получена на основе использования категории «экономический потенциал предприятия», причем оценке может подлежать как общая величина экономического потенциала, так и величина его элементов.

В нашем понимании, экономический потенциал предприятия – это способность предприятия обеспечивать свое долговременное функционирование и достижение стратегических целей на основе использования системы наличных ресурсов с учетом открывающихся возможностей и компетенций предприятия в целях удовлетворения спроса потребителя в товарах и услугах в том объеме и качестве, который определяется его индивидуальными потребностями [6, с. 97].

Целью нашего исследования является определение направлений преобразования и адаптации концепции экономического потенциала предприятий текстильной промышленности для условий цифровизации экономики в трех организационно-экономических аспектах:

- выявление направлений повышения экономического потенциала предприятий за счет развития цифровых фабрик будущего;
- рассмотрение влияния инновационно-текстильного кластера, сформированного на основе цифровой трансформации отрасли, на рост экономического потенциала предприятий;
- изучение возможностей использования форсайт-технологий для прогнозирования технологического будущего отрасли и стратегического управления экономическим потенциалом предприятий в цифровой экономике.

Цифровизация как основа новой индустриальной экономики

Происходящий в мировой экономике переход к новому технологическому укладу качественно преобразует всю промышленную инфраструктуру и перманентно изменяет технологии производственного процесса. Под влиянием научно-технической революции во всех сферах промышленного производства наблюдаются значительные сдвиги: в технологиях, материалах, методах организации и управления. В этих условиях жизнеспособность отраслей промышленности во многом зависит от цифровой трансформации их предприятий и объединений. Цифровизация способствует выходу на новый виток развития отрасли.

Термин «цифровая экономика» (его автор – Николас Негоропonte) появился относительно недавно, в 1995 г., и связан с развитием информатизации второго поколения, что является основой формирующегося VI технологического уклада [16]. Цифровая экономика – это система институциональных категорий в экономике, базирующаяся на передовых научных достижениях и прогрессивных технологиях [5].

Выделим некоторые значимые характеристики цифровой экономики из работ Гасанова Т. А. и др. [5], Корниловой Н. Л. и др. [10], Устюжаниной Е. В. и др. [15], Юдиной Т. Н. [16]:

- превращение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в технологии широкого применения, которые допускают многочисленные усовершенствования, применимы во многих секторах народного хозяйства и

способны сочетаться с другими технологиями, существенно повышая их эффективность;

- совершенствование информационного обеспечения процесса принятия решений за счет удаленного доступа к информации в режиме реального времени и создания систем обработки больших массивов данных, что изменяет логику организации процесса управления как на уровне бизнеса, так и на уровне государства;

- все более активный переход населения и бизнеса на онлайн-взаимодействие и онлайн-обслуживание;

- вытеснение живого труда роботизированным. Перевод значительной части производства в цифровой формат;

- замещение значительной части станков 3D-принтерами различного назначения;

- снижение роли офисных, производственных и торговых площадей, территориальное рассредоточение участников хозяйственного взаимодействия, начиная от совершения онлайн-сделок и заканчивая внутрифирменным дистанционным взаимодействием;

- снижение асимметрии информации за счет увеличения возможностей доступа к ней и развитых технологий ее обработки;

- развитие интернета-вещей (предметов со встроенными электронными устройствами, обменивающимися информацией о состоянии объекта внешнего мира или самого потребителя без участия человека);

- появление на рынке принципиально новых товаров (беспилотный транспорт, накопители энергии и т. п.);

- появление новых электронных видов денежных средств;

- усиление роли в экономике цифровых платформ, соединяющих партнеров, поставщиков (продавцов) и потребителей (покупателей);

- постепенное вытеснение углеводородов возобновляемыми источниками энергии, развитие энергосберегающих технологий;

- снижение транзакционных издержек за счет замены посредников автоматическими сетевыми сервисами;

- реальная глобализация социальных связей;

- возникновение новой формы взаимодействия между компаниями и конечными потребителем посредством создания персонализированных производственных цепочек.

Учет требований глобального рынка, связанных с персонализацией, сокращением времени проектирования, производства и выведения продукта на рынок, может быть обеспечен на основе цифровой трансформации текстильной промышленности. Для предприятий отрасли цифровизация и информатизация открывает большие возможности качественного экономического развития за счет следующих факторов [8, 12, 16]:

- неограниченность коммерческих площадок в Интернете, развитие интернет-торговли;

- уменьшение размера компаний для успешной конкуренции на рынках, развития горизонтальных систем управления и появления виртуальных предприятий (киберкорпорации);

- многократное использование одного и того же физического, трудового и других ресурсов для предоставления различных услуг в рамках облачной инфраструктуры предприятия, специализированных региональных кластеров [16];

– конвергенция технологий из одной отрасли в другую [12].

В условиях цифровизации экономики рост экономического потенциала предприятий текстильной промышленности возможен за счет нескольких стратегических направлений: развития цифровых фабрик будущего, формирования инновационно-текстильного кластера на основе цифровой трансформации отрасли и цифровой платформы, использования концепции форсайт для прогнозирования технологических изменений и стратегического управления развитием текстильной промышленности. Рассмотрим каждое направление отдельно.

Развитие цифровых фабрик будущего

В современных реалиях начинает распространяться новая категория – цифровая фабрика (производство). Цифровое производство – совместная трансформация производства за счет использования достижений в области ИКТ. Цифровая фабрика предполагает создание и отладку технологических и производственной цепочек, начиная от стадий исследования и планирования, когда закладываются базовые принципы конкурентоспособного продукта, и заканчивая созданием опытного прототипа изделия [10].

В основе формирования «фабрик будущего» (цифровых фабрик) находятся передовые производственные технологии, включающие в себя цифровое проектирование и моделирование, новые материалы, аддитивные технологии, гибридные технологии, промышленную сенсорику, робототехнику, информационные системы управления предприятием, Big Data, индустриальный интернет, технологии виртуальной и дополненной реальности, экспертные виртуальные системы и искусственный интеллект.

Создание цифровых фабрик в индустрии моды направлено на достижение трех основных целей:

1) кардинальное изменение в производительности, качестве и эффективности производственного процесса одежды; радикальное сокращение времени и стоимости проектирования и разработки продукта путем прямого 3D проектирования и виртуального моделирования ткани и швейного изделия, оценки посадки и комфорта на динамических виртуальных манекенах, соответствующих реальным потребительским морфотипам, прогнозирования стоимости и технологичности;

2) радикальный реинжиниринг и автоматизация принятия решений для ключевых задач изготовления изделия: значительного сокращения затрат труда в швейном производстве при значительном увеличении качества;

3) интеграция всех отдельных процессов и технологий в высокоэффективные и гибкие производства, обеспечивающие радикальное движение в сторону быстрой реакции на запросы потребителей и развертывания географически распределенных производственных сетей.

Достижение указанных целей невозможно без обеспечения сквозного процесса производства с применением электронного документооборота с возможностью вносить изменения и дистанционно контролировать процессы производства. При этом заказчики смогут получать информацию о конечном виде будущего изделия и удаленно согласовывать его количественные и качественные характеристики.

Фабрика будущего состоит из трех частей (цифровой, «умной» и виртуальной фабрик), каждая из которых представляет собой стадию цепочки создания добавленной стоимости и определенный набор инструментов.

В настоящее время в нашей стране и за рубежом имеются реальные примеры диффузии современных передовых технологий в текстильное и швейное производство, что может быть основой для создания фабрик будущего. Можно выделить следующие уже действующие технологии в сфере цифровой трансформации текстильной и швейной промышленности: роботизированные технологии на швейных предприятиях; цифровое проектирование и моделирование текстильных и швейных изделий; 3D-печать нетканых материалов и одежды; цифровая печать в отделочном производстве; интеллектуальные датчики в производственных линиях и «умных» материалах; автоматизация и интеграция производственных и управленческих процессов; технология предсказательной аналитики и Big Data для кастомизации текстильной и швейной продукции; машинное обучение и системы CRM для управления взаимоотношениями с заказчиками; e-коммерция и др.

Благодаря применению передовых производственных технологий возможно кастомизировать проектирование и производство продукта, сокращать время производственного цикла, снижать затраты на логистику и потребительскую стоимость.

В России первую фабрику будущего в швейной промышленности в настоящее время создает компания «Фаберлик» в рамках дорожной карты «Технет». Проект находится в стадии развития. На этапе исследования и разработок внедряется технология цифрового проектирования одежды, с помощью которой формируются виртуальные модели, позволяющие существенно экономить финансовые и временные затраты, гибко менять ассортимент и персонализировать продукцию.

Создание фабрик будущего ставит новые задачи по формированию единых центров исследовательских разработок и развитию образовательных учреждений в аспекте подготовки специалистов нового поколения, которые обеспечили бы решение производственных задач на междисциплинарной основе.

К основным проблемам формирования цифрового производства в настоящее время специалисты относят рыночные сбои, связанные с навыками и развитием рабочей силы, неразвитую инфраструктуру ИКТ, а также проблемы отсутствия стандартов развития, прозрачности данных и доверия к ним, прав интеллектуальной собственности и кибербезопасности [12].

Формирование инновационно-текстильного кластера на основе цифровой трансформации отрасли

Под влиянием технологической революции происходят существенные изменения в сфере организации и управления отраслями промышленности и комплексами. Возникают новые требования к интеграции производства, науки и образования. В последние десятилетия во многих странах и регионах при формировании социально-экономической стратегии территории акцент делается на кластерных концепциях развития. В начале этого века кластерная политика приобрела выраженную инновационную направленность.

Чтобы быть успешными в условиях острой международной конкуренции, предприятия отрасли должны быть прежде всего инновационно-активными, причем продукция должна быть конкурентоспособной на мировом рынке, то есть превосходить по технико-экономическим параметрам лучшие достижения в мире, уже освоенные в производстве. В противном случае она вряд ли будет пользоваться большим спросом.

В настоящее время возможности промышленного сектора, как правило, недостаточны для инновационной деятельности, поэтому предприниматели заинтересованы в знаниях и компетенциях университетов и научно-исследовательских институтов и привлечении их в совместных проектах.

В развитых странах инновационно-промышленные кластеры рассматриваются как инструмент консолидации ноу-хау и стейкхолдеров с целью разработки долгосрочных стратегических планов исследования и разработок для отдельных технологий, которые имеют значительный социальный и экономический эффект. Они призваны обеспечить связи между основными составляющими инновационной системы для проведения фундаментальных, прикладных исследований и трансфера технологии, помочь в формировании видения новых рыночных возможностей и потребностей, а также в организации инновационных сетей взаимодействия.

Анализ мирового опыта показывает, что все большее внимание при формировании инновационно-промышленных кластеров завоевывает «стратегия умной специализации» (СУС). Концепция «умной специализации» была предложена не так давно, в 2009 г., экономистами Д. Фореем, П. Давидом и Б. Холлом [4]. СУС ориентирована на выбор таких территории, которые смогут внести наибольший вклад в экономическое развитие на основе поддержки исследовательской, опытно-конструкторской и инновационной деятельности в рамках определенных сфер специализации. Стратегия «умной специализации» нацелена на повышение конкурентных преимуществ на международном уровне прежде всего за счет развития инновационной активности регионов, совершенствования управления предприятиями и отраслями, широкого вовлечения в кластеризацию заинтересованных сторон. Достоинством является прекращение дублирования исследовательской и инновационной деятельности разными предприятиями, что чрезвычайно важно в условиях глобальной конкуренции.

Успешность инновационно-промышленного кластера во многом зависит от необходимых структурных изменений, стимулирующих инновационное развитие [7; 9]:

- переход от традиционной промышленной структуры к новой, посредством совместной деятельности и кооперации в области НИОКР, инжиниринга, производства и образования, для формирования базы знаний и развития инновационной активности;
- модернизация, т. е. переоснащение отрасли прогрессивными технологиями;
- диверсификация, обеспечивающая синергические эффекты;
- создание инновационной инфраструктуры.

Инновационная инфраструктура кластера призвана обеспечить взаимодействия между всеми субъектами кластера – участниками инновационного процесса. При этом, с одной стороны, она выступает средством реализации модели инновационного развития кластера, а с другой стороны, ее функционирование зависит от рыночного спроса на инновации.

Формирование научно-технического потенциала кластера предполагает наличие и эффективное использование различных видов ресурсов, включая кадровые, финансовые, интеллектуальные, научно-технические, технологические, информационные и иные, необходимые для осуществления инновационной деятельности.

При создании кластера может быть использован платформенный подход, позволяющий объединить всех резидентов в своеобразную экосистему. Возможности цифровой платформы инновационного кластера способны обеспечить эффективное функционирование всей производственной системы.

Наиболее приемлемым подходом к цифровой трансформации текстильного кластерного объединения является процессная модель, основывающаяся на рассмотрении промышленности как производственной цепочки от разработки продукции до ее продажи и сервисного обслуживания. В соответствии с этапами цепочки создания ценностей можно выделить следующие элементы цифровой трансформации инновационного кластера:

- цифровой R&D центр;
- цифровые фабрики;
- цифровые склады и цифровой транспорт;
- электронная торговля;
- цифровые услуги.

Инструментальная поддержка цифровой трансформации текстильной промышленности может обеспечиваться сетями трансфера передовых технологий и сетями промышленной кооперации и субконтракции. Тесное и оперативное взаимодействие между резидентами кластера, представляющими отдельные звенья в производственной цепочке, должно обеспечиваться цифровыми платформами.

Создание инновационно-текстильного кластера на основе цифровой трансформации отрасли открывает возможность количественного роста и качественного развития текстильной промышленности.

Использование концепции форсайт для прогнозирования и стратегического управления в цифровой экономике

Новые возможности промышленного производства, открывающиеся под воздействием технологической революции, диктуют необходимость применения более совершенных инструментов управления для выявления драйверов развития и прогнозирования их влияния на экономику отрасли. К таким инструментам относится форсайт. Преобразование и адаптация форсайт-технологии для решения актуальных проблем развития производств будущего становится актуальной задачей в условиях цифровизации экономики.

Foresight – это систематические оценки долгосрочных перспектив науки, технологий, экономики и общества для определения стратегических направлений исследований и новых технологий, способных принести наибольшие социально-экономические блага [2, 3]. На сегодняшний день Foresight – наиболее эффективный метод, который применяется для формирования приоритетов в сфере экономики, науки, технологий и общества.

Главная особенность форсайт-проектов в том, что они ориентированы на определение возможных вариантов будущего и активное формирование его наиболее предпочтительных сценариев в процессе интенсивного обмена мнениями между участниками [1, 11]. Форсайт требует «сознательной, активной позиции по отношению к будущему и признания того, что выбор, сделанный сегодня, может влиять на формирование картины завтрашнего дня или даже создавать ее» [14].

В последние годы появился целый ряд работ, в которых форсайт представлен не только как метод предвидения будущего, но и как особая техноло-

гия, представляющая единство трех составляющих – предвидения, стратегического управления и политических решений [13].

Формированию видения комплекса передовых производственных технологий в условия цифровизации промышленности способствует форсайт-исследование, нацеленное на систематическое выявление прорывных технологий мирового уровня в области проектирования продукта, производства, маркетинга, логистики и управления.

Форсайт как инструмент стратегического управления деятельностью промышленных предприятий все активнее применяется в практике российских и мировых предприятий в условиях цифровой экономики. В настоящее время в России все активнее проводятся форсайт-исследования, поскольку они помогают глубже понять, какие именно области деятельности принесут наибольшую экономическую и социальную выгоду в условиях изменяющейся внешней среды промышленных предприятий. В последние годы форсайт-технологии продвигаются за счет активных разработок Агентства стратегических инициатив (АСИ), которое организует мероприятия формата «форсайт-флот» и «форсайт-навигация» в различных регионах страны.

Форсайт-технологии обеспечивают руководителей промышленных предприятий необходимым инструментом стратегического управления изменениями условий деятельности компании.

Заключение

В условиях цифровой экономики большинство индустриально развитых стран связывают свои надежды на долгосрочный устойчивый рост с переходом на инновационный путь развития, характеризующийся более широким использованием в промышленности, национальном хозяйстве в целом новейших достижений науки и техники: информационных технологий, биотехнологий, новых материалов, ресурсо- и природосберегающих технологий в производстве, маркетинге, логистике, управлении и других процессах промышленного предприятия. Таким образом, цифровая экономика и дальнейшее ее развитие позволит увеличить эффективность производственного, логистического, маркетингового, сбытового и других процессов промышленных предприятий.

Предлагаемый в статье подход к цифровой трансформации и стратегическому управлению потенциалом текстильной промышленности позволяет своевременно определять успешные сферы деятельности и выявлять передовые производственные технологии, принимать стратегически целесообразные управленческие решения, обеспечивающие рост конкурентоспособности на глобальных рынках, что формирует основу для перехода отрасли на качественно новую стадию развития.

Библиографический список

1. Becker Patrick. Corporate Foresight in Europe: A First Overview // Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. 2003. URL: <https://studylib.net/doc/18403386/corporate-foresight-in-europe--a-first-overview---cordis> (дата обращения: 21.09.2019).
2. Martin B. R. Foresight in science and technology // Technology analysis & strategic management. 1995. Т. 7. № 2. Р. 139–168.

3. *Martin B. R.* Research Foresight and the exploitation of science base. HSMO, London. 1993. 21 p.
4. *Foray D., David P., Hall B.* Smart specialization – the concept // Knowledge Economists Policy Brief. 2009. № 9. P. 73.
5. *Гасанов Т. А., Гасанов Г. А.* Цифровая экономика как новое направление экономической теории // Региональные проблемы преобразования экономики. 2017. № 6 (80). С. 4–10.
6. *Головкин Д. С.* Актуальность разработки комплексной методики оценки экономического потенциала предприятия // Вестник Ивановского государственного университета. Сер.: Экономика. 2015. Вып. 3/4 (25/26). С. 97–102.
7. *Ибрагимов Р. С., Головкин Д. С.* Ключевые факторы формирования условий развития инновационно-промышленного кластера // Вестник Пермского университета. Серия «Экономика» = Perm University Herald. ECONOMY. 2019. Т. 14, № 1. С. 177–192.
8. *Ибрагимов Р. С., Головкин Д. С.* Концепция форсайт как основа прогнозирования в цифровой экономике // Интеграция науки и практики как механизм развития цифровой экономики : сб. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Ярославль, 18 декабря 2018 г. / под общ. ред. С. В. Шкиотова, В. А. Гордеева. Ярославль : Издат. Дом ЯГТУ, 2018. С. 286–290.
9. *Ибрагимов Р. С., Головкин Д. С.* Проблемы формирования регионального инновационно-текстильного кластера // Инвестиционное и кадровое обеспечение инновационного воспроизводства на территориях: динамика, проблемы и перспективы : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Владимир, 20 ноября 2018 г. Владимир, 2018. С. 23–26.
10. *Корнилова Н. Л., Салкуцан С. В., Горелова А. Е., Васильев Д. А.* Основные подходы к созданию цифровых фабрик в индустрии моды // Физика волокнистых материалов: структура, свойства, наукоёмкие технологии и материалы (SMARTEX). 2018. № 1/1. С. 39–45.
11. *Кузьминов Я. И.* Перспективы форсайта в России безграничны // Форсайт. 2007. Т. 1, № 1. С. 26–29.
12. *Куприяновский В. П. и др.* Принятие решений в цифровой экономике. Опыт Великобритании // International Journal of Open Information Technologies. 2017. Т. 5, № 4. С. 63–73.
13. *Малиновская О. В., Скобелева И. П.* Форсайт как технология стратегического планирования и управления // Финансы и кредит. 2014. № 32 (608). С. 2–13.
14. *Третьяк В.* Форсайт как технология предвидения // Экономические стратегии. 2009. № 8. С. 52–59.
15. *Устюжанина Е. В., Сигарев А. В., Шеин Р. А.* Цифровая революция и фундаментальные изменения в экономических отношениях // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 10 (406). Экономические науки. Вып. 58. С. 15–25.
16. *Юдина Т. Н.* Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. 2016. № 3 (33). С. 12–16. URL: <http://www.theoretical-economy.info>.

ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

ББК 65.49-03

В. С. Околотин

МОБИЛИЗАЦИЯ РЕСУРСОВ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОБОРОНУ СТРАНЫ И РАЗГРОМ ВРАГА В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (1941–1945 гг.)

В статье на основании архивных документов, в том числе и уже введенных в научный оборот, исследуется объем людских, материальных и финансовых ресурсов мобилизованных в Ивановской области в годы Великой Отечественной войны. Внимание уделено деятельности финансового аппарата области по формированию фонда обороны страны, сбору средств на танковые колонны и авиационные соединения, организации подписки населения на государственные военные займы, а также социальному обеспечению инвалидов войны и воинов, демобилизованных из Красной армии.

Ключевые слова: Ивановская область; промышленный потенциал; мобилизация ресурсов; оборонительные сооружения; воинские соединения, производство вооружения и боеприпасов; размещение и транзитное обслуживание ленинградцев; помощь освобожденным районам; сбор средств в фонд обороны, на танковые колонны и авиационные соединения; государственные военные займы, социальное обеспечение инвалидов, помощь воинам-победителям.

In the article under the archival documents, among them included into the scientific circulation, I research the amount of the human, material and financial resources of the mobilized in Ivanovo region in the years of Great Patriotic War. The attention is paid to the activity of the financial apparatus on the formation of the fund of defense of the country, the raise of the means on the tank columns and air connections, the organization of the subscription of the population on the state military loans and also the disabled of war and the soldiers, demobilized from Red army.

Key words: Ivanovo region; industrial potential; mobilization of resources; defensive buildings; military units; production of weapon and ammunition; accommodation and transit service of leningraders; assistance to liberated areas; raise means to fund of defense, on tank columns and air connections; state military loans; social security of disabled; assistance to soldiers-winners.

Накануне Великой Отечественной войны Ивановская область была крупным административно-территориальным образованием, состояла из 43 районов и входила в состав промышленной части Центральной России. В ней проживало чуть более 2,4 млн человек. На ее территории получили развитие оборонная, машиностроительная, хлопчатобумажная, льняная, легкая, пищевая, химическая, стекольная и другие отрасли промышленности, а также сельское хозяйство. Кроме того, в области была развита местная и кооперативная промышленность. Через нее проходили Ярославская и Горьковская железные дороги, которые связывали Центральную Россию с северными, восточными и южными регионами страны. Важной составляющей транспортных коммуникаций области являлись бассейны рек Волги и Клязь-

© Околотин В. С., 2019

2019. Вып. 3 (41) •

мы. Существовала развитая для того периода времени сеть шоссейных дорог, соединявшая Иваново с Москвой и другими промышленными городами центра России.

Соседями Ивановской области были такие крупные регионы, как Московская, Рязанская, Горьковская (ныне Нижегородская) и Ярославская области. Имея выгодное в экономическом плане географическое положение, Ивановская область располагала емким людским и хозяйственным потенциалом, который в годы Великой Отечественной войны был полностью задействован на оборону страны, разгром Германии и ее союзников [2]. Однако определить его в количественном и ценовом выражении трудно. Прежде всего, потому, что Указами Президиума Верховного Совета СССР от 13 и 14 августа 1944 года Ивановская область подверглась реорганизации. В результате из ее состава во вновь образованные Костромскую и Владимирскую области было передано 3 и 19 районов соответственно. К прежним границам территория Ивановской области составила всего 39,8 %. С августа 1944 года и вплоть до окончания Великой Отечественной войны она состояла из 21 района, 480 сельских советов, а также 15 городов, 20 рабочих поселков и 6445 прочих населенных пунктов. Значительная часть железнодорожных и речных коммуникаций, предприятий текстильно-промышленного комплекса и оборонных заводов, а также сельскохозяйственных территорий бывшей Ивановской области по Указу Президиума ВС СССР вошли в состав вновь образованных регионов. Начиная с 1 октября 1944 года, все статистические данные формировались из расчета новых административно-территориальных границ Ивановской области и оставшегося в ней имущественного, людского и финансового потенциала. Последствия такого поспешного решения ощущаются до сих пор, особенно при подсчете людских потерь, объема ресурсов мобилизованных на разгром врага, отражении деятельности фабрично-заводской и оборонной промышленности, а также энергообъектов, входивших в течение самых сложных трех военных лет в единый регионально-имущественный комплекс.

Его достижения в годы войны были огромны и в силу территориального разграничения до настоящего времени полностью не исследованы. Несмотря на то, что по Указу Президиума ВС СССР от 22 июня 1941 года Ивановская область в числе других регионов страны была объявлена на военном положении, ее территорию не затронули военные действия и она не подвергалась массированным бомбардировкам германской авиации. Однако все другие военные испытания, через которые ей удалось пройти, стали важнейшей частью ее региональной истории в годы войны.

Только во втором полугодии 1941 года в действующую армию с территории области было призвано 232 499 мужчин 27 призывных возрастов (18–45 лет), что составило около 69 % от общего числа военнообязанных, находившихся на военном учете в регионе до войны. По штатам военного времени это, примерно, 23 стрелковые дивизии. В 1942 году было призвано еще 11 возрастов. В результате только за полтора года боевых действий (второе полугодие 1941 года и весь 1942 год) на фронт и в тыловые подразделения Красной Армии было мобилизовано 38 возрастов от 18 до 55 лет включительно. Процесс мобилизации охватил женщин и девушек, которые призывались в войска ПВО, в Военно-Морской флот и в тыловые части для замены кадровых военных. Огромное внимание уделялось военному обучению молодежи и ее физкультурной подготовке. Всеобщее и Осоавиахим строили воен-

ную подготовку допризывников так, чтобы они в отведенный для обучения срок овладели различными воинскими специальностями и были максимально готовы к боевым действиям. Для выполнения новых разрядов Наркомата обороны в области периодически осуществлялось разбронирование квалифицированной рабочей силы и специалистов, проводился тщательный учет всех военнообязанных, включая эвакуированное население и раненых, призыв девушек и женщин, велась непримиримая борьба с дезертирами.

В ходе выполнения постановлений ГКО СССР в 1941–1942 годах на территории области были сформированы 18 стрелковых дивизий, 2 воздушно-десантных корпуса, 6 танковых и 2 мотострелковые бригады, 3 пушечных полка, две гвардейские воздушно-десантные дивизии и 2 авиапланерных полка. В Иванове дислоцировалось управление 10 резервной армии Ставки ВГК. Сформированные им воинские соединения участвовали в сражениях на Сталинградском, Западном, Северо-Западном и Ленинградском фронтах. Бронепоезда «Ковровский большевик» и «Феликс Дзержинский», построенные в Коврове и Владимире соответственно, влились в состав подразделений бронепоездов действующей армии.

В запасных воинских соединениях шел непрерывный процесс подготовки многочисленных маршевых рот, эскадронов и авиаполков. Сборка и освоение различных типов британских и американских самолетов, формирование французской эскадрильи «Нормандия» стали славной исторической страницей не только в региональной истории, но и в истории Военно-Воздушных сил СССР, в сотрудничестве советской страны с Францией, Англией и США в борьбе против фашистской Германии.

Осенью и зимой 1941–1942 годов в области были построены тыловой рубеж Московской зоны обороны (МЗО), а также десятки полевых аэродромов. На их строительстве кроме саперных частей трудились десятки тысяч жителей городов и сельской местности. Одновременно была сформирована дивизия народного ополчения, создавались истребительные отряды и отряды истребителей танков, шла подготовка баз для партизанских отрядов. Их финансирование полностью осуществлялось за счет бюджета области.

Во втором полугодии 1941 года на территории области были развернуты 67 госпиталей, находившихся в ведении Западного фронта. В ходе проведения им, а также Калининским фронтом, зимой 1941–1942 годов наступательных операций поток раненых и больных в область резко увеличился. Все госпитали были переполнены. Тем не менее, раненым и больным медицинским персоналом оказывалась квалифицированная помощь. О результатах их труда можно судить по данным МЭП № 35 (83 госпиталя), самого крупного эвакуационного пункта области, в которые за один год войны поступило 222 325 раненых и больных бойцов, командиров Красной Армии. Из них возвращено в строй 93 634 человека или 42,2 %.

В августе 1942 года все госпитали, в том числе и на территории области, были переданы из НКО в ведение НКЗдрава. Отныне финансирование госпиталей и решение проблем, связанных с их деятельностью, полностью возлагались на местный бюджет и органы власти. Одновременно за госпиталями были закреплены предприятия, которые на правах шефов оказывали им различную помощь, а также вручали раненым и больным праздничные подарки. Это позволило решить наиболее острые проблемы и улучшить обстановку в госпиталях. Забота о выздоровлении и возвращении в строй раненых и больных, находившихся на излечении в госпиталях Ивановской области, в

течение всех лет войны явилась важной составляющей ее вклада в разгром германской армии и ее союзников.

На тех же, кто оставался в тылу, выпало тяжелейшее бремя осваивать и наращивать производство вооружения и боеприпасов. Так, во втором полугодии 1941 года конструктором-оружейником Героем Социалистического Труда В. А. Дегтяревым по заданию ГКО СССР для уничтожения бронетехники врага было разработано и запущено в производство противотанковое ружье (ПТРД). В решающей битве под Москвой первые 16 тыс. противотанковых ружей, произведенных в Коврове, успешно зарекомендовали себя на полях сражений. Здесь были освоены и выпускались в больших количествах пистолет-пулемет Шпагина (ППШ) и другие виды артиллерийского и стрелкового вооружения. В период боев под Тулой и эвакуации военных предприятий Ковровский завод № 2 ни на минуту не останавливал производство вооружения. В январе 1942 года его 21 тысячный коллектив за высокие трудовые достижения был награжден орденом Трудового Красного Знамени.

О выполнении заданий ГКО СССР на Ковровском заводе № 2 в 1942 году свидетельствует следующая таблица:

Виды и количество вооружения, произведенного на заводе № 2 в 1942 году [3]

п/н	Наименование изделий	Общее количество (шт.)
1	Пулемет Дегтярева пехотный (ДП)	117358
2	Пулемет Дегтярева танковый (ДТ)	56059
3	Противотанковое ружье Дегтярева (ПТРД)	131796
4	Пушки ШВАК крыльевые	12252
5	Пушки ШВАК моторные	10158
6	Пушки ШВАК турельные	193
7	Пушки ШВАК синхронные	4116
8	Пушки ШВАК для перевооружения самолетов «Харрикейн»	1238
9	Пушка танковая Нудельмана-Шпитального (ТНШ)	3808
10	Пушки Волкова-Ярцева (ВЯ)	1600
11	Пистолеты – пулеметы Шпагина (ППШ)	7701
12	Приборы СГ-42	1100

На других предприятиях области осуществлялось производство батальонных минометов, авиационных бомб, снарядов различного калибра, в том числе и для реактивных минометов, радиостанций, полевых проводов, аэросаней, бензоаправщиков БЗ-40 и 42, авторазливочных станций, автоцистерн, взрывчатых и отравляющих веществ, военной амуниции и т. д.

В частности, Кинешемский анилиновый завод им. М. В. Фрунзе (завод № 756) Наркомата химической промышленности в сложнейших военных условиях 1942 года освоил производство 14 наименований спецпродукции и изготовил сотни тонн взрывчатого вещества – денитронафталина [4].

Ивановская районная государственная электрическая станция (Ив-ГРЭС), построенная в 1935 году, в течение всей войны обеспечивала электроэнергией не только региональную оборонную промышленность, но и в большом количестве отпускала ее оборонным заводам Горьковской области. В апреле 1945 года ее трудовой коллектив был награжден орденом Трудового Красного Знамени.

Однако действующую армию и мирное население нужно была не только вооружить, но и одеть по времени года. Фабрики и заводы области практически не останавливались и уже в 1942 году добились больших производственных успехов. Так, Родниковский меланжевый комбинат «Большевик» за счет сверхплановой продукции, произведенной в июле и августе 1942 года, мог обмундировать ежемесячно по 20 стрелковых дивизий [5]. В дальнейшем комбинат постоянно наращивал производство продукции и в феврале 1944 года первым из числа текстильных предприятий страны был награжден орденом Ленина. Не отставали от него и другие текстильные предприятия Ивановской области. Многие из них неоднократно занимали призовые места во Всесоюзном социалистическом соревновании и награждались переходящими Красными знаменами ГКО СССР. Из тканей, произведенных на предприятиях области, только за 9 месяцев 1942 года облшвейсоюзом было пошито 587 тыс. комплектов гимнастеров. По штатам военного времени этим количеством можно было обмундировать около 58 стрелковых дивизий, перевыполнено правительственное задание по поставке обмоток, сумок и т. д. [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 408. Л. 53]. Кроме того, по решениям ГКО СССР к чистке и ремонту полушубков, шапок, к стирке – ватных шаровар и фуфак, к ремонту валяной обуви, меховых рукавиц, телогреек, гимнастеров комбинезонов, шинелей, маскировочных костюмов и т. д. были привлечены предприятия кооперативной промышленности, общественность и местное население [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 521. Л. 5–6]. В итоге даже в самые трудные военные годы Красная армия была обмундирована и тепло одета.

Яркой страницей в военной истории Ивановской области является деятельность железнодорожного, автомобильного и речного транспорта по транзитному обслуживанию эвакуированного гражданского населения и грузов. Только в 1941 году через область проследовали 418 эшелонов с общим количеством 381 тыс. человек, в том числе 131 450 детей. Кроме того, за период навигации по Волге питанием и медпомощью было обеспечено свыше 100 тыс. человек, следовавших на судах и баржах к местам назначения. По состоянию на 1 января 1942 года в Ивановской области было расселено около 75 тыс. жителей из западных, центральных и северо-западных регионов страны [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 479. Л. 18], а также размещено 12 эвакуированных детских учреждений с общим количеством 1559 детей. На питание эвакуированным за этот период было израсходовано 1750 тыс. р., а также оказана помощь деньгами, одеждой и обувью [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 479. Л. 18].

Очень горькой страницей в истории Ивановской области является медицинское обслуживание и снабжение продуктами жителей блокадного Ленинграда. Зимой и до середины апреля 1942 года в Ивановскую область прибыли и проследовали через нее транзитом 272 500 ленинградцев. Отметим, что общее число эвакуированных ленинградцев в этот период составило 554 186 человек (при плане 500 тыс.), то есть почти половина из них проследовала через железнодорожные узлы Ивановской области, где обеспечивалась питанием и медицинским обслуживанием [1, ФР-130. Оп. 1. Д. 52. Л. 89–91]. Только через Ивановское и Александровское отделения Ярославской железной дороги проследовало более 125 эшелонов с 226 тыс. ленинградцев, из них более 46 тыс. было оставлено в области на карантинный отдых [6]. Летом 1942 года в ходе второй волны эвакуации ленинградцев на территории области был размещен еще 41 детский дом с детьми, эвакуированными из Ленин-

града. Они были обеспечены жилыми зданиями, медицинским обслуживанием, продовольствием и теплым человеческим отношением [7].

Производство продовольствия для действующей армии, городов и рабочих поселков было важной составляющей деятельности колхозов и совхозов Ивановской области. В 1942 году заготовка продовольствия для нужд области была возможной только после выполнения обязательных поставок сельхозпродукции Красной Армии и Военно-Морскому флоту. Одновременно отпускалось большое количество картофеля и овощей Москве и блокадному Ленинграду. О том, какое значение правительство страны уделяло сельскому хозяйству Ивановской области свидетельствует выступление на областном совещании по поднятию урожайности в г. Иванове Председателя Президиума ВС СССР М. И. Калинина. Он поставил перед колхозами Ивановской области «исключительно серьезные задачи – добиться в 1943 году резкого увеличения урожая и сделать область производящей областью» [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 797. Л. 121].

И такие примеры по всем хозяйственным направлениям можно продолжать. То есть оборонные и промышленные предприятия, фабрики и комбинаты, колхозы и совхозы Ивановской области должны были и производили все то, без чего не могла воевать и в итоге победить Красная Армия. Имело это и важное пропагандистское значение. 26 июля 1943 года секретарь обкома ВКП(б) Г. Н. Пальцев, выступая на одном из совещаний, привел высказывания членов смоленской делегации, которые длительное время находились под пятой оккупантов. Суть их сводилась к тому, что по утверждению немцев «советский тыл расшатан, он не является опорой для фронта и что там все развалилось». Смоленцы же побывав в Ивановской области и «посмотрев как идут дела в городах и селах», уезжая сказали, что «они расскажут у себя на родине, что немцы врут, тыл наш крепок, фабрики и заводу работают всюю, а колхозы и совхозы, несмотря на трудности войны, работают все лучше и организованнее» [1, ГАИО. ФП-327. Оп. 7. Д. 892. Л. 8].

Функционирование всего территориально-имущественного комплекса региона, как части боевого единого лагеря страны, разумеется, было невозможно без слаженной деятельности финансового аппарата и его многочисленных добровольных помощников. К июню 1941 года он состоял из 43 финансовых отделов (райфо) при исполкомах районных советов депутатов трудящихся и горфинотдела г. Иванова, подчиненных областному финансовому отделу (облфо) при исполкоме областного совета депутатов трудящихся. С 1938 по 1958 год облфо возглавлял Федор Иванович Зайцев. Он родился в 1899 году в крестьянской семье и прожил 98 лет. Отмечая 90-летний юбилей, как бы, подводя итог пройденного, он сказал: «Обращая мысленно взоры назад на столь значительный период своей жизни на посту заведующего облфинотделом – я спокоен своей совестью и осмелюсь думать, что я не опустил ни одной возможности сделать, сколько мог существенно полезного».

Война требовала от финансового аппарата большой оперативности и гибкости, умения быстро ориентироваться в новых условиях, способности вести строжайший учет и контроль в поступлении и расходовании денежных средств. Кроме решения повседневных финансово-хозяйственных задач финансовый аппарат области и его добровольные помощники принимали активное участие в различных действиях по мобилизации средств в государственный бюджет. Они же во многом зависели от обстановки на фронтах и

задач поставленных СНК и ГКО СССР перед Наркомфином и его аппаратом на местах.

Однако не только директивы сверху служили отправным началом для проведения различных кампаний по мобилизации средств. Очень часто такие инициативы поступали от трудовых коллективов и рядовых граждан и получали огромную поддержку среди гражданского населения. Так, с августа 1941 года по октябрь 1942 года от трудящихся Ивановской области в «Фонд обороны страны» поступило 65 991 тыс. р. На ее территории были успешно проведены три денежно-вещевые лотереи, от реализации которых в государственный бюджет поступило 156 302 тыс. р. На волне высокого патриотического подъема и в очень короткие сроки в Ивановской области были размещены облигации всех четырех Государственных военных займов. Причем объемы их реализации до реорганизации Ивановской области в августе 1944 года постоянно росли. Так, по первому займу в 1942 году от ивановцев поступило 244 637 тыс. р., второму в 1943 году – 418 361 тыс. р. и третьему в 1944 году – 614 523 тыс. р. Лишь в ходе реализации в 1945 году четвертого Государственного военного займа по уже названной причине размер подписки снизился и составил 259 170 тыс. р. Столь внушительных объемов удалось достичь только потому, что многие жители области подписывались на заем в размере от трехнедельного до двух и даже трех месячного размера заработка. Работники финорганов не только обеспечивали проведение займов, но и сами принимали участие в приобретении облигаций. Так, сотрудники Тейковского райфо при фонде месячной заработной платы в 16 тыс. р. подписались на облигации Второго Государственного военного займа на сумму 27 750 р. [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 869. Л. 35]. Вместе с другими они искренне верили, что каждый ими заработанный и собранный рубль будет направлен на разгром врага. Всего от ивановцев по военным займам в бюджет государства поступило 1 536 691 тыс. р. При этом средняя зарплата на предприятиях области варьировалась от 400 до 600 рублей.

Но и это было еще не все. Так, разгром немцев под Москвой и Сталинградом стали для жителей области побудительным мотивом к проведению сборов на строительство танков, самолетов и боевых кораблей. Прежде всего, на строительство танковой колонны «Ивановский колхозник» и на постройку авиационного соединения имени М. В. Фрунзе. Разумеется, они не были стихийными, а были подсказаны сверху и отличались хорошей организованностью. Тем не менее, патриотический порыв населения превзошел все плановые ожидания. Многотиражки, районные газеты и областная газета «Рабочий край» были насыщены яркими примерами действий трудовых коллективов и рядовых жителей по сбору средств на танковую колонну «Ивановский колхозник». Многие отдавали на ее строительство все свои сбережения и своим бескорыстным примером увлекали других. Одним из них стал вернувшийся с фронта по ранению счетовод колхоза им. Сталина Родниковского района Марков Константин Семенович, который передал на строительство танков 30 тыс. р. [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 861. Л. 37–37 об.].

Оценка усилий жителей области нашла отражение в краткой телеграмме И. В. Сталина, опубликованной в «Рабочем крае» 18 декабря 1942 года: «Иваново, секретарю Ивановского обкома ВКП(б) тов. Пальцеву. Прошу передать колхозникам и колхозницам Ивановской области, собравшим 65 миллионов 187 тысяч рублей в фонд Красной Армии для организации тан-

ковой колонны «Ивановский колхозник» – мой братский привет и благодарность Красной Армии [8].

С не меньшим подъемом прошел сбор средств на постройку авиационного соединения имени М. В. Фрунзе. В результате было собрано 55 миллионов рублей, что также получило одобрение в телеграмме от И. В. Сталина, опубликованной на страницах «Рабочего края» 4 февраля 1943 года [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 861. Л. 6].

В годы войны важно было не только максимально мобилизовать средства на разгром врага, но и материально поддержать семьи защитников Родины, а также тех, кто на полях сражений получил увечья и стал инвалидом. И здесь работа финансового аппарата области была слаженной и действенной. Например, в 1944 году семьям военнослужащих была оказана большая материальная помощь. Им выплачено 104 449 тыс. р. государственных пособий, выдано 5 миллионов рублей единовременной помощи. В области также были приняты посильные меры для социальной защиты и адаптации инвалидов войны. Для этого был организован их учет, оказывалась помощь в трудоустройстве и приобретении новых профессий. По состоянию на 18 октября 1945 года в области было учтено 21052 инвалида Великой Отечественной войны. Из них 16 861 человек или 80,5 % были трудоустроены [1, ФП-327. О. 7. Д. 1510. Л. 76]. Инвалиды, у которых не было близких или которые не могли жить самостоятельно, направлялись в дома инвалидов Отечественной войны. Жизнь продолжалась и многие из инвалидов нашли в ней достойное применение своим профессиональным и физическим возможностям.

Торжественно были встречены в Ивановской области фронтовики старших возрастов демобилизованные из Красной армии по Указам Президиума ВС СССР от 23 июня и 25 сентября 1945 года. По состоянию на 18 октября 1945 года их вернулось всего 18 918 человек. Многим из них были выданы: единовременная денежная помощь на сумму 250 тыс. р., ссуды на строительство в размере 529 тыс. р., предоставлены квартиры, отремонтировано жилье, передан скот за счет колхозов и т. д. Более того, облфо провел сплошную проверку правильности предоставления льгот семьям военнослужащих по налогам. В результате многие налогоплательщики были освобождены от их уплаты, а в ряде случаев по ним была сложена недоимка [1, ФП-327. Оп. 7. Д. 1510. Л. 81]. Для восстановления хозяйства страны вновь был необходим напряженный труд советских людей, и каждая пара рабочих рук в те сложнейшие послевоенные годы была на вес золота.

Таким образом, через сокращение расходов и прежде всего на социальную сферу, привлечение финансов через проведение денежно-вещевых лотерей, Государственных военных займов, различных кампаний по сбору средств в фонд обороны, на строительство танков и самолетов складывался фронтовой «бюджет» страны, формировался общий эмоциональный настрой на победу. Действия органов власти по привлечению народных средств принимались населением области с искренним воодушевлением, а ответы И. В. Сталина укрепляли его патриотический настрой и становились ярким подтверждением признания важности для страны помощи любого гражданина независимо от пола, возраста, национальной принадлежности и вероисповедания. Есть в этой заслуге и немалая доля незаметного труда финансовых работников Ивановской области и их многочисленных помощников.

Библиографический список

1. Государственный архив Ивановской области (ГАИО).
2. *Околотин В. С.* Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. Кн. 1. 22 июня – 31 декабря 1941 года. Иваново : А-ГРИФ, 2016. С. 310–315.
3. *Околотин В. С.* Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. Кн. 2. 1 января – 31 декабря 1942 года. Иваново : А-Гриф, 2019. С. 117–147.
4. *Околотин В. С.* Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. Кн. 2. 1 января – 31 декабря 1942 года. Иваново : А-Гриф, 2019. С. 172–179.
5. *Околотин В. С.* Родниковский район в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.). Иваново : А-Гриф, 2013. С. 211–240.
6. *Околотин В. С.* Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. Кн. 2. 1 января – 31 декабря 1942 года. Иваново : А-Гриф, 2019. С. 389–416.
7. *Околотин В. С.* Ивановская область в годы Великой Отечественной войны. Кн. 2. 1 января – 31 декабря 1942 года. Иваново : А-Гриф, 2019. С. 408–416.
8. Рабочий край. 1942. 18 декабря.

ББК 65.050

А. И. Уткин, Е. В. Шитик

РЕГУЛИРОВАНИЕ ДОХОДНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНАЛЬНЫХ БЮДЖЕТОВ: УЧЕТ И ОЦЕНКА КОРРЕКТИРУЮЩИХ ОПЕРАЦИЙ

В условиях экономического неравенства и региональной дифференциации сложилась тенденция неравномерного поступления доходов в консолидированные бюджеты регионов Российской Федерации. Особенно заметно отставание доходного потенциала бюджетов Владимирской и Ивановской областей. Статья посвящена исследованию проблемы регулирования доходного потенциала бюджетов данных регионов посредством создания системы качественных показателей оценки эффективности применяемых методов управления доходами. Проанализированы позитивные и негативные тенденции в бюджетных процессах Владимирской и Ивановской областей и выявлены проблемы укрепления доходного потенциала бюджетов. Разработана структурно-процессуальная модель учета корректировок наиболее эффективных методов управления доходами бюджетов данных регионов.

Ключевые слова: региональный бюджет, доходный потенциал, методы управления доходами бюджетов, система оценочных показателей, структурно-процессуальная модель.

In the conditions of economic inequality and regional differentiation, there is a tendency for incomes to flow unevenly to the consolidated budgets of the regions of the Russian Federation. The underdevelopment of the income potential of budgets of Vladimir and Ivanovo regions is especially noticeable. The article explores the problem of the income potential regulation for budgets of these regions through the establishment of a system of qualitative indicators to assess the effectiveness of the methods of incomes management. The positive and negative trends in budgetary processes of Vladimir and Ivanovo regions are analyzed and the problems of strengthening the income potential of budgets are identified. A structural-procedural model for accounting of corrections of the most effective methods of incomes management in budgets of these regions is elaborated.

Key words: regional budget, income potential, methods for managing the incomes of budgets, system of assessing indicators, structural-procedural model.

За последние годы в результате сокращения возможностей федерального бюджета Российской Федерации по осуществлению трансфертных платежей регионам со слаборазвитой экономической системой возникла проблема усиления бюджетной дифференциации регионов. Экономическое неравенство, связанное с неравномерным поступлением доходов в консолидированные региональные бюджеты, привело к ситуации, при которой доходный потенциал одних регионов (Свердловской, Нижегородской, Воронежской, Иркутской областей) превалирует над доходным потенциалом других (Владимирской, Ивановской областей) [10]. Отставание доходного потенциала бюджетов Владимирской и Ивановской областей стало наиболее заметным в условиях долгосрочной неспособности данных регионов преодолеть бюджетный дефицит.

© Уткин А. И., Шитик Е. В., 2019

На формирование доходного потенциала региональных бюджетов прямое воздействие оказывают факторы инвестирования, неодинаково влияющие на экономические конъюнктуры регионов и в конечном итоге определяющие бюджетную дифференциацию [1, 4]. В данном случае под «доходным потенциалом» в отношении бюджета региона следует понимать максимальный объем финансовых ресурсов, мобилизованных в бюджет для обеспечения стабильности социально-экономического развития и высокого уровня капитализации регионального производства. Под влиянием факторов инвестирования регионы с развитым производством характеризуются относительной стабильностью поступлений в бюджеты и, как следствие, достаточно высоким уровнем инвестиционной привлекательности. С другой стороны, регионы со слаборазвитой или неустойчивой производственной инфраструктурой, определяющей отсутствие возможностей активной мобилизации имеющихся ресурсов в региональные бюджеты, имеют пониженный уровень инвестиционной привлекательности.

С учетом вышеуказанной неравномерности поступлений доходов в региональные бюджеты и усиления негативных тенденций бюджетного процесса правомерно утверждать, что применяемые во Владимирской и Ивановской областях методы управления доходами бюджетов являются неэффективными, поскольку не позволяют справиться с отставанием доходного потенциала бюджетов данных регионов. Основное противоречие состоит в том, что в условиях нестабильного воздействия факторов инвестирования выработать принципиально новые методы управления доходами не представляется возможным. Осуществить регулирование доходного потенциала региональных бюджетов удастся лишь при постоянном внесении корректирующих операций в процесс использования уже состоявшихся методов. Целесообразность данного подхода определяется необходимостью однозначной оценки последствий возникновения тенденций бюджетного процесса, вызываемых неоднородным влиянием факторов инвестирования.

Проблема заключается в том, существуют ли среди применяемых во Владимирской и Ивановской областях методов управления доходами бюджетов те, которые наиболее подходят для корректировки по сравнению с остальными.

Цель исследования – построение структурно-процессуальной модели учета корректировок методов управления доходами консолидированных бюджетов данных регионов по результатам выявления позитивных и негативных факторов инвестирования, влияющих на формирование тенденций в бюджетных процессах, и оценки доходного потенциала бюджетов.

Отбор наиболее эффективных методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей и дальнейшее регулирование доходного потенциала возможны при создании системы качественных показателей оценки эффективности методов управления доходами, позволяющей оценить максимальную мобилизуемость финансовых ресурсов в региональный бюджет. Применение системы оценочных показателей выступает необходимым условием разделения существующих методов на подходящие для корректировки и не подлежащие дальнейшему использованию. В научных трудах некоторых российских ученых-экономистов, написанных в разные временные периоды, предлагаются качественные показатели оценки эффективности методов управления доходами по отношению к региональным бюджетам страны в целом. Для разработки авторского варианта системы

оценочных показателей проведена критическая оценка предлагаемых принципов построения системы качественных показателей оценки эффективности методов управления доходами региональных бюджетов в Российской Федерации (табл. 1).

Результаты проведенной критической оценки показывают, что для разработки системы качественных показателей будут использоваться последний научный подход (2010–2016 гг.) (полностью) и отдельные положения научных взглядов 1997–2004 и 2005–2009 гг. Сравнение резервов роста доходов региональных бюджетов при комплексном учете влияющих факторов следует считать наиболее свежим и целесообразным взглядом, охватывающим сложившиеся в настоящее время тенденции в бюджетных процессах.

Таблица 1

Критическая оценка принципов построения системы качественных показателей оценки эффективности методов управления доходами региональных бюджетов в Российской Федерации

(составлено на основе анализа [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7])

Временной период	Научный взгляд на проблему и его сторонники	Принцип построения системы оценочных показателей	Качественные показатели оценки эффективности методов управления доходами региональных бюджетов	Оценка целесообразности подхода в современных условиях (+/–)
1	2	3	4	5
1990–1996 гг.	Сравнение влияния различных форм разграничения доходных источников на систему доходов региональных бюджетов (Н. И. Сидорова, Г. Б. Поляк, Н. В. Королева)	Неизменность принятых критериев достаточности налоговых поступлений для выполнения всех расходных обязательств	1. Уровень организации максимально эффективного доходного потенциала бюджета 2. Уровень безопасной финансовой самостоятельности территорий 3. Уровень реформирования бюджета	–
1997–2004 гг.	Сравнение уровней налогового потенциала региональных бюджетов при максимизации финансовых ресурсов (Б. Х. Алиев, А. И. Татаркин, Т. В. Грицюк)	Единство стимулирующих механизмов увеличения налоговых поступлений от отдельных отраслевых сегментов	1. Уровень контролируемости бюджетных потоков 2. Уровень качества планирования исполнения бюджета 3. Уровень развития неналогового потенциала бюджета	+/–
2005–2009 гг.	Сравнение диспропорций в социально-экономическом развитии регионов (С. А. Сафиуллин, А. М. Селезнев, Г. В. Семеко, И. А. Новоселова)	Цикличность процессов оценки эффективности направлений наращивания бюджетных доходов	1. Уровень нецелевого использования доходного потенциала бюджета 2. Уровень прозрачности сферы исполнения бюджета 3. Уровень прогнозируемости бюджетных поступлений	+/–

Продолжение табл. 1

1	2	3	4	5
2010–2016 гг.	Сравнение резервов роста доходов региональных бюджетов при комплексном учете общеэкономических, финансовых и административных факторов (Р. А. Аландаров, Е. А. Домбровский, Л. Н. Дробышевская, С. Д. Валентей)	Системность охвата функциональных областей повышения налоговых и неналоговых доходов	1. Уровень совершенствования экономико-правовых механизмов управления бюджетом	+
			2. Уровень зависимости от финансовой поддержки из федерального бюджета	
			3. Уровень координации деловой активности налогоплательщиков	
			4. Уровень агрегации дополнительных резервов роста доходов	

Таблица 2

Система качественных показателей оценки эффективности методов управления доходами региональных бюджетов в Российской Федерации (авторский вариант)

Группа оценочных показателей	Качественные показатели оценки эффективности методов управления доходами	Экономический смысл	
		положительный	отрицательный
1	2	3	4
Показатели полноты охвата финансово-экономических условий формирования доходов	1. Уровень координации сроков поступления средств в бюджет	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (обеспечение периодического обновления налоговых и неналоговых доходов)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (нарушение периодичности финансирования первоочередных расходов)
	2. Уровень минимизации недоимок по уплате налогов в бюджет	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (обеспечение максимального доходного потенциала бюджета)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (высокий риск несбалансированности бюджета)
	3. Уровень заинтересованности власти в развитии налоговой базы	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (развитие стратегий выравнивания бюджетной обеспеченности)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (невозможность внедрения прогрессивных механизмов выравнивания бюджетной обеспеченности)
Показатели оперативности влияния на процесс исполнения бюджета	1. Уровень развития стимулирующих механизмов предупреждения дополнительных бюджетных расходов	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (соблюдение целевого характера расходных обязательств)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (высокий риск неисполнения приоритетных расходных обязательств)
	2. Уровень оптимизации бюджетных потоков	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (предупреждение излишков расходных обязательств)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (отсутствие нормирования доходов и расходов бюджета)
	3. Уровень развития инструментов межбюджетного стимулирования	<i>Высокий уровень:</i> метод эффективен (формирование целостной системы межбюджетных отношений)	<i>Низкий уровень:</i> метод неэффективен (высокий риск неизменности состояния бюджетной дифференциации)

Выдвигаемый учеными принцип системности учитывает характерную для слаборазвитых регионов неспособность преодолеть бюджетный дефицит и технологическое отставание производственных отраслей. При этом более ранние подходы к выбору принципов построения системы качественных показателей являются неактуальными в силу отсутствия предложений по преодолению современных проблем укрепления доходного потенциала.

На основании данных принципов предложен авторский вариант системы качественных показателей оценки эффективности методов управления доходами региональных бюджетов (табл. 2).

Сформулированные качественные показатели позволяют оценить эффективность методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей и выбрать из них наиболее подходящие для внесения корректирующих операций (табл. 3). В анализе задействованы шесть методов, использованных в 2015–2017 гг. правительствами данных регионов в рамках реализации государственных программ: метод интегрирования логистических центров (1), метод кооперации предприятий (2), метод изыскания дополнительных финансовых ресурсов (3), метод моделирования бюджетных доходов в соответствии с рыночной конъюнктурой и финансовым состоянием налогоплательщиков (4), метод контроля за своевременностью поступления средств в бюджет (5), метод применения налоговых льгот (6) [6, 8, 9]. Метод считается подходящим для внесения корректировок, если он удовлетворяет положительному экономическому смыслу четырех и более показателей.

По результатам проведенной оценки к наиболее эффективным методам управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей, прошедшим отбор и подходящим для корректировки, отнесены:

- метод изыскания дополнительных финансовых ресурсов;
- метод моделирования бюджетных доходов;
- метод контроля за своевременностью поступления средств в бюджет.

Таблица 3

Оценка эффективности методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей

Система оценочных показателей (авторский вариант)		Методы управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей					
Группа оценочных показателей	Качественные показатели оценки эффективности методов управления доходами	1	2	3	4	5	6
Показатели полноты охвата финансово-экономических условий формирования доходов	1. Уровень координации сроков поступления средств в бюджет	+	–	+	+	+	–
	2. Уровень минимизации недоимок по уплате налогов в бюджет	+	+	+	+	–	+

	3. Уровень заинтересованности власти в развитии налоговой базы	-	-	+	+	-	-
Показатели оперативности влияния на процесс исполнения бюджета	1. Уровень развития стимулирующих механизмов предупреждения дополнительных бюджетных расходов	-	-	-	+	+	-
	2. Уровень оптимизации бюджетных потоков	-	-	+	+	+	+/-
	3. Уровень развития инструментов межбюджетного стимулирования	+	-	-	+	+	-

Положительное значение для бюджетных процессов Владимирской и Ивановской областей имеют такие факторы инвестирования, как уменьшение процентной ставки коммерческого кредита, создание инвестиционных фондов, предельная эффективность капитала, доступность заемных средств. При этом доходный потенциал регионов следует считать достаточно нестабильным в условиях обострения проблем, происходящих под влиянием негативных факторов инвестирования (недостатка трансформирующихся в инвестиции сбережений и высокой концентрации структурных преобразований).

С использованием метода прогнозного сценария, позволившего качественно проанализировать текущие тенденции в бюджетных процессах Владимирской и Ивановской областей, построена абстрактно-логическая модель взаимосвязи негативных факторов инвестирования и проблем укрепления доходного потенциала бюджетов исследуемых регионов (рис. 1).



Рис. 1. Абстрактно-логическая модель взаимосвязи негативных факторов инвестирования и проблем укрепления доходного потенциала бюджетов Владимирской и Ивановской областей

В результате исследования можно предложить рекомендации по внесению корректирующих операций в процесс использования отобранных методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей (табл. 4).

Таблица 4

Рекомендации по корректировке наиболее эффективных методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей

Сущность корректировки	Метод управления доходами бюджетов	Условия воздействия на факторы инвестирования	Условия преодоления проблем укрепления доходного потенциала бюджетов	Оценка корректировки
1	2	3	4	5
I. Выдвижение в приоритет внутренних источников привлечения дополнительных финансовых ресурсов	Метод изыскания дополнительных финансовых ресурсов	1. <i>Стимулирование позитивных факторов инвестирования</i> – за счет аккумуляции финансовых ресурсов средних и крупных организаций; 2. <i>Предупреждение негативных факторов инвестирования</i>	1) <i>Проблема сокращения объемов кредитования предприятий</i> – за счет совершенствования антикризисной политики организаций; 2) <i>Проблема невозможности мобилизации</i>	Позволяет улучшить процесс использования метода (при перекрестном финансировании убыточных подразделений организаций и аккумуляции финансовых ресурсов)

		ния – за счет предупреждения рисков ситуаций неплатежеспособности организаций	ции внутренних резервов – за счет перекрестного финансирования убыточных подразделений организаций	
II. Организация многоуровневой системы мониторинга выполнения инвестиционных стратегий в других регионах	Метод моделирования бюджетных доходов в соответствии с рыночной конъюнктурой и финансовым состоянием налогоплательщиков	1. Стимулирование позитивных факторов инвестирования – за счет развития инфраструктуры инвестиционного рынка; 2. Предупреждение негативных факторов инвестирования – за счет повышения деловой активности организаций	1) Проблема отсутствия инвестирования основного капитала – за счет отраслевого развития экономики региона;	Дополняет полноценный процесс реализации метода
			2) Проблема отсутствия резервов для покрытия расходов – за счет перераспределения бюджетных средств в пользу высокоэффективных предприятий;	
			3) Проблема отсутствия средств для решения местных вопросов – за счет диверсификации производства	
III. Создание благоприятных условий для удовлетворенности налоговыми ставками	Метод контроля за своевременностью поступления средств в бюджет	1. Стимулирование позитивных факторов инвестирования – за счет повышения качества уровня эффективности труда на предприятиях; 2. Предупреждение негативных факторов инвестирования – за счет предупреждения дополнительных расходов на переплату отдельным категориям работников	1) Проблема наращивания долговых обязательств – за счет сокращения доли государственных внешних заимствований в структуре накопленного долга;	Позволяет улучшить процесс использования метода (при повышении эффективности финансовой деятельности налогоплательщиков)
			2) Проблема уклонения от уплаты налогов – за счет использования организациями механизма краткосрочного финансирования	

Структурно-процессуальная модель учета корректировок наиболее эффективных методов управления доходами консолидированных бюджетов исследуемых регионов, построенная путем объединения условий воздействия на факторы инвестирования, представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структурно-процессуальная модель учета корректировок наиболее эффективных методов управления доходами консолидированных бюджетов Владимирской и Ивановской областей

Практическая значимость структурно-процессуальной модели состоит в целесообразности ее применения при намечившемся на ближайшие годы формировании региональными правительствами системы стимулов наращивания доходной базы консолидированных бюджетов. Сформулированные рекомендации учитывают условия воздействия на факторы инвестирования и позволяют усовершенствовать финансово-экономические инструменты регулирования доходного потенциала. Наиболее эффективные методы управления доходами консолидированных бюджетов с учетом внесенных корректировок смогут соответствовать тенденциям, происходящим в бюджетных процессах регионов, и с максимальной точностью обеспечивать регулирование показателей, нормативов и стандартов доходных поступлений.

Направлением дальнейших исследований должна стать разработка путей укрепления доходного потенциала региональной экономики Российской Федерации в целом. Выявленные условия воздействия на факторы инвестирования могут быть созданы для консолидированных бюджетов других ре-

гионов с возможным изменением характера влияния, зависящего от применяемых региональными правительствами методов.

Библиографический список

1. Аландаров Р. А. Резервы роста доходной базы бюджетов бюджетной системы Российской Федерации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 43 (229). С. 27–39.
2. Алиев Б. Х., Алиев М. Б., Сулейманов М. М. Приоритетные направления развития налогового потенциала территорий в условиях циклического развития экономики // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 12 (195). С. 2–7.
3. Валентей С. Д., Лыкова Л. Н., Слепов В. А., Чалова А. Ю. Анализ концепции бюджетной консолидации проекта федерального бюджета 2017–2019 гг. // Федерализм. 2016. № 4 (84). С. 7–30.
4. Грицюк Т. В. Проблемы укрепления доходной базы территориальных бюджетов // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2003. № 7 (79). С. 33–46.
5. Домбровский Е. А. Факторы роста доходов региональных бюджетов // Научная дискуссия: вопросы экономики и управления : материалы III Междунар. заочной науч.-практ. конф., 9 июля 2012 г. Ч. II. М. : Международный центр науки и образования, 2012. С. 99–108.
6. Дробышевская Л. Н., Ермакова Ю. С. Система формирования доходов региональных бюджетов и пути ее дальнейшего совершенствования // Современная научная мысль. 2015. № 1. С. 95–105.
7. Новоселова И. А. Оценка финансового состояния регионов // Современная экономика: проблемы, тенденции, перспективы. 2009. № 2. С. 26–36.
8. Общественная палата Владимирской области : официальный сайт. URL: <http://www.palatavo.ru/> (дата обращения: 11.10.2019).
9. Общественная палата Ивановской области : официальный сайт. URL: <http://www.opiv.ru/> (дата обращения: 11.10.2019).
10. Единый портал бюджетной системы Российской Федерации. Электронный бюджет : официальный сайт. URL: <http://budget.gov.ru/> (дата обращения: 11.10.2019).

ББК 65.43

Н. В. Фомина

АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ РЕСУРСОВ ТУРИЗМА МУНИЦИПАЛЬНЫХ РАЙОНОВ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящей статье проведен анализ структурных составляющих развития туризма в муниципальных районах Владимирской области. Сделан вывод о достаточном туристическом потенциале районов, но наличие сдерживающих факторов не позволяет туристической сфере развиваться в полном объеме.

Ключевые слова: муниципальный район, туризм, экономическое развитие, регион.

This article analyzes the structural components of tourism development in the municipal areas of the Vladimir region. The conclusion is made about the sufficient tourism potential of the regions, but the presence of constraints does not allow the tourism sector to develop in full.

Key words: municipal region, tourism, economic development, region.

В России развитие туризма происходит неравномерно, наиболее популярными для посещения в 2018 году стали такие регионы и города России как Москва, Краснодарский край, Московская область, Санкт-Петербург, Республика Крым, Владимирская область, Приморский край, Ленинградская область, Ярославская область и Республика Татарстан [8]. При этом среди россиян 37 % выбирают отдых за границей и 63 % склоняются к отдыху в пределах России [1, с. 141].

Туризм является экономическим явлением, которое многие исследователи называют агрегированным межотраслевым комплексом, то есть речь идет о межотраслевых отношениях туризма и других отраслей [4, с. 5]. Развитие туризма имеет мультипликативный эффект и предполагает развитие таких сфер бизнеса, как услуги коллективных средств размещения, транспорта, связи, питания и торговли, производства сувениров и продукции народно-художественных промыслов, сельского хозяйства, строительства и других отраслей. ... Развитие туризма имеет большое значение как для общества и государства в целом, так и для региона и муниципальных образований, в частности [3, с. 43].

Внутренний туризм способствует развитию социально-экономической инфраструктуры регионов и индустрии гостеприимства, освоению и эксплуатации национальных туристских ресурсов, которые, в свою очередь обеспечивают имидж России на международном туристском рынке. Формирование attractive турпродукта в регионах способствует привлечению иностранных туристов, образованию новых рабочих мест и повышению занятости населения [5, с. 200].

Разработкой программ и мероприятий по привлечению туристов занимаются и государственные, и региональные, и муниципальные власти и органы управления, и Вузы, и специалисты различных областей, и общественные организации и ассоциации, и предприниматели, и местные жители [7, с. 11].

Владимирская область является важной для России туристской территорией, обладающей значительными рекреационными ресурсами и большим

© Фомина Н. В., 2019

потенциалом для дальнейшего развития туризма. Регион входит в маршрут «Золотое кольцо России» [2, с. 13]. Доля туризма в ВРП с учетом мультипликативного эффекта 7% [12]. Во Владимирской области располагается 16 муниципальных районов, а именно Александровский, Вязниковский, Гороховецкий, Гусь-Хрустальный, Камешковский, Киржачский, Ковровский, Кольчугинский, Меленковский, Муромский, Петушинский, Селивановский, Собинский, Судогодский, Суздальский, Юрьев-Польский.

Александровский район имеет для развития туризма экономические и структурные составляющие. На территории района расположено огромное количество памятников истории и культуры, объекты экологического туризма, действует муниципальная программа развития туризма. Вязниковский район имеет хорошую перспективу развития туризма, т. к. обладает соответствующим потенциалом: природной средой, пригодной для оздоровления людей и экскурсионными объектами, представляющими интерес для познания края, памятниками гражданской и культовой архитектуры XVII–XIX веков, имеется рекреационная зона для отдыха и туризма, функционирует МАУ «Центр развития туризма Вязниковского района».

Гороховецкий район – уникальный уголок региона с богатым историко-культурным наследием, благоприятной экологической средой, имеющий все условия для создания высокоразвитой инфраструктуры туризма и отдыха. Гусь-Хрустальный район – родина стекольной промышленности. В настоящее время здесь создаётся музейный комплекс «Маршрутами Солженицына». Город Гусь-Хрустальный является организующим центром Владимирской Мещёры – особого природно-культурного территориального комплекса, расположенного на юго-западе Владимирской области.

Камешковский район формирует новые турмаршруты, имеет необходимые ресурсы для развития и реализации туристического потенциала. Киржачский район – одним из перспективных секторов экономики района, оказывающим значительное влияние на развитие смежных отраслей, является туризм. Реализуется муниципальная программа развития туризма.

Кольчугинский район – это новые традиции, а именно ярмарка купца Кольчугина, презентация предприятий, промышленной продукции и изделий мастеров декоративно-прикладного промысла. Есть потенциал производства сувенирной продукции (платков, шарфов, палантинов из натуральных тканей с ручной росписью; художественное литье из цветного металла; «Тумановская роспись»; производство подстаканников, а также производство фирменной посуды и изделий из серебра). Есть потенциал для развития туризма: промышленного, торгового, событийного, культурного, спортивного.

Меленковский район имеет значительный потенциал для развития туризма. Причем речь идет не только о красоте природы и факторах развития экологического, детского и культурно-познавательного туризма, но и об уникальных возможностях для развития событийного туризма. На территории района сохранились памятники природы, объекты культурного наследия регионального значения. Муромский район – это экологически чистый район русской провинции с богатым историко-культурным наследием, привлекательный для проживания и отдыха. На территории района находятся уникальные по своей красоте природные ландшафты, на базе которых возможно создание турмаршрутов, баз отдыха. Высокий потенциал туристско-рекреационной сферы: историко-архитектурные ансамбли, памятники, особо

охраняемые природные территории, живописный ландшафт, водные ресурсы (реки, озера, пруды).

Туризм для Петушинского района является перспективным направлением, которому в настоящее время уделяется недостаточно внимания. Селивановский район обладает потенциалом для развития различных видов туризма, отсутствует программа развития туризма на долгосрочную перспективу. Особое развитие в Собинском районе получили исторические, этнографические, литературные, музыкальные, природные, православные маршруты, а также театрализованные кукольные экскурсии.

Судогодский район – это обширная территория промышленной, сельскохозяйственной и туристическо-культурной направленности, серьезная инвестиционная многоотраслевая площадка, территория малого бизнеса, территория провинциального уклада, быта и девственной природы, востребованной современной туристической индустрией. Судогодский район – зона рекреации и активно – познавательного туризма.

Суздальский район обладает высоким потенциалом для развития туристско-рекреационной сферы: историко-архитектурные ансамбли, памятники и т. д. Наблюдается высокая доходность работающих предприятий на базе растущего потока туристов, посещающих район. Существует успешная практика привлечения инвестиций в сферу туризма и рекреации. Есть перспективные объекты турпоказа, а также природно-рекреационные ресурсы. Юрьев-Польский район – природные ресурсы и памятники составляют потенциал развития туризма.

Муниципальные районы региона сильно дифференцированы по уровню развития туризма, наиболее привлекательными для туристов являются Суздальский, Александровский, Юрьев-Польский районы, обладающие наибольшим количеством объектов культурного наследия (табл. 1).

Таблица 1

**Количество объектов культурного наследия
в муниципальных районах Владимирской области [9]**

№	Муниципальный район	Количество объектов	№	Муниципальный район	Количество объектов
1.	Александровский	62	9.	Меленковский	11
2.	Вязниковский	37	10.	Муромский	15
3.	Гороховецкий	15	11.	Петушинский	30
4.	Гусь-Хрустальный	27	12.	Селивановский	14
5.	Камешковский	44	13.	Собинский	37
6.	Киржачский	24	14.	Судогодский	25
7.	Ковровский	11	15.	Суздальский	93
8.	Кольчугинский	38	16.	Юрьев-Польский	45

Во всех районах Владимирской области развивается культурно-познавательный туризм. Суздаль и Гороховец имеют статус исторических поселений и входят во Всемирный список объектов особой туристской привлекательности, что способствует дополнительному привлечению туристов [11].

Перспективными видами туризма в муниципальных районах Владимирской области являются познавательный (все районы региона), экологический (Александровский, Вязниковский, Гороховецкий, Меленковский, Муромский, Собинский, Суздальский, Юрьев-Польский), событийный (Вязниковский, Камешковский, Кольчугинский, Суздальский), сельский

(Киржачский, Ковровский, Муромский, Судогодский), промышленный (Гусь-Хрустальный, Кольчугинский), этнографический и паломнический (Собинский) и др. Лидерами по развитию экологического и сельского туризма являются Суздальский, Юрьев-Польский и Петушинский районы (табл. 2).

Таблица 2

Количество объектов экологического и сельского туризма в муниципальных районах региона¹

№	Муниципальный район	Количество объектов	№	Муниципальный район	Количество объектов
1.	Александровский	4	9.	Меленковский	3
2.	Вязниковский	5	10.	Муромский	1
3.	Гороховецкий	1	11.	Петушинский	8
4.	Гусь-Хрустальный	2	12.	Селивановский	2
5.	Камешковский	1	13.	Собинский	1
6.	Киржачский	5	14.	Судогодский	2
7.	Ковровский	7	15.	Суздальский	8
8.	Кольчугинский	3	16.	Юрьев-Польский	8

Туристско-информационные центры располагаются в таких городах как Владимир, Александров, Суздаль, Вязники, Гороховец, Муром. В ряде районов региона реализуются муниципальные программы развития туризма (табл. 3).

Таблица 3

Муниципальные программы развития туризма во Владимирской области

№	Район	Наименование программы
1.	Александровский	Развитие туристического потенциала Александровского района Владимирской области на 2017–2019 гг.
2.	Вязниковский	Развитие туризма в Вязниковском районе на 2017–2019 гг.
3.	Гороховецкий	Развитие культуры и туризма в Гороховецком районе
4.	Камешковский	Развитие культуры и туризма Камешковского района на 2018–2020 гг.
5.	Киржачский	Развитие культуры и туризма на 2014–2020 гг.
6.	Ковровский	Развитие культуры и туризма Ковровского района на 2017–2019 гг.
7.	Судогодский	Развитие культуры и туризма Судогодского района на 2014–2020 гг.
8.	Суздальский	Развитие туризма в городе Суздале на 2018–2020 гг.
9.	Юрьев-Польский	Развитие культуры и туризма муниципального образования Юрьев-Польский район на 2014–2020 гг.

Практически у каждого района региона есть свой туристический бренд, например, Александровский курник, Киржач туристический, Кольчугинский мельхиор и Кольчугинский батик, Ковровская глиняная игрушка, Суздальское ополье и Суздальский огурец, Муромский калач, Юрьев-Польская тоболка, Гороховецкая плотницкая игрушка и многие другие.

Муниципальные районы предлагают туристам разнообразные сувениры, в том числе изделия народных художественных промыслов – Мстерская лаковая миниатюра, Мстерская иконопись, Мстерская вышивка, Мстерская ювелирная продукция, Покровский пряник, лоскутное шитье, Гусевской хрусталь, Микляихское литье, лозоплетение, Суздальская керамика и др.

¹ Составлено автором по материалам [10].

Лидерами по количеству музеев, музеев-заповедников и выставочных залов являются такие районы как Александровский, Кольчугинский, Ковровский (табл. 4).

Таблица 4

**Количество музеев, музеев-заповедников и выставочных залов
в муниципальных районах региона²**

№	Муниципальный район	Количество объектов	№	Муниципальный район	Количество объектов
1.	Александровский	7	9.	Меленковский	0
2.	Вязниковский	4	10.	Муромский	2
3.	Гороховецкий	3	11.	Петушинский	5
4.	Гусь-Хрустальный	3	12.	Селивановский	1
5.	Камешковский	2	13.	Собинский	1
6.	Киржачский	3	14.	Судогодский	3
7.	Ковровский	5	15.	Суздальский	5
8.	Кольчугинский	7	16.	Юрьев-Польский	2

Наибольшее количество спортивных сооружений и объектов располагается в Ковровском, Вязниковском, Суздальском районах Владимирской области (табл. 5).

Таблица 5

**Количество спортивных сооружений, в т. ч. горнолыжных объектов
в муниципальных районах региона**

№	Муниципальный район	Количество объектов	№	Муниципальный район	Количество объектов
1.	Александровский	0	9.	Меленковский	0
2.	Вязниковский	7	10.	Муромский	3
3.	Гороховецкий	1	11.	Петушинский	2
4.	Гусь-Хрустальный	2	12.	Селивановский	1
5.	Камешковский	0	13.	Собинский	0
6.	Киржачский	0	14.	Судогодский	0
7.	Ковровский	9	15.	Суздальский	6
8.	Кольчугинский	1	16.	Юрьев-Польский	1

Объекты развлечения представлены во многих районах региона, максимальное количество располагается в Петушинском районе (табл. 6).

Таблица 6

**Количество объектов развлечения
в муниципальных районах Владимирской области**

№	Муниципальный район	Количество объектов	№	Муниципальный район	Количество объектов
1	Александровский	5	9	Меленковский	3
2	Вязниковский	2	10	Муромский	0
3	Гороховецкий	0	11	Петушинский	6
4	Гусь-Хрустальный	1	12	Селивановский	0
5	Камешковский	1	13	Собинский	0
6	Киржачский	0	14	Судогодский	3
7	Ковровский	1	15	Суздальский	2
8	Кольчугинский	1	16	Юрьев-Польский	1

² Составлено автором по материалам [12].

Развитие туризма в муниципальных районах зависит от уровня развития индустрии гостеприимства, а именно от количества средств размещения и качества предоставляемых услуг. По мнению туристов, инфраструктурная составляющая занимает второе место по значимости при выборе тура и места для посещения [6, с. 91]. Количественный состав объектов размещения в муниципальных районах Владимирской области представлен в табл. 7.

Таблица 7

**Количество объектов размещения
в муниципальных районах Владимирской области**

№	Муниципальный район	Количество объектов (количество номеров/мест)	№	Муниципальный район	Количество объектов (количество номеров/мест)
1.	Александровский	8 (277/708)	9.	Меленковский	2 (17/37)
2.	Вязниковский	8 (121/262)	10.	Муромский	20 (254/870)
3.	Гороховецкий	10 (115/263)	11.	Петушинский	15 (505/1109)
4.	Гусь-Хрустальный	5 (165/326)	12.	Селивановский	3 (26/105)
5.	Камешковский	2 (202/580)	13.	Собинский	11 (363/1040)
6.	Киржачский	8 (109/227)	14.	Судогодский	4 (94/212)
7.	Ковровский	9 (301/667)	15.	Суздальский	13 (131/286)
8.	Кольчугинский	5 (51/134)	16.	Юрьев-Польский	6 (56/121)

Наибольшее развитие индустрия гостеприимства получила в таких районах как Петушинский, Собинский, Александровский районы. Сфера общественного питания и транспорта во Владимирской области развита хорошо, предприятия питания и транспорта есть во всех районах региона. Таким образом, в ряде районов Владимирской области имеются все структурные составляющие для развития туризма – Вязниковский, Ковровский, Суздальский, Юрьев-Польский районы (табл. 8).

Таблица 8

**Итоговая оценка структурных составляющих развития туризма
в муниципальных районах региона**

№	Муниципальный район	Объекты культурного наследия	Объекты экологического и сельского туризма	Муниципальная программа развития туризма	Музеи, музей-заповедники и выставочные залы	Спортивные сооружения и объекты	Объекты развлечения	Объекты размещения
1.	Александровский	+	+	+	+		+	+
2.	Вязниковский	+	+	+	+	+	+	+
3.	Гороховецкий	+	+	+	+	+		+
4.	Гусь-Хрустальный	+	+		+	+	+	+
5.	Камешковский	+	+	+	+		+	+
6.	Киржачский	+	+	+	+			+
7.	Ковровский	+	+	+	+	+	+	+
8.	Кольчугинский	+	+			+	+	+

9.	Меленковский	+	+		+		+	+
10.	Муромский	+	+		+	+		+
11.	Петушинский	+	+		+	+	+	+
12.	Селивановский	+	+		+	+	+	+
13.	Собинский	+	+		+	+		+
14.	Судогодский	+	+	+	+			+
15.	Суздальский	+	+	+	+	+	+	+
16.	Юрьев-Польский	+	+	+	+	+	+	+

Факторами, сдерживающими развитие туризма и рекреации в районах Владимирской области, являются:

- недостаточно развита инфраструктура развлечений, которая должна сопутствовать турпродукту, чтобы удержать туристов на несколько дней;
- слабый поток инвестиций в туристскую сферу, особенно ресурсов малого и среднего бизнеса;
- дисбаланс в распределении турпотока между городами «Малого Золотого кольца»;
- отсутствие комплексной системы информационно-рекламных ресурсов для информирования потенциальных потребителей о турпродукте, условиях и возможностях;
- не реализован потенциал развития лечебно-оздоровительного, спортивного и делового туризма;
- значительный моральный и физический износ существующей материальной базы.

Важнейшей задачей органов местного самоуправления является создание условий для совершенствования туристской инфраструктуры и эффективного многопланового развития туристического потенциала районов на основе:

- выстраивания системы взаимодействия с бизнесом на основе совместного использования объектов турпоказа;
- развития туристической инфраструктуры;
- лоббирования и сопровождения перспективных туристических проектов;
- сохранения культурного и исторического наследия районов;
- повышения качества и доступности услуг в сфере туризма, увеличение их объема через дальнейшее комплексное развитие и продвижение турпродукта;
- развития информационных технологий в сфере туризма;
- увеличения информационного потока об услугах потенциальным туристам, создание дополнительных мотиваций для целевого посещения районов туристами;
- вовлечения малого и среднего предпринимательства в развитие туркомплекса (в т. ч. развитие ремесел и народных художественных промыслов);
- организации тематических и событийных фестивалей и мероприятий, костюмированных ярмарок;
- развития сегмента экологического, аграрного, спортивного и делового туризма.

Библиографический список

1. *Вострова А. П., Киреева М. М.* Маркетинговое исследование потребительских предпочтений в сфере туризма // Современное состояние и тенденции инновационного и социокультурного развития экономики региона : сборник. Иваново : Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Ивановский филиал, НИИ «Новая экономика и бизнес». 2018. С. 141.
2. *Кабанова Е. Е., Ветрова Е. А.* Оценка туристических возможностей Владимирской области // Социально-экономические явления и процессы. 2017. Т. 12, № 4. С. 13.
3. *Кабанова Е. Е., Егоршев И. А.* Роль местного самоуправления в развитии туризма в Кольчугинском районе Владимирской области // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 2 (15). С. 43.
4. *Киреева М. М., Вострова А. П.* Туризм: теоретические основы и управление процессами : учеб. пособие. Иваново : АО «Информатика», 2018. 278 с.
5. *Луховская О. К., Вострова А. П., Киреева М. М.* Перспективы развития внутреннего туризма в России: анализ, ключевые факторы, стратегические решения // Финансовая экономика. 2019. № 2. С. 200.
6. *Луховская О. К., Киреева М. М., Фомина Н. В.* Стратегический анализ в гостиничном сервисе: маркетингово-экономический подход к оценке деловых ситуаций : практикум. Иваново : ООО «Научная мысль», 2013. 104 с.
7. *Kireeva M. M., Smirnova A. N.* Priority directions of tourism development in the region (on the example of the Ivanovo region) // News of Science and Education. 2018. Т. 4, № 1. С. 011.
8. Лучшие Туристические Города и Регионы России в 2018 году. URL: <http://turstat.com/toptravelrussiaregion2018/>
9. Официальный сайт ГБУК ВО «Государственный центр по сохранению, использованию и реставрации объектов культуры и культурного наследия»/ URL: <http://goscenter.ru/index.php/kulturnoe-nasledie/5-spisok-ob-ektov-kulturnogo-naslediya/>
10. Реестр экологического и сельского туризма/ URL: <http://vladimirtravel.ru/reestry/>.
11. Ростуризм. URL: <https://www.russiatourism.ru/regions/?fedokr=&freg=194>.
12. Унифицированный туристский паспорт Владимирской области. URL: <https://kt.avо.ru/documents/33341/1112216/Тур+паспорт+2017+%281+%29.pdf/09b212b5-d2d8-2f9a-1d8a-98c76c1c6e2f>.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

УДК 336.6
ББК 65.053

Н. В. Балабанова

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

В статье рассмотрены вопросы, касающиеся финансовой устойчивости как научно-практической проблемы функционирования предприятия в условиях рыночной экономики. Отмечены подходы различных экономистов к понятию финансовой устойчивости. Дана авторская трактовка финансовой устойчивости предприятия.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансовая независимость, платежеспособность, финансовое состояние.

The article deals with issues related to financial stability as a scientific and practical problem of functioning of the enterprise in conditions of the market economy. The approaches of various economists to the concept of financial sustainability are noted. Dana author's interpretation of financial stability of the enterprise.

Key words: financial stability, financial independence, solvency, financial condition.

Правильное понимание сущности финансовой деятельности невозможно без определения ее принадлежности к базисным или надстроечным отношениям. Среди ученых-экономистов долго не было единого мнения по данному вопросу. Одни считали, что финансовая деятельность – это прерогатива государства, и она относится к надстройке. Это мнение имело место в условиях административно-командной системы, когда государство в полном объеме распоряжалось финансовыми ресурсами на всех уровнях, и никто не отвечал за последствия. Другие, понимая, что финансовая деятельность, обслуживая производственный процесс, является элементом расширенного воспроизводства, относили финансовую деятельность к экономическому базису. В настоящее время за финансовой деятельностью закрепилось прочное понятие, относящее ее к элементу базиса. Такая позиция наиболее оправдана, поскольку финансовая деятельность основана на экономических отношениях и представляют отношения по поводу использования финансовых ресурсов. Финансовая деятельность основана на базисе, вытекает из базиса и направлена на его сохранение. Вместе с тем имеется определенная связь, диалектическая взаимообусловленность государства как надстройки и финансовой деятельности, выражающей базисные отношения. Э. А. Вознесенский вполне правомерно пишет по этому поводу: «Производственные отношения, образуя экономический базис общества, существуют объективно, но отнюдь не независимо от надстройки общества. Она организует новые экономические отношения по поводу образования этих источников в виде различных налогов,

© Балабанова Н. В., 2019

2019. Вып. 3 (41) •

других государственных доходов и от структуры этих отношений зависит судьба предприятий, их финансовая состоятельность» [5].

С. М. Бухонова и другие определяют финансовую устойчивость как «...способность предприятия сохранять нормальное финансовое состояние при неблагоприятных воздействиях факторов внутренней и внешней среды за счет оптимальной структуры капитала и активов, оптимального соотношения между активами и источниками их формирования, эффективного использования всех видов ресурсов и рациональной реинвестиционной политики. Финансовая устойчивость обеспечивает способность предприятия наращивать капитал и развиваться на расширенной основе, определяет его кредитоспособность, конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность» [3].

В зарубежной экономической литературе оценка финансовой устойчивости предприятия определяется его финансовой независимостью. Она связана с общей финансовой структурой предприятия, степенью его зависимости от кредиторов и инвесторов. Финансовая устойчивость в долгосрочном плане, следовательно, характеризуется соотношением собственных и заемных средств.

В мировой учетно-аналитической практике для оценки финансовой устойчивости применяются различные системы показателей. Так, например, Р. Н. Холт предлагает следующую систему показателей финансовой устойчивости [7]:

- удельный вес заемных средств в активах;
- удельный вес акционерного капитала в активах;
- финансовая структура капитала компании;
- доля долгосрочной задолженности в капитале;
- удельный вес заемных средств в капитале.

Существует и ряд других показателей финансовой устойчивости, аналогичных этим.

Таким образом, исходя из анализа показателей финансовой устойчивости, предлагаемых зарубежными исследователями, можно сделать вывод, что финансовая устойчивость предприятия рассматривается ими в первую очередь как его финансовая независимость и связана с соотношением собственных и заемных средств. На наш взгляд, данная точка зрения носит односторонний характер, так как она не учитывает финансовое положение предприятия и его перспективы развития. Современная практика российских предприятий показывает, что, даже не имея заемных средств в структуре активов, т. е. обладая вполне приемлемыми значениями показателей финансовой устойчивости, можно находиться в тяжелом финансовом положении.

Однако, по нашему мнению, для реальной характеристики воспроизводственного процесса, а значит и понятия финансовой устойчивости, всех вышеперечисленных показателей недостаточно. Одно из направлений решения данной проблемы – использование показателей денежного потока. С точки зрения Е. В. Быковой, финансовую устойчивость можно охарактеризовать как «отражение стабильного превышения доходов над расходами предприятия, обеспечивающего свободный оборот его денежных потоков. Это такое состояние формирования и использования финансовых ресурсов экономического субъекта, которое обеспечивает его развитие на основе увеличения прибыли и стоимости капитала при сохранении соответствующего уровня платежеспособности и кредитоспособности» [4].

Поскольку показатели денежных потоков наиболее реально характеризуют финансовую устойчивость, очень важно выбрать основные направления использования информации о денежных потоках. Они выглядят следующим образом [4]:

- оценка способности предприятия выполнять все свои обязательства по расчетам с кредиторами, выплате дивидендов и т. п. по мере наступления сроков погашения;
- определение потребности в дополнительном привлечении денежных средств со стороны;
- определение величины капиталовложений в основные средства и прочие внеоборотные активы;
- расчет размеров финансирования, необходимый для увеличения инвестиций в долгосрочные активы и ряд других направлений.

Исследуются поступления (приток), расходы или платежи (отток); определяется чистый денежный поток (разница между притоком и оттоком); рассматривается структура денежного потока по трем основным сферам (основной, инвестиционной и финансовой) и, наконец, – наличие денежных средств на расчетном счете предприятия.

Под термином «финансовая устойчивость» также понимают такое состояние финансовых ресурсов, которое обеспечивает развитие предприятия за счет собственного капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого (в указанном автором смысле) уровня финансового риска [1].

Мы разделяем мнение о том, что «показатели финансовой устойчивости характеризует степень риска, связанного со способом формирования структуры собственных и заемных средств, которые используются предприятием для финансирования активов. Они дают возможность измерить степень устойчивости предприятия в финансовом отношении, его возможности продолжать бесперебойно работать» [1].

Но необходимо отметить, что развитие финансово-экономического анализа в классическом русле, без критической оценки понятийного аппарата, системы финансово-экономических показателей и методов анализа финансового состояния и финансовой устойчивости, привело к смешению понятий, некоторому изменению их исходного смысла. Даже если сами понятия определены достаточно четко, в предлагаемых подходах и методиках оценки часто оценивается один аспект деятельности, а по результатам оценки делаются выводы, зачастую не имеющие к нему непосредственного отношения. Например, это имеет место при оценке платежеспособности и финансовой устойчивости. Известно, что платежеспособность – это способность предприятия своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства. При этом платежеспособность оценивается через так называемые показатели ликвидности баланса (покрытие текущих обязательств). Некоторые авторы (И. А. Бланк, Л. В. Донцова) называют их напрямую коэффициентами платежеспособности, тем самым, отождествляя ликвидность и платежеспособность. Не отрицая взаимосвязь ликвидности и платежеспособности, следует отметить, что по содержанию это неэквивалентные понятия. Аналогичное положение сложилось и с оценкой финансовой устойчивости. Выше мы привели разные определения данного понятия, но вопрос не в преимуществах или недостатках тех или иных дефиниций, тем более, что большинство авторов определяют финансовую устойчивость как стабильность деятельности в

долгосрочной перспективе. Речь идет о том, каким образом предлагается оценивать устойчивость. В настоящее время это делается на основе показателей финансовой независимости и обеспеченности низколиквидных активов источниками формирования. Хотя эти показатели косвенно и свидетельствуют об устойчивости, но в данном случае оценивается не устойчивость, а текущая финансовая обеспеченность. Ведь даже если предприятие на 100 % финансируется за счет заемных источников, то это еще не говорит о финансовой неустойчивости. Это свидетельствует лишь о риске снижения этой устойчивости в случае существенного ухудшения рыночной конъюнктуры.

По нашему мнению, в первую очередь необходимо разобраться с базовыми понятиями: финансовое состояние и финансовая устойчивость.

Некоторые авторы считают устойчивость характеристикой состояния, поэтому при анализе финансового состояния оценивают и финансовую устойчивость. Другие считают более обобщающей характеристикой именно финансовую устойчивость предприятия, а финансовое состояние лишь составляющей, проявлением устойчивости. Имеющееся здесь противоречие создает предпосылки, которые могут повлечь за собой неверную интерпретацию результатов анализа и в конечном итоге привести к ошибкам при принятии управленческих решений. Однако данное противоречие связано только с недостаточно четким определением и разграничением понятий. Если уточнить и конкретизировать эти понятия, то противоречие снимается, так как в приведенных трактовках говорится о взаимосвязи между понятиями в разных аспектах.

Всякое «состояние», как это следует из семантики самого слова, это характеристика системы на какой-то момент времени, то есть статическая характеристика. В частности финансовое состояние – это финансовая характеристика предприятия на определенный момент. Под моментом понимается некий период, продолжительность которого незначительна для существенных изменений этого состояния. Несколько огрубляя суть дела, можно сказать, что финансовое состояние – это текущая, краткосрочная характеристика предприятия. Понятие «устойчивость», в отличие от «состояния», есть динамическая характеристика объекта. Устойчивость – это стабильность состояния в долгосрочной перспективе. Под долгосрочным понимается период, продолжительность которого достаточна для существенных изменений состояния. Здесь важно понимание долгосрочности как гарантии постоянства хорошего состояния. Постоянство или долгосрочность зависит больше от других факторов. Тем не менее, текущее финансовое состояние может быть косвенным индикатором финансовой устойчивости предприятия. И одновременно устойчивость на некий среднесрочный период зависит от текущего финансового состояния. Но данная взаимозависимость не противоречит необходимости четкого разграничения понятий. Чтобы более четко разграничить понятия «финансовое состояние» и «финансовая устойчивость», мы будем использовать общесистемный подход. Предприятие можно рассматривать как некую систему, имеющую входы и выходы. Характеристики этих входов и выходов определяют устойчивость состояния системы. Состояние системы в определенный момент зависит от состояния в прошлый момент и от устойчивости этого состояния, то есть характеристик входящих и исходящих потоков. Именно в рамках этой взаимосвязи состояния и устойчивости говорилось о статической и динамической характеристике предприятия. Что касается интерпретаций финансового состояния и финансовой ус-

тойчивости как соответственно текущей (краткосрочной) и перспективной (долгосрочной) характеристик, то на самом деле необходимо очень осторожно их применять. Да, очевидно, есть разница между текущей характеристикой (или на короткий период) и будущей характеристикой (на долгосрочный период) системы (предприятия). Эту разницу обычно и отмечают многие авторы, когда определяют финансовое состояние и финансовую устойчивость. Однако эта разница указывает лишь на наличие факторов, которые проявляются в изменениях состояния системы за более длительные периоды. Это вопрос прогнозирования или оценки характеристик системы соответственно на перспективу и на текущий момент. Мы же подчеркиваем, что и устойчивость и состояние могут быть характеристиками на данный момент, просто это принципиально разные характеристики системы. Финансовое состояние характеризуется показателями на момент времени (показатели запаса), а финансовая устойчивость – в единицу времени (показатели потока, интенсивности). Именно это разграничение и является основным. А интерпретация финансового состояния и финансовой устойчивости как текущей и долгосрочной характеристик предприятия является лишь их внешним проявлением.

Можно выделить две взаимосвязанные обобщающие финансовые характеристики предприятия – это платежеспособность, то есть способность к выполнению финансовых обязательств, и финансовая независимость, то есть способность к финансированию активов. На самом деле, это две качественные стороны одной и той же характеристики. Соответственно, когда речь идет о финансовом состоянии, то необходимо говорить о текущей (статической потенциальной) платежеспособности и текущей (статической) финансовой независимости (обеспеченности), а когда речь идет о финансовой устойчивости, то необходимо говорить об операционной (динамической, постоянной) платежеспособности и перспективной (динамической потенциальной) финансовой независимости.

Ограниченной является и трактовка финансовой устойчивости, как «стабильного процесса финансовой деятельности». Финансовая устойчивость, с одной стороны, должна обеспечивать стабильность как финансовой, так и хозяйственной деятельности. С другой стороны, обеспечение финансовой устойчивости прямо связано с параметрами производственного процесса.

Таким образом, базовые понятия: «финансовое состояние» и «финансовая устойчивость» в научной литературе не всегда точно разграничены, что затрудняет интерпретацию значений показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия и оценку воздействия на эту деятельность факторов внешней и внутренней среды. Представляется целесообразным, в соответствии со сложившейся в естественнонаучных исследованиях практикой употребления термина «устойчивость», подчеркнуть статус «финансовой устойчивости» как *одной из* характеристик «финансового состояния», а именно, характеристики, отражающей потенциальную способность предприятия сохранить или улучшить свое финансовое состояние. Разделяя эту точку зрения, полагаем целесообразным считать заранее заданной систему таких показателей и понимать под финансовым состоянием в узком смысле набор значений некоторой совокупности таких показателей в данный момент времени. Следовательно, эти показатели не могут *непосредственно* характеризовать устойчивость; данное важное обстоятельство, к сожалению, недостаточно полно отражено в теории вопроса. Особо следует подчеркнуть, что на настоящий момент нет сколько-нибудь устоявшейся методики количествен-

ного оценивания финансовой устойчивости, понимаемой в указанном выше смысле.

Следует признать правомерность включения в понятие финансовой устойчивости наличия стабильности в развитии финансового состояния предприятия, то есть его постоянство или прогресс в течение сколько-нибудь длительного периода времени. Условие стабильности должно быть учтено в конкретной методике оценки и обеспечения финансовой устойчивости.

С другой стороны, само по себе рассмотрение проблемы устойчивости очевидным образом предполагает наличие потенциальных угроз существующему состоянию. Устойчивость неразрывно связана с такими угрозами, по существу определена ими или, точнее, по отношению к ним; устойчивость и причины ее возможного нарушения должны рассматриваться совместно. В качестве возмущающих воздействий будем рассматривать финансовые риски. Поэтому под финансовой устойчивостью (по отношению к финансовым рискам) предлагается понимать способность предприятия сохранять в заданных пределах финансовое состояние или в приемлемые сроки восстанавливать его при воздействии финансовых рисков. Здесь «заданные пределы» и «приемлемые сроки» понимаются в общем случае как задаваемые извне параметры, соответствующие, с одной стороны, нормам хозяйственного права, с другой – отвечающие текущим потребностям конкретного предприятия. Тем самым качественно способ описания финансовой устойчивости полностью определен системой представлений о природе финансовых рисков и характере их проявления, а также способом идентификации финансового состояния. Следует особо подчеркнуть, что – в той мере, в какой допустимо приведенное выше определение финансового состояния в узком смысле – устойчивость связана с некоторой мерой отклонения (текущих значений показателей от их желательных значений). Поэтому содержательный анализ воздействия рисков предполагает наличие и какой-либо оценки уровня этого воздействия.

Библиографический список

1. Балабанов И. Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? М. : Финансы и статистика, 1997. 384 с.
2. Бланк И. А. Управление финансовой стабильностью предприятия. Киев : Эльга : Ника-центр, 2003. 484 с.
3. Бухонова С. М., Дорошенка Ю. А., Бендерская О. Б. Комплексная методика анализа финансовой устойчивости предприятия // Экономический анализ: теория и практика. 2004. № 7. С. 8–15.
4. Быкова Е. В. Показатели денежного потока в оценке финансовой устойчивости предприятий // Финансы. 2000. № 2. С. 56–60.
5. Вознесенский Э. А. Методические аспекты анализа сущности финансов. М. : Финансы, 1974. 128 с.
6. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности : учебное пособие. М. : Дело и сервис, 2004. 336 с.
7. Холт Р. Н. Основы финансового менеджмента : пер. с англ. М. : Дело, 1993. 126 с.

ББК 65.064

С. В. Данилова, Е. С. Евстафьева

ЛЭНДИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

В статье рассматривается актуальность веб-сайтов при ведении бизнеса в сети Интернет, основной упор делается на сравнение многостраничных и одностраничных сайтов, их эффективности при ведении бизнеса. Описываются ключевые моменты продающего лендинга, его практическая и экономическая значимость.

Ключевые слова: веб-сайт, бизнес, интернет, многостраничный сайт, лендинг, информация, маркетинг, пользователь, клиент.

The article discusses the relevance of websites when doing business on the Internet, the main emphasis is on comparing multipage and single page websites, their effectiveness in doing business. It describes the key points of a selling landing page, its practical and economic significance.

Key words: website, business, Internet, multi-page website, landing page, information, marketing, user, client.

Организация бизнеса на электронной основе порождает новые формы конкуренции, специфическую конкурентную среду, в которой, в первую очередь, конкурирует информационный ресурс.

Многие современные компании имеют свои представительства в сети Интернет, которые зачастую представляют собой сложно-структурированную систему, что не всегда является удобным для потенциального покупателя. У сайта обычно информация разбита по страницам, по которым нужно переходить. И каждый такой переход может снижать конверсию всего сайта, так как посетитель может заблудиться на сайте и так и не дойти до кнопки «купить» или «заказать». На помощь к решению данной проблемы приходят так называемые «лендинги» и «сайты-визитки».

Когда компания выпускает новый продукт или услугу, то лучшим вариантом для предоставления четкой, структурированной и яркой информации будет не создание еще одной страницы в сложной структуре сайте, а разработка «лендинг-пейдж». В большинстве случаев – это одна страница, где нет переходов на другие разделы или страницы. Когда человек попадает на лендинг-пейдж, у него есть всего два варианта: уйти с лендинга или оставить заявку.

Данный подвид сайта эффективен не только в случае с представлением информации о продукте, услуги, а так же подходит для малого бизнеса, с целью ознакомления со спектром предоставляемых работ. В качестве основных целевых действий лендинг-пейдж можно отметить оформление заявки на лендинге, онлайн-покупка, скачивание файлов или документов, просмотр видео, переход на другие страницы или внешние сайты.

Компания должна сама решить – какое целевое действие является ключевым. Для оптовых продаж – это может быть заполнение брифа. А для роз-

ничной сферы это может быть полная онлайн-оплата товара или услуги. Это позволит повысить конверсию лендинга от 30 %.

Использовать этот инструмент в своей практике могут компании и предприниматели, работающие в следующих сферах:

– ритейл (розничная интернет торговля). При этом могут осуществляться продажи и на правах посредника, и непосредственно от производителя. Этот формат продвижения товара также очень эффективен при работе по системе дропшиппинг;

– услуги. Сюда входят практически все направления – бытовые (индустрия красоты, фотография, ремонт ПК, строительные), финансовые (подбор и выдача кредита, страховки), юридические (оформление документов, представительство в судах);

– информационный бизнес. Запись на мастер-классы и вебинары, оформление покупки на обучающий курс;

– продвижение сайтов и реферальные системы. Целью посадочных страниц очень часто является регистрация на сайтах, что активно используется веб-студиями для привлечения новых посетителей для компаний клиентов.

Основная цель лендинга «подтолкнуть» потенциального клиента приобрести товар или услугу, так как это одностраничный сайт, разработанный под конкретное целевое действие. Вариантов действия у посетителя немного, потому что большой выбор стимулирует гораздо больше размышлений и вот потенциальный клиент уже отвлекается и сомневается в актуальности приобретения товара, услуги. Конверсия за счет узкой направленности в сторону продажу у лендинга всегда будет выше, чем у обычного многостраничного сайта, что указывает на его экономическую эффективность. Так же лендинг с прямой контекстной рекламой возможно запустить за минимальное количество времени, тогда как многостраничный сайт стабилизируется в поисковиках только от полугода времени и дольше, его вес гораздо меньше, а значит он не будет утомлять пользователя долгой загрузкой.

Лендинг – незаменимый инструмент в ситуации продажи товара или оказания услуги. Для того что бы он корректно работал необходимо учитывать некоторые аспекты:

– «кричащий» заголовок, главная задача которого привлечь внимание потенциальных клиентов к предложению, прокрутить страницу ниже;

– «О нас» – информационный блок о целях и миссии компании;

– преимущества – краткое описание ключевых фактов предложения, которое выделит данный продукт среди конкурентов;

– проиллюстрированное описание предлагаемых товаров, работ с их кратким описанием, информация о стоимости и прочее;

– актуальное предложение поможет «подтолкнуть» потенциального клиента к заказу услуги, с обязательной датой окончания предложения.

Лендинг-пейдж считается будущим интернет-маркетинга, так как позволяет удерживать внимание посетителей строго на одном сообщении и вызывает желание выполнить определенное целевое действие. Посетители попадают на лендинговые страницы через контекстную, баннерную и таргетированную рекламу, email-рассылку. Главная задача сайтов – лендингов – конвертация посетителей в покупателя, побуждение к совершению целевого действия.

Актуальность создания Landing Page для товаров или услуг компании выражается, при правильном его применении, в привлечении целевых клиен-

тов. Созданная с помощью интернет технологий web-страница, увеличивает прибыльность компании за счёт прироста покупателей и благоприятно отражается на экономическом состоянии. На практике можно выделить следующие способы заработка на лендингах: доход от продажи товаров; доход от продажи услуг; комиссия за посредничество в привлечении посетителей или клиентов; прибыль от продажи информации; прибыль от разработки самих одностраничных сайтов; доход от рекламы лендингов в соцсетях или блогах.

Интернет в качестве популярного информационного пространства открыт для различных нововведений, которые упростят получение информации для пользователей. Экономически выгодным решением для бизнеса послужит создание лендинга, которое не только экономит время, но и его разработка менее затратна и происходит гораздо быстрее и эффективнее, конвертация такого сайта происходит в разы быстрее, вероятность получения целевой аудитории возрастает. Продуманный одностраничный сайт сможет укрепить пользовательскую и коммерческую связь, что только упрочнит положение компаний на рынке.

Библиографический список

1. Концепция развития дизайна в Российской Федерации до 2008 года. URL: http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=15&id=357244 (дата обращения: 10.10.2019).
2. Корзина М. И., Лысенко В. А., Лысенко А. А. и др. Инструментальные средства информационных технологий в дизайне : учебное пособие. Архангельск : ИПЦ САФУ, 2013.
3. Коськов М. А. Полеухина А. А. Дизайн. Основы теории : учебное пособие. СПб. : Изд-во Политехнического университета, 2009. С. 277.
4. Мержевич В. В. Проектирование веб-сайтов – 2003. URL: <http://htmlbook.ru> (дата обращения: 22.09.2019).
5. Розенсон И. А. Основы теории дизайна. СПб. : Питер, 2007. 219 с.

CRM: АККУМУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТОКОВ КОМПАНИИ В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПОВЕДЕНИЕМ КЛИЕНТОВ

В статье излагаются основные подходы к пониманию сущности системы управления взаимоотношениями с клиентами, определяются ключевые элементы комплексной системы CRM и способы аккумулирования информации между звеньями. Дана авторская интерпретация категории «система управления взаимоотношениями с клиентами», особенностью которой является сочетание управленческого и информационно-технологического аспектов в раскрытии сущности понятия. Сформирована и предложена для применения бизнес-модель «Управление отношениями – полная корпоративная поддержка CRM», обеспечивающая эффективное управление потребительским поведением на основе сгенерированной ценной информации о клиентах из различных источников.

Ключевые слова: клиент, лояльность потребителя, управление поведением, потребительский опыт, информационные потоки, система управления взаимоотношениями с клиентами.

The article describes the main approaches to understanding the essence of the customer relationship management system, identifies the key elements of a comprehensive CRM system and ways of accumulating information between links. The authors give interpretation of the category "customer relationship management system", a feature of which is a combination of management and information technology aspects in the disclosure of the essence of the concept. The business model "Relationship Management – Full Corporate CRM Support", which provides effective management of consumer behavior on the basis of generated valuable information about customers, was formed and proposed for application.

Key words: customer, customer loyalty, behavior management, consumer experience, information flows, customer relationship management system.

В современных условиях наблюдаются существенные изменения, связанные с условиями функционирования бизнеса и предпринимательства, что привело к смене философии бизнеса. Клиент приобретает роль ключевого звена, от управления поведением которого зависит доходность и прибыльность бизнеса. Для собственников и управляющих любой компании чрезвычайно важно максимально сократить отток потребителей и повысить их прибыльность, чего невозможно достичь без формирования доверия и лояльности покупателей к товару, услуге и бренду в целом. Основами доверия являются эффективное управление клиентами и индивидуальный подход к каждому из них. Хорошее знание клиента позволяет коренным образом изменить бизнес-модель: от неэффективной стратегии поиска новых потребителей под предлагаемые решения перейти к разработке решений для существующих клиентов с учетом их запросов [8]. Управление поведением клиентов основано на применении методов прямого и косвенного воздействия на потребителя в целях создания и закрепления у них позитивного образа фирмы, а также стимулирования к потребительской активности в сторону компании.

Таким образом, главной целью является не только сбытовая функция, но и стимулирующая, ориентирующая покупателя на повторные покупки, а значит, долгосрочный длительный контакт с фирмой. Эффективному управлению взаимоотношениями с клиентами способствует технологический прогресс, в частности такое его достижение, как CRM.

В современной экономической литературе учёные и практики подходят к пониманию сущности системы управления поведением клиентов с различных точек зрения. Так, например, экономист К. А. Бакшт определяет CRM как модель взаимодействия продавца и покупателя в целях поддержки эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов через сбор, хранение и анализ информации о них [2]. Экономист-социолог В. И. Ильин рассматривает данную систему управления взаимоотношениями как клиентоориентированную бизнес-стратегию, позволяющую вызывать желательное для компании поведение покупателя посредством детального изучения его потребительского опыта во времени [7]. Маркетолог-программист Д. Пажитов, определяет CRM программным обеспечением, предназначенным для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками в целях повышения конкурентоспособности компании на отраслевом рынке [6].

Все вышеуказанные понятия, безусловно, имеют преимущества в виде чётко обозначенной роли CRM в управлении потребительским поведением, что естественно сказывается на изменении показателей доходности и прибыльности ведения бизнеса, однако существенным недостатком определений является рассмотрение системы управления взаимоотношениями с клиентами только в одном аспекте, не учитывая многогранности понятия.

Система управления взаимоотношениями с клиентами – сложное понятие, сочетающее в себе узкий и широкий смысл. Так, с одной стороны, она представляет собой ориентированную на клиента систему взаимодействия с потребителями, основанную на возможностях информационных технологий, а с другой – управленческую концепцию, позволяющую предложить правильный продукт нужному клиенту в необходимое для него время через комфортный для него канал сбыта. По нашему мнению, рассмотрение данного понятия только в рамках цифрового инструмента лишает бизнес возможности завоевать клиента и достичь стабильно высокой лояльности покупателя к товару и компании в целом. Понимание CRM только в качестве ПО слишком поверхностно, ввиду этого мы предлагаем рассматривать систему в качестве бизнес-стратегии, направленной на укрепление связей с клиентами для оптимизации их обслуживания, что в конечном итоге приводит к повышению ценности каждого потребителя, а следовательно, к росту конкурентоспособности компании. С этих позиций, мы трактуем понятие системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) как цифровую платформу, включающую совокупность элементов, связей и отношений между звеньями, которые обеспечивают продвижение индивидуального покупателя по воронке продаж к первой и повторным покупкам, тем самым способствуя кастомизации обслуживания, повышению уровня лояльности и росту доходов компании.

Концепция управления взаимоотношениями с клиентами с течением времени претерпевала ряд изменений, адаптируясь под изменяющиеся условия окружающей среды и потребности клиентов. Сперва она рассматривалась только с позиции более эффективного управления временем и называлась «Contact management», далее процессом продаж «Sales Force Automation» и, наконец, сегодня основное назначение системы кроется в повышении лояль-

ности покупателей «Customer Relationship Management» [3]. Одной из актуальных проблем современного управления поведением клиентов фирмы является консервативное применение CRM на базе программного обеспечения для хранения данных о клиентах, где основными источниками информации выступают только покупатели, а пользователями – клиентский отдел и отдел продаж [4]. Практика показывает, что ценной информацией о клиентах обладает абсолютное большинство отделов фирмы. Тот факт, что данная информация не берётся во внимание и не учитывается при анализе ценности покупателя для компании, влечёт за собой целый ряд и ошибочных управленческих решений, что, в свою очередь, проявляется в снижении доходности и прибыльности компании.

По нашему мнению, на сегодняшний день компании нуждаются в модернизации системы управления взаимоотношениями с клиентами по двум ключевым направлениям:

- 1) смена применяемой в компании бизнес-модели на модель «Управление отношениями – полная корпоративная поддержка CRM»;
- 2) включение в структуру системы CRM стратегически важных элементов управления поведением клиентов.

Бизнес-модель «Управление отношениями – полная корпоративная поддержка CRM» представляет собой концепцию, в соответствии с которой все функции CRM интегрированы на корпоративном уровне, а отношения с клиентами и партнерами управляемы по полному объему контактного взаимодействия (см. рис.).



Рис. Предлагаемая к применению бизнес-модель «Управление отношениями – полная корпоративная поддержка CRM»

Переход на новую модель позволит обрабатывать персональные истории клиентов по всему жизненному циклу, анализировать информацию по любым каналам коммуникации и моделировать поведение покупателей с использованием самых передовых информационных технологий: технологий предсказательной аналитики и Big Data, искусственного интеллекта и машинного обучения, «интернета вещей», технологий виртуальной и допол-

ненной реальности, цифровых «двойников» и блокчейна. Присутствие технологии CRM в работе каждого отдела, независимо от того, имеют ли сотрудники прямой контакт с клиентом, поможет аккумулировать ценную информацию в единой «энциклопедии клиента» [5]. Принцип функционирования данной модели основан на вкладе каждого сотрудника, располагающего информацией, в проталкивание покупателя к следующим этапам в процессе принятия решения о покупке, пусть даже косвенными методами. Например, для повышения эффективности бизнеса автодилеров кроме клиентской, маркетинговой служб и отдела продаж, роль информаторов (поставщиков информации CRM) должны выполнять:

- отдел кредитования (анализ платёжеспособности покупателя, периодичность и размер взносов по кредитам, качество кредитной истории и пр.);
- отдел страхования (например, стаж вождения, степень аварийности клиента);
- сервисно-технический участок (сбор данных о манере вождения, интенсивности использования автомобиля);
- отдел логистики (формирование и организация склада, поставка автомобилей в короткие сроки, обеспечение склада автомобилями в наличии с востребованными комплектациями и пр.)

Управление в реальном времени взаимодействиями с клиентами, создание необходимых клиенту «точек контакта» укрепит доверие между двумя сторонами в процессе сделки и сократит время на обработку ответной реакции клиента для повышения лояльности покупателя и выстраивания с ним долгосрочных отношений.

Таким образом, предлагаемый подход к формированию концепции управления взаимоотношениями с клиентами на основе бизнес-модели «Управление отношениями – полная корпоративная поддержка CRM», позволяющей аккумулировать информационные потоки о каждом покупателе из различных источников, обеспечит ориентированность всей компании на персонифицированное взаимодействие с клиентами, кастомизацию управления, снижение рисков принятия ошибочных решений, повышение потребительской лояльности, экономию времени производителя на всех этапах производства и реализации продукта или услуги и экономию времени покупателя на всех этапах процесса покупки товара. Всё это будет способствовать росту конкурентоспособности и доходности компании.

Библиографический список

1. *Алешина И. В.* Поведение потребителей : учебное пособие. М. : Экономистъ, 2016. 225 с.
2. *Бакич К. А.* Построение отдела продаж – с нуля до максимальных результатов. СПб., 2017. 196 с.
3. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. М. : Республика, 2016. 265 с.
4. *Бровко Д. А.* Как создать программу лояльности // Маркетинговые коммуникации. 2016. № 5. С. 89.
5. *Лужнова Н. В., Тарануха И. А.* Покупательская лояльность потребителей // Молодой учёный. 2018. № 8. С. 125.
6. *Гурков А.* Чем занимается наука под названием социология потребления // Рынок и человек. URL: <http://www.dw-world.de/dw/article.html> (дата обращения: 11.10.2019).
7. *Ильин В. И.* Потребление как дискурс. СПб. : Интерсоцис, 2017. 209 с.
8. *Яковлева Л. Р.* Организационное поведение : учебное пособие. Белгород : Кооперативное образование, 2018. 175 с.

РОЛЬ «УМНЫХ» ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМ СКЛАДОМ

В статье рассматривается роль автоматизации в складской деятельности организаций, а также рассмотрены технологии для создания умного склада. Автор приходит к выводу, что внедрение новых технологий в складскую деятельность оптимизируют пространство склада и позволяют создать единую систему учета материалов и готовой продукции в организации.

Ключевые слова: умный склад, автоматизация, WMS, IoT, RFID, искусственный интеллект, складские процессы, складской учет, автоматизированная система.

The article discusses the role of automation in the warehouse activities of organizations, and also discusses the technologies for creating a smart warehouse. The author comes to the conclusion that the introduction of new technologies in warehouse activity optimizes the storage space and allows you to create a unified system of accounting for materials and finished production in the organization.

Key words: smart warehouse, automation, WMS, IoT, RFID, artificial intelligence, warehouse processes, warehouse accounting, automated system.

Умный склад – это степень автоматизации склада, набирающая популярность в настоящее время. Интеллектуальные складские системы являются результатом совместной работы различных подключенных технологий, которые предназначены для увеличения производительности и эффективности рассматриваемой области, минимизации влияния человеческого фактора, оптимизации штата сотрудников организации [2].

Если раньше на складах можно было заметить сотрудников с бумажными списками, на которых были указаны примерные точки расположения грузов, то при внедрении технологии умного склада используются планшеты. Заказы поступают в информационную систему управления складом автоматически, после чего система указывает на остатки позиций и на месте их расположения.

Наиболее часто «умные» склады включают в себя следующие технологии:

1. Автоматические транспортные средства:
 - автоматизированные транспортные средства;
 - автоматизированные платформы управления запасами.
2. Система управления складом:
 - система управления складом или WMS;
 - интернет вещей (IoT);
 - радиочастотная идентификация (RFID);
 - искусственный интеллект (ИИ).

Автоматизированные транспортные средства, например, погрузчики, безопаснее обычных. Некоторые из них могут работать только с паллетами, с контейнерами, автоматически они просчитывают вес и отправляют необходимые данные в системы управления запасами.

Автоматизированные платформы управления запасами в режиме реального времени формируют сверхточную отчетность по остаткам складских позиций [2].

Системы управления складом или WMS, представляют собой комплексные программные системы, которые объединяют все важные данные в одну платформу. WMS-решения помогают собирать, управлять и просматривать все виды данных о складских операциях. Большинство WMS могут собирать данные в реальном времени и создавать визуальные отчеты, тем самым помогают выявить любые недостатки в процессах организации.

Технологии Интернета вещей (IoT) помогают оптимизировать процедуры управления запасами на складе, планирование труда. IoT обеспечивает связь и обмен данными между несколькими объектами, взаимодействующими друг с другом. К примеру, на склад поступают пакеты с товаром, оснащенные RFID-метками. RFID-сканер сканирует метки и подсчитывает количество пакетов. Затем WMS связывается с роботами, информируя их о местонахождении пакетов и месте на складе, на которое их необходимо доставить. Без Интернета вещей сотруднику склада пришлось бы выполнять каждый шаг этого процесса вручную, что привело бы к ошибкам, ведь количество информации о каждом продукте огромно [3].

Радиочастотная идентификация (RFID) используется для контроля запасов и точной инвентаризации. RFID предполагает размещение цифровой метки на товарах и упаковках, поступающих на склад, представляя собой замену бумажных этикеток. Радиоволны предназначены для передачи данных между цифровой меткой и автоматизированной системой сканирования. Автоматические RFID-сканеры могут считать все метки на входе и выходе со склада, вне зависимости от их расположения, тогда как штрих-коды должны располагаться ровно.

Использование искусственного интеллекта (ИИ) уменьшает количество ошибок, которые мог бы допустить человек. Например, искусственный интеллект помогает роботам на складе найти наиболее эффективный маршрут для комплектации продуктов. Его можно также использовать для помощи роботам, подсказать оптимальный размер коробки для выбранной складской единицы исходя из веса, габаритов и типа товара [3].

К основным достоинствам технологий «умного» склада можно отнести:

– повышение производительности. Чем больше процессов на складе будет автоматизировано, тем меньше сотрудников потребуется для выполнения этих задач. С ростом затрат на персонал сокращение числа работников для выполнения рутинных задач может стать преимуществом. Нынешние сотрудники смогут выполнять более ценную работу, сконцентрировать внимание на решении более важных задач. Также сокращается количество человеческих ошибок;

– сокращение затрат. Повышение производительности, меньшее количество человеческих ошибок приводят к дополнительной прибыли или сокращению затрат. Оптимизируя складские процессы, предприятия также оптимизируют складские и транспортные расходы [1];

– прозрачность операций. Чем больше сотрудники склада или клиенты знают об уровне запасов, условиях их хранения (температура, влажность), тем выше уровень доверия. Умные складские системы могут обеспечить круглосуточный контроль за складом и своевременно оповещать о нештатных ситуациях. Наличие умного склада демонстрирует способность и готов-

ность предприятия корректировать операции в ответ на меняющиеся требования.

Необходимость пересмотра сложившейся системы управления складом складывается не только из-за появления новых информационных технологий, но имеет и ряд весомых причин внутри организации, к которым можно отнести следующее.

1) Человеческий фактор. Склад – это большое хозяйство, а значит, существует несколько человек, которые непосредственно отвечают за прием, размещение и отпуск товаров, также они знают, где какой товар расположен, в каких количествах, что в резерве, а что залежалось, когда истекает срок хранения, не пропало ли, не испортилось ли чего и сколько осталось свободного места. Естественно, сотрудник, знающий все это – незаменим, а это большой риск для предприятия. Но, даже имея абсолютно лояльного, надежного кладовщика, следует иметь в виду, что удержать в голове, ничего не напутать на бумаге или в электронной таблице, когда счет идет на несколько сотен, а то и тысяч наименований – задача практически невыполнимая [2].

А если на складе занято несколько человек, то отследить все, что происходит без автоматизированной системы складского учета вообще невозможно.

В итоге, предприятие имеет «непрозрачную» систему управления складом – достоверность информации зависит от личных качеств сотрудников, скорость обслуживания заказов мала, расположение товаров не оптимально, инвентаризация затруднена, степень контроля как над товарными запасами, так и над эффективностью персонала крайне низка. Все эти негативные составляющие несут достаточно ощутимые совокупные потери для предприятия, и устранить их – важнейшая задача, стоящая перед руководителем. В данной ситуации замена сотрудников только усугубит проблему. Им необходимо предоставить современный инструмент – программу складского учета, с помощью которой не только все обозначенные выше факторы будут сведены к минимуму, но и решится еще целый ряд проблем, связанных с функционированием склада [1].

2) Документооборот. Документооборот – это еще одна причина, напрямую связанная с человеческим фактором, побуждающая руководителей внедрять на своих складах автоматизированную систему учета. Автоматизированная система складского учета, оснащенная электронными торговыми весами и сканерами штрих-кодов, позволяет в считанные секунды принимать и отпускать товар, отмечая эти операции в обширных базах данных, содержащих тысячи наименований и распечатывая необходимые документы, не задерживая поставщиков и заказчиков.

3) Оптимизация пространства. Автоматизированный складской учет представляет собой не только внесение всех наименований и партий товара, сведений о них в некую базу данных, оснащенную удобным поиском и системой формирования документов. Он подразумевает реорганизацию всего складского пространства. Как правило, склады переходят на адресную систему хранения запасов.

Главное в данной системе хранения это то, что все пространство склада подразделяется на определенные зоны – например, приемки, хранения, комплектации и отпуска товаров. Зоны делят на участки – например, оперативный, резервный, крупногабаритных и нестандартных грузов, возвращенных товаров и т. д. [3].

На каждом участке устанавливаются соответствующее его назначению оборудование – стеллажи, паллеты, стойки. После этого все возможные места хранения размечаются на ячейки и нумеруются. Таким образом, из наименования зоны, участка, ряда, этажа и места возникает адрес ячейки, который заносится в систему и присваивается размещаемому на хранение товару или партии товаров.

После такой реорганизации, любой сотрудник компании может найти нужный груз даже на огромном складе – то есть, скорость поиска комплектующих или набора заказа возрастает в разы. Кроме этого, кладовщик всегда четко знает, какие ячейки у него пусты и как оптимально расставить поступающие на хранение ценности, чтобы быстрооборачиваемый товар находился ближе к зоне отпуска, а «некондиция» размещалась на верхних этажах и не мешала движению.

Такая оптимизация позволяет в несколько раз увеличить как вместимость, так и пропускную способность склада, а также безболезненно пережить переезд [3].

4) Единая система учета. Информация по автоматизированному складу должна быть доступна менеджерам других подразделений и, конечно, руководителю в оперативном режиме, то есть сотрудники, имеющие соответствующие права, смогли бы видеть текущее положение дел и отслеживать происходящие на складе процессы. Эта возможность становится еще более актуальной, когда речь идет о нескольких складах, обслуживающих несколько торговых точек, причем находиться они могут в разных городах. Для эффективного управления товарными запасами, руководитель такого предприятия нуждается в консолидированном учете по всем складам, точкам и юридическим лицам.

Если крупные компании могут заказывать разработку собственных корпоративных систем, учитывающих непосредственно специфику данного предприятия, то среднему и малому бизнесу в настоящий момент открываются возможности пользоваться не менее удобными и функционально-насыщенными онлайн системами учета, с интегрированным складским модулем, позволяющими не менее эффективно решать стоящие перед предприятием задачи [1].

5) Контроль. Внедрив на складе своего предприятия автоматическую систему учета, руководитель получает в полной мере контроль над деятельностью. Контроль не только над товарными запасами, оборотами, остатками, сроками годности и любыми другими параметрами, анализируя которые можно достичь бесперебойного снабжения торговой сети при минимальных запасах на складах, но и контроль персонально за каждым сотрудником, занятом на складе, производительностью его труда, скоростью обслуживания поставщиков и клиентов. Благодаря автоматизации на складе, как бы он ни был велик и сколько бы наименований продукции не содержал, любой новый сотрудник, ознакомленный с принятой системой адресов, сможет быстро найти любую необходимую партию или единицу товара.

Таким образом, сводится к нулю зависимость от конкретных сотрудников, уходят в прошлое недоимки, ошибки, пересортица, инвентаризация проводится так часто, как это необходимо – контроль над складом в любое время доступен руководителю. Документооборот также практически полностью автоматизируется. Теперь руководителю не нужно довольствоваться отчетами

бухгалтерии, базирующимися только на проведенных первичных документах. Оперативная информация в режиме реального времени, анализ данных по нескольким складам и предприятиям – мощный управленческий ресурс, который возможен только при автоматизированной системе складского учета, реализованной с помощью онлайн программы.

Если перед руководителем стоит вопрос, нужно ли автоматизировать склад – необходимо задуматься, достаточен ли уровень контроля над складом, позволяет ли он обеспечить эффективность и свести к минимуму человеческий фактор, и стоит ли вообще развиваться и принимать новые направления развития, диктуемые временем, ради будущего бизнеса [1].

Библиографический список

1. Какие технологии изменят сферу складской деятельности. URL: <https://iot.ru/promyshlennost/kakie-tekhnologii-izmenyat-sferu-skladskoy-logistiki> (дата обращения: 10.10.2019).
2. Причины, чтобы автоматизировать складской учет. URL: <https://bbf.ru/magazine/6/5109/> (дата обращения: 10.10.2019).
3. Склад по-новому: зачем нужна автоматизация. URL: <https://sitmag.ru/article/9765-sklad-po-novomu-zachem-nujna-avtomatizatsiya> (дата обращения: 10.10.2019).

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время существует множество методов и подходов продвижения продукции в условиях цифровой экономики, но выбрать наиболее правильный и эффективный весьма проблематично. Современные компании нацелены на привлечение как можно больше покупателей на свой ресурс, который выступает рекламной площадкой по продвижению продукции. В статье рассматриваются современные методы увеличения продаж продукции.

Ключевые слова: цифровая экономика, интернет, реклама, маркетинг, контекстная реклама, таргетированная реклама, поисковая оптимизация.

Currently, there are many methods and approaches for promoting products in the digital economy, but choosing the most correct and effective is very problematic. Modern companies are aimed at attracting as many buyers as possible to their resource, which acts as an advertising platform for the promotion of products. The article discusses modern methods of increasing product sales.

Key words: digital economy, Internet, advertising, marketing, contextual advertising, targeted advertising, search engine optimization.

На данный момент времени реклама – самый значимый элемент в процессе реализации товаров или услуг в бизнесе. Наиболее быстро развивающимся и эффективным способом продвижения является интернет-реклама, к которой прибегает большое количество рекламодателей. Интернет, в свою очередь, самый востребованный носитель любой информации. Количество пользователей этой сети за последние несколько лет выросло в сотни раз. Благодаря этому, большую популярность набирает реклама через интернет.

Сегодня можно говорить о том, что традиционная реклама стала отходить на задний план под натиском интернет-рекламы. Эффективность классической рекламы снижается, становление маркетингового рынка приводит к повышению цены предложений в предоставленной области. Для перехода на новый высококачественный уровень маркетинговой деятельности нужно, беря во внимание специфику продукта и отрасли, в которой трудится рекламодатель, отдавать предпочтения более действенным формам, видам и технологиям рекламы [3].

Активное развитие интернета, социальных сетей, интеграция телефонии с компьютерными коммуникациями и телевидением способствует все более оперативному получению покупателями информации о товарах и предложениях. Искать клиентов и привлекать покупателей в условиях достаточно жесткой конкуренции становится все труднее. Исследование российских потребителей рекламы показало, что 86 % доверяют советам своих друзей и знакомым, в то же время 55 % полагаются на онлайн-отзывы иных потребителей. Наиболее контролируемым видом рекламы считаются веб-сайты брендов, которые вызывают наибольшее доверие у потребителей.

Развивать свой бизнес просто невозможно без продвижения в сети Интернет. Именно продвижение товаров и услуг на рынке продавца с помощью Интернет-технологий, использующих специальные инструменты называются интернет-маркетингом.

Можно выделить следующие методы продвижения продукции, которые применяются в сети Интернет.

1) SEO (Search Engine Optimization) или «Поисковая оптимизация» в переводе. Это вывод сайта в верхние позиции поисковой выдачи. Для того чтобы найти товар, пользователь проходит путь от ввода ключей и интересующих их запросов в Яндекс, Google или другой поисковой системе, а затем из представленных результатов индексации выбирает товар или услугу. Если продвигаемый сайт будет находиться на первых позициях, то это значительно повышает возможность перехода на него.

Данный вид рекламы чаще всего является более эффективным по стоимости привлечения пользователей и клиентов. Работа этого способа заключается в доработке кода страницы или сайта компании, благодаря которой он поднимется в выдаче поисковых систем. Для этого необходимо прибегнуть к комплексу мер, которые делятся на две группы: внешняя и внутренняя оптимизация сайта. Внешняя состоит в увеличении ссылочной массы, то есть ссылок на данный сайт с других проверенных сайтов, что учитывается всеми поисковыми системами при построении выдачи. К внутренним можно отнести работу над контентом, усовершенствование структуры сайта и т. д.

Основными преимуществами данного вида продвижения можно считать следующее:

- широкий охват аудитории, ведь большинство пользователей сети находит информацию об интересующих товарах или услугах из результатов выдачи поисковой системы;

- естественность и меньшая навязчивость благодаря большому доверию к результатам поиска в сравнении с остальными распространенными видами рекламы, благодаря чему поисковая оптимизация выглядит незаметной для конечного пользователя;

- относительно низкая стоимость привлечения пользователей на сайт;

- четкая направленность, так как при хорошей оптимизации пользователи благодаря поиску переходят на страницы, которые более подходят к запросу и предоставляют искомую информацию.

Аналитики подсчитали, что в SEO-индустрии крутится 65 миллиардов долларов. И хотя своими частыми обновлениями тон здесь задает Google, большое число современных маркетологов считают, что SEO становится эффективнее. Около 80 % опрошенных заявили, что они все чаще советуют своим клиентам вкладывать в SEO-раскрутку больше средств, а 40 % полагают, что эффективность таких инвестиций стабильно растет.

Согласно прогнозам консалтинговой фирмы MarketDrive, в ближайшие два года вложения в SEO принесут брендам и компаниям еще больше прибыли, если они продолжат работать над рентабельностью своего присутствия в сети. К концу следующего года общий бюджет SEO-индустрии может вырасти до 72 миллиардов долларов [1].

2) Контекстная реклама – это такой вид рекламного объявления, когда запрос посетителя очень близок к контексту сайта. Другими словами, это объявления, показывающиеся тем, кто вводит в поисковую систему запрос, а он в свою очередь уже заранее определен рекламодателем в настройке рек-

ламной кампании. Таким образом, контекстная реклама – это реклама, которая соответствует интересам и потребностям пользователя в данный момент времени. Главным ее преимуществом является то, что она показывается только тем пользователям, которые сейчас нуждаются в информации. Следовательно, заинтересованный пользователь в нужный момент получит всю информацию для целевого действия.

Самыми востребованными и популярными системами контекстной рекламы являются GoogleAdWords и Яндекс.Директ. Контекстная реклама для пользователя может быть представлена в виде текстовых рекламных объявлений, текстово-графических рекламных объявлений и графических баннеров. Суть этой рекламы заключается в том, что объявление является ответом на вопрос, который пользователь задал в поисковой системе.

Например, если вы торгуете постельным бельем, и у вас правильно настроено объявление, то потенциальный клиент введет в поисковой строке «купить постельное белье Иваново» – он увидит ваше объявление. А если же ему интересны сейчас больше «обои для гостиной», то ваша реклама, которая абсолютно не имеет никакого отношения, ему отражаться не будет. Таким образом, реклама показывается только потенциальным клиентам, которые через свои поисковые запросы проявили интерес к вашему товару. Для того, чтобы показ объявления был актуальным, необходимо в ключевую фразу включать целевое действия, то есть, что вы хотите сделать: «купить», «заказать», «продать», «найти».

Также при настройке рекламных кампаний выделяют «минус-слова». Что это, рассмотрим на примере. Допустим, студентка пишет реферат или курсовую работу про ткань страйп-сатин, а вы производите и продаете такую ткань. Она не собирается ее покупать, а просто интересуется эти понятием. Чтобы объявления контекстной рекламы не показывалось в таком запросе, как «страйп сатин курсовая работа» или «страйп сатин реферат», применяются минус-слова. В нашем случае – это «курсовая», «реферат» и прочее.

Стоит сказать об оплате. Оплачиваются только клики на объявления. Например, пользователь увидел объявление, но не нажал на него, рекламодатель ничего не заплатит.

Перед запуском рекламной компании очень важно проанализировать целевую аудиторию. В том числе и конкурентов, которые рекламируются по аналогичным запросам.

Эффективность контекстной рекламы проявляется, когда вам необходимо быстро привлечь внимание пользователей к вашему товару или услуге, оповестить аудиторию об акциях или распродажах, поднять продажи, занять фиксированные позиции.

К преимуществам контекстной рекламы можно отнести не только удобный контроль показателей эффективности рекламы, но и большое количество характеристик для более точной настройки таргетинга, а так же быстрое достижение результатов – после создания объявления нет необходимости ждать, так как показ начинается сразу после публикации и модерации.

По словам руководителя отдела по работе с клиентами компании «Яндекс», более половины предприятий малого и среднего бизнеса сейчас используют контекстную рекламу, причем у некоторых на контекст уходит 100 % рекламного бюджета. Привлекает предпринимателей невысокая стоимость (оплата идет за клик при переходе по вашей ссылке), прозрачность и эффективность. Контекстная реклама в поисковиках лучше всего решает во-

просы продаж: приводит к рекламодателю клиентов, готовых купить здесь и сейчас. «Пользователь выражает свой интерес к продукту или услуге через поисковый запрос, а рекламодатель в ответ показывает свое релевантное рекламное сообщение тогда, когда эта информация актуальна для адресата», – говорит руководитель направления по работе с крупными клиентами Google Россия [4].

3) Реклама в социальных сетях. Это является одним из быстрорастущих направлений. Отличие от поисковых систем заключается в том, что поисковые системы определяют то, что интересно пользователю в данный момент, а социальные сети предполагают, что пользователю будет интересно в будущем на основе данных профиля, обсуждений, переходов на внешние сайты, географического перемещения пользователя, реакции на прошлые рекламные посты. Современная реклама в социальных сетях делится на 2 категории:

- SMM продвижение;
- Таргетированную рекламу.

В основе SMM продвижения лежит создание страниц брендов в различных социальных сетях, ведение сообществ, публикация интересных материалов и новостей компании, общение с пользователями. Данную деятельность можно назвать работой с аудиторией для продвижения бренда компании, товаров или услуг.

Таргетированная реклама – это объявление, которые отображаются по заданным параметрам. Существует очень большое количество настроек, благодаря которым можно максимально точно найти свою целевую аудиторию. Использование этого способа хорошо подходит для продвижения новых тематик или знакомства пользователя с брендом. Ценовой диапазон может сильно варьироваться, но, как правило, при правильной настройке он остается на приемлемом для малого бизнеса уровне.

На сегодняшний день имеется уже большое количество актуальных для рекламы социальных сетей, причем особенности каждой социальной сети позволяют сразу определиться с целевой аудиторией, которую можно в ней найти:

- Facebook – более взрослая (30+), читающая аудитория. Чаще уверенные пользователи Интернета;
- ВКонтakte – самая крупная российская социальная сеть, с преобладающим количеством молодых пользователей. Самыми активными являются пользователи в возрасте 12–24 года;
- Одноклассники – активная аудитория этой сети в возрасте 25–34, также у нее большое количество пользователей старше 40 лет. 70 % аудитории сети женская;
- Instagram – самая молодая сеть, но с очень большим количеством активной молодой аудитории.

Преимущества рекламы в социальных сетях выражены в следующем:

- низкая стоимость привлечения клиентов. Увеличение аудитории происходит за счет добавление в «друзья» и «подписки»;
- социальные сети являются основным инструментом вирусной рекламы, так как в социальных сетях созданы идеальные условия для обмена информацией. За короткий промежуток времени можно получить тысячи интернет-посетителей на свой ресурс;

– перспективы развития. Социальные сети активно растут и развиваются, проводя интеграцию с внешними ресурсами, что значит и развитие аккаунтов компаний;

– широкий охват целевой аудитории вне зависимости от их местонахождения;

– таргетирование на нужных людей, заинтересованных в продукции;

– быстрая реакция на рекламу.

Инструменты SMM продвижения сегодня становятся невероятно востребованы среди интернет-маркетологов и владельцев сайтов. Компании малого и среднего бизнеса обращаются к социальным сетям как к одному из самых эффективных инструментов интернет-маркетинга.

Приведем несколько интересных цифр из исследования компании SMO Survey в сотрудничестве со школой Бизнеса Фукуа при Университете Дьюка, США:

– от 10 до 12 % бюджета крупных B2B-компаний идет на маркетинг, из них 8–10 % – на работу с социальными сетями;

– от 7,5 до 9 % продаж приходят в B2B из интернета. А каждая вторая из компаний, занимающихся продвижением в соцсетях, оценивает результаты своего присутствия там как «крайне положительные».

Более того, по данным исследовательской компании Eloqua, для 82 % B2B-брендов работа в социальных сетях является главным способом повысить узнаваемость компании.

Таким образом, годовой прогноз по увеличению бюджетов на работы по ведению корпоративных аккаунтов компаний в сети сразу на 20 % не выглядит сюрпризом [2].

Современные инструменты интернет-маркетинга имеют свои особенности и специфику, это нужно обязательно учитывать при подборе наиболее эффективных инструментов для каждого конкретного проекта. Рассмотренные инструменты интернет-маркетинга могут применяться компаниями как комплексно, так и по отдельности, за счет вложений всех ресурсов в одно направление.

Библиографический список

1. Инструменты SMM: ТОП-15. URL: <https://blog.statusbrew.com/instrumenty-smm/> (дата обращения: 14.10.2019).
2. *Коневская Р.* Продвижение B2B в соцсетях. URL: <https://news.pressfeed.ru/prodvigenie-b2b-v-socsetyax/> (дата обращения: 14.10.2019).
3. *Савин К. Н.* Экономическая теория: введение в экономический анализ : курс лекций. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006.
4. *Тимохина Е.* Контекстная реклама для «чайников». Пять советов по продвижению товара. URL: <https://adindex.ru/publication/tools/2011/07/18/69270.phtml> (дата обращения: 14.10.2019).

ББК 65.291.9-09

А. А. Миролюбова, С. В. Казарян

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ ТЕКСТИЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье произведена оценка финансового риска текстильного предприятия на основе бухгалтерской отчетности. Финансовый риск включает риск снижения финансовой устойчивости и риск потери неплатежеспособности. Оценка риска снижения финансовой устойчивости произведена на основе расчета абсолютных показателей, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их финансирования. Для оценки риска потери платёжеспособности использовалась модель оценки ликвидности баланса. Интегральная балльная оценка финансового состояния предприятия характеризует возможные негативные последствия рисков ситуации в зависимости от значений факторов-признаков и рейтингового числа. Даны рекомендации для корректировки действующей стратегии.

Ключевые слова: ликвидность, риск потери платежеспособности, риск снижения финансовой устойчивости, текстильное предприятие, финансовый риск.

The article assesses the financial risk of a textile enterprise on the basis of accounting reports. Financial risk includes the risk of loss of financial stability and the risk of insolvency. The assessment of the risk of reducing financial stability is made on the basis of calculation of absolute indicators characterizing the degree of security of reserves and costs by sources of their financing. To assess the risk of loss of solvency, the model of assessing the liquidity of the balance sheet was used. Integral score assessment of the financial condition of the enterprise characterizes the possible negative consequences of the risk situation depending on the values of the factors-signs and rating number. Recommendations for adjusting the current strategy are given.

Key words: liquidity, solvency risk, financial stability risk, textile enterprise, financial risk.

Известно, что предприятия текстильной и швейной промышленности Ивановской области работают в условиях острой конкуренции, обусловленной факторами как внутреннего, так и внешнего рынка. Среди них зависимость текстильной отрасли от импорта в отношении сырья, красителей и других материалов; изменение таможенного, налогового законодательства, правил ведения внешнеэкономической деятельности; отсутствие на рынке труда достаточного количества квалифицированной рабочей силы и т. п.

Внутренний региональный рынок текстильной и швейной промышленности представлен 1441-м предприятием [3]. Кроме того, обострена конкуренция со стороны узбекских производителей, себестоимость продукции которых по понятным причинам ниже. В этих условиях залогом успешной деятельности предприятия является его финансовая стабильность. Она отражает состояние финансовых ресурсов предприятия, при котором есть возможность свободно маневрировать денежными средствами, эффективно их использовать, обеспечивая бесперебойный процесс производства и реализации продукции, учитывать затраты по его расширению и обновлению. При

этом предприятие должно противостоять финансовым рискам, связанных с вероятностью потерь финансовых ресурсов или денежных средств.

Финансовые риски подразделяются на три вида: риски, связанные с покупательной способностью денег; риски, связанные с вложением капитала и риски, связанные с формой организации хозяйственной деятельности предприятия, от которой зависит финансовое развитие.

В данной работе представлены результаты проведения риск-оценки снижения финансовой устойчивости и неплатежеспособности для проверки и обоснования действующей стратегии.

Риск снижения финансовой устойчивости предприятия определяется несовершенством структуры капитала (чрезмерной долей используемых заемных средств на предприятии), что вызывает дисбаланс положительного и отрицательного денежных потоков предприятия по объемам.

Риск неплатежеспособности определяется снижением уровня ликвидности оборотных активов предприятия, что вызывает дисбаланс положительного и отрицательного денежных потоков предприятия во времени.

В соответствии с ФЗ «О коммерческой тайне» [6] мы не раскрываем наименования предприятия. Однако режим конфиденциальности информации позволяет провести анализ на достоверной информации, источником которой является официальный сайт Росстата [4].

Исследуемое текстильное предприятие успешно действует на текстильном рынке уже более десяти лет. Предприятие является крупным производителем широкого ассортимента текстильных изделий: матрасов, одеял, подушек, товаров постельной группы, форма собственности общество с ограниченной ответственностью.

Деятельность компании началась в 1998 году с производства комплектов постельного белья. Затем в качестве приоритетного направления было выбрано производство ватных матрасов. В 2005 году была приобретена первая линия по производству регенерированного волокна и швейной ваты. В 2007 году следуя тенденциям рынка, было освоено производство одеял и подушек с различными наполнителями, а также установлено оборудование для изготовления синтетического волокна следующих видов: полиэфир, экосол, фэйбер, хьюиз и других силиконизированных и полиэфирных волокон. География рынка предприятия охватывает рынок России и стран СНГ.

Для финансовой риск-оценки использовалась бухгалтерская отчетность за 2012 и 2017 годы.

Оценка риска потери платежеспособности производилась с помощью всем известной модели оценки ликвидности баланса на основе абсолютных показателей [2, 5]. Результаты анализа сгруппированы в таблице 1.

Таблица 1

Анализ ликвидности баланса текстильного предприятия за 2012 и 2017 годы

Показатель	2012 год		2017 год	
	01.01.12	01.01.13	01.01.16	01.01.18
Актив				
Наиболее ликвидные активы (A_1)	193	25	588	303
Быстрореализуемые активы (A_2)	1116	80	990	576
Медленно реализуемые активы (A_3)	2864	731	634	1240
Труднореализуемые активы (A_4)	1817	1817	2328	1976
Итого	5990	2653	4540	4095

Пассив				
Наиболее срочные обязательства (Π_1)	780	275	496	507
Краткосрочные обязательства (Π_2)	0	0	0	0
Долгосрочные обязательства (Π_3)	4739	2234	3665	3268
Собственные средства (Π_4)	471	144	379	320
Итого	5990	2653	4540	4095

Баланс считается абсолютно ликвидным, если $A_1 \geq \Pi_1$, $A_2 \geq \Pi_2$, $A_3 \geq \Pi_3$, $A_4 \leq \Pi_4$. Условия ликвидности и соответствующий им риск потери платежеспособности представлен в таблице 2 [1]. Заметим, что это не полный перечень возможных вариантов. Однако нет смысла их все приводить, так как с ростом ликвидности баланса риск утраты платежеспособности снижается и наоборот.

Таблица 2

Проверка условий ликвидности

Соотношения	Характеристика	
	ликвидности	риска потери платёжеспособности
$A_1 \geq \Pi_1, A_2 \geq \Pi_2, A_3 \geq \Pi_3, A_4 \leq \Pi_4$	абсолютная	минимальный
$A_1 < \Pi_1, A_2 \geq \Pi_2, A_3 \geq \Pi_3, A_4 \leq \Pi_4$	нормальная	допустимый
$A_1 < \Pi_1, A_2 < \Pi_2, A_3 \geq \Pi_3, A_4 \leq \Pi_4$	нарушенная	критический
$A_1 < \Pi_1, A_2 < \Pi_2, A_3 < \Pi_3, A_4 > \Pi_4$	кризисная	максимальный

Оценим ликвидность анализируемого текстильного предприятия (табл. 3). В исследуемые периоды времени баланс является неликвидным, так как только одно соотношение групп активов и пассивов отвечает условию ликвидности, за исключением 2016 года (два неравенства). В отчетных периодах существует платежный недостаток наиболее ликвидных активов, но на конец 2017 года нехватка денежных средств уменьшилась, по сравнению с началом 2012 года. Положительным моментом является превышение ожидаемых поступлений дебиторов над краткосрочными обязательствами. Однако, не смотря на имеющийся платежный излишек по этой группе, он не может в нужный момент времени быть направлен на погашение текущих платежей. В течение анализируемого периода у предприятия увеличилась нехватка запасов и готовой продукции для покрытия долгосрочных заемных средств. Труднореализуемые активы текстильного предприятия составляют 46 % в структуре активов. Они попадают в категорию высокого риска по степени их ликвидности, что может ограничивать платежеспособность предприятия и возможность получения долгосрочных кредитов и инвестиций.

Таблица 3

Оценка платежного излишка (+) или недостатка (-)

2012 год				2017 год			
Излишек (+) или недостаток (-)		Тип состояния ликвидности		Излишек (+) или недостаток (-)		Тип состояния ликвидности	
01.01.12	01.01.13	01.01.12	01.01.13	01.01.17	01.01.18	01.01.17	01.01.18
-587	-250	$A_1 < \Pi_1$	$A_1 < \Pi_1$	+192	-104	$A_1 > \Pi_1$	$A_1 < \Pi_1$
+1116	+80	$A_2 > \Pi_2$	$A_2 > \Pi_2$	+990	+576	$A_2 > \Pi_2$	$A_2 > \Pi_2$
-1875	-1503	$A_3 < \Pi_3$	$A_3 < \Pi_3$	-3031	-2028	$A_3 < \Pi_3$	$A_3 < \Pi_3$
+1346	+1673	$A_4 > \Pi_4$	$A_4 > \Pi_4$	+1849	+1556	$A_4 > \Pi_4$	$A_4 > \Pi_4$
Характеристика риска		Критический риск	Критический риск	Характеристика риска		Допустимый риск	Критический риск

Причинами низкой ликвидности предприятия могут быть неправильное использование оборотного капитала: отвлечение средств в дебиторскую задолженность, несостоятельность клиентов предприятия.

Залогом стабильности положения предприятия служит его финансовая устойчивость, т. е. такое состояние финансов, которое гарантирует ему постоянную платежеспособность в условиях допустимого риска. Она базируется на оптимальном соотношении между внеоборотными или оборотными видами активов и источниками их финансирования. Поэтому для оценки риска снижения финансовой устойчивости производственного предприятия были рассчитаны абсолютные показатели финансовой устойчивости, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их финансирования (табл. 4). По шкале рискованного финансового состояния (табл. 5) были сделаны выводы об оценке риска финансовой устойчивости предприятия.

Таблица 4

**Расчет покрытия запасов и затрат
с помощью определенных источников финансирования**

Показатель, тыс. р.	2012 год		2017 год	
	01.01.12	01.01.13	01.01.17	01.01.18
Запасы и затраты	2864	731	634	1240
Собственные оборотные средства	3393	561	1716	1612
Собственные и долгосрочные заемные источники	5210	2378	4044	3588
Общая величина основных источников	5210	2378	4044	3588
А) Излишек или недостаток собственных оборотных средств	+529	-170	+1082	+372
Б) Излишек или недостаток собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов и затрат	+2346	+1648	+3410	+2348
В) Излишек или недостаток общей величины основных источников формирования запасов и затрат	+2346	+1648	+3410	+2348
Трехкомпонентный показатель типа финансовой ситуации, S	(1, 1, 1)	(0, 1, 1)	(1, 1, 1)	(1, 1, 1)
Характеристика риска финансового состояния	Безрисковая зона	Зона допустимого риска	Безрисковая зона	Безрисковая зона

По результатам расчетов можно сделать вывод, что анализируемое предприятие находится в безрисковой зоне, что на практике наблюдается крайне редко. Этот тип финансовой устойчивости характеризует такое положение, когда только собственные средства авансируются в оборотные активы. Данной ситуации соответствует абсолютная платежеспособность. Риск

потери финансовой устойчивости отсутствует. Однако в конце 2012 года у компании имелся недостаток собственных оборотных средств и излишек долгосрочных источников формирования запасов и затрат. Этой ситуации соответствовала гарантированная платежеспособность и допустимый уровень риска потери финансовой устойчивости.

Таблица 5

Шкала рискованного финансового состояния

Зона	Условие
Безрисковая зона (абсолютная независимость)	$S = 1, 1, 1$
Зона допустимого риска (нормальная независимость)	$S = 0, 1, 1$
Зона критического риска (неустойчивое финансовое состояние)	$S = 0, 0, 1$
Зона катастрофического риска (кризисное финансовое состояние)	$S = 0, 0, 0$

Сущность методики интегральной балльной оценки финансового состояния предприятия заключается в их классификации по уровню финансового риска, то есть любая организация может быть отнесена к определенному классу в зависимости от набранного количества баллов, исходя из фактических значений ее финансовых коэффициентов. Интегральная балльная оценка финансового состояния исследуемого текстильного представлена в табл. 6. К первому классу (100–97 баллов) относятся организации с абсолютной финансовой устойчивостью и абсолютной платежеспособностью. Второй класс (96–67 баллов) формируют предприятия с нормальным финансовым состоянием. Финансовые показатели такой организации очень близки к оптимуму, но допускается, что некоторые показатели допускают некоторое отставание. У такой организации, как часто бывает, неоптимальным является отношение заемных и собственных источников финансирования, где все сдвинуто в пользу заемного капитала. Третий класс (66–37 баллов) определяют организации, финансовое состояние которых можно оценить как среднее. Когда проводится анализ бухгалтерского баланса таких организаций, можно выявить слабость в отдельных финансовых показателях. Либо у данных организаций платежеспособность находится на границе минимального допустимого уровня, а финансовая устойчивость считается нормальной. Иногда бывает обратная ситуация – неустойчивая финансовая ситуация из-за преобладающих заемных источников финансирования, но при этом есть некоторая текущая платежеспособность.

Четвертый класс (36–11 баллов) представляют организации с неустойчивым финансовым состоянием. При взаимоотношении с такой организацией имеется определеннный финансовый риск. У нее структура капитала имеет неудовлетворительное состояние, платежеспособность очень низкая – она располагается на нижних границах допустимых значений. У данной организации прибыль, как часто бывает, отсутствует или является очень незначительной, которая покрывает только обязательные платежи в бюджет. И, наконец, пятый класс (10–0 баллов) образуют организации с кризисным финансовым состоянием. Она неплатежеспособна и финансово неустойчива. Такие предприятия убыточны.

Расчетная модель интегральной балльной оценки финансового состояния нашего предприятия отражена в таблице 6.

Таблица 6

Интегральная балльная оценка финансового состояния предприятия

Показатель	Значение показателя				Рейтинг показателя			
	01.01.12	01.01.13	01.01.17	01.01.18	01.01.12	01.01.13	01.01.17	01.01.18
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,247	0,091	1,387	0,795	10,0	0,0	20,0	20,0
Коэффициент «критической оценки»	1,678	0,382	3,383	1,931	18,0	0,0	18,0	18,0
Коэффициент текущей ликвидности	5,350	3,040	4,661	4,377	16,5	16,5	16,5	16,5
Коэффициент финансовой независимости	0,079	0,054	0,083	0,078	0	0,000	0,0	0,0
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,813	0,670	0,776	0,750	15,0	15,0	15,0	15,0
Коэффициент финансовой устойчивости	0,870	0,896	0,891	0,876	13,5	13,5	13,5	13,5
Итого баллов	-	-	-	-	73,0	45,0	83,0	83,0
Класс финансовой устойчивости	-	-	-	-	2	3	2	2
Характеристика финансового состояния	-	-	-	-	Нормальное финансовое состояние	Среднее финансовое состояние	Нормальное финансовое состояние	Нормальное финансовое состояние

Результаты интегральной балльной оценки финансового состояния показывают, что исследуемое текстильное предприятие на протяжении шести лет характеризуется нормальным финансовым состоянием. Все финансовые показатели близки или превышают нормативные значения, кроме коэффициента финансовой независимости, значения которого меньше рекомендуемого в среднем около семи раз. Однако предприятие рентабельное и находится в зоне допустимого риска. Однако в начале 2013 года у компании обнаруживается недостаточная финансовая устойчивость. Мы можем предположить, что это связано с погашением долгосрочного кредита, который за 2012 год уменьшился на 2,5 млн р. Поэтому предприятие находилось в зоне высокого риска.

В заключение нашего исследования сведем результаты финансовой риск-оценки на конец 2017 года в таблицу 7.

Таблица 7

Результаты оценки финансового риска текстильного предприятия

Вид риска	Расчетная модель	Уровень риска на конец 2017 года
Риск потери платежеспособности	Абсолютные показатели ликвидности баланса	Зона критического риска
Риск потери финансовой устойчивости	Расчет покрытия запасов и затрат с помощью определенных источников финансирования	Безрисковая зона
Интегральная оценка финансового риска	Относительные показатели платежеспособности и структуры капитала	Зона допустимого риска

В заключение нашего исследования сформулируем ряд выводов:

1) анализируемое текстильное предприятие платежеспособно в краткосрочной перспективе. Рост финансовой задолженности, в части кредитов и займов, может привести к убыткам предприятия;

2) перекоп в структуре финансирования оборотных средств и нерациональное соотношение между группами активов и пассивов существенно повышают риск платежеспособности предприятия;

3) можно предположить, что критический риск предприятия связан с инвестиционной деятельностью. Исследуемый период времени характеризуется высоким уровнем дефицита собственных оборотных средств: 1346 тыс. р. на начало периода и 1556 тыс. р. на конец периода. Однако в период роста и развития предприятия эта ситуация считается нормальной.

Библиографический список

1. Воробьева О. Риск ликвидности предприятия: как оценить. URL: <https://www.fd.ru/articles/159494-risk-likvidnosti-predpriyatiya-kak-otsenit> (дата обращения: 28.09.2019).
2. Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ финансовой отчетности: учебник. 4-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2006. 368 с.
3. Ивановская область: меры государственной поддержки текстильного и швейного производства. URL: http://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/Ivanovskaya_oblast.Mery_gospodderzhki_tekstilnogo_i_shveyного_proizvodstva.pdf (дата обращения: 30.06.2019).
4. Предоставление данных бухгалтерской отчетности по запросам пользователей URL: http://www.gks.ru/accounting_report (дата обращения: 05.09.2019).
5. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: [12+]. 4-е изд., испр. Минск: РИПО, 2016. 374 с.
6. О коммерческой тайне: Федеральный закон от 29.07.2004 г. № 98-ФЗ (в ред. Федеральных законов от 18.04.2018 г. № 86-ФЗ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/ (дата обращения: 30.09.2019).

ББК 65.052.8

С. А. Плетюхина, Н. Е. Никошина

МОНИТОРИНГ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается возможность применения и влияние использования мониторинга системы внутреннего контроля в коммерческой организации с учетом проведения оценки операционной эффективности и эффективности дизайна контрольных процедур. Поднимаемая проблема является достаточно актуальной в условиях внедрения мониторинга в инфраструктуру организации, поскольку это позволяет обеспечить надежность функционирования системы внутреннего контроля, а также снизить риски принятия ошибочных решений.

Ключевые слова: мониторинг, система внутреннего контроля, эффективность дизайна контрольных процедур, операционная эффективность внутреннего контроля.

The article considers the possibility of application and the impact of the use of internal control monitoring in a commercial organization, taking into account the assessment of operational efficiency and effectiveness of the design of control procedures. The problem raised is quite relevant in the context of the implementation of monitoring in the infrastructure of the organization, as it allows to ensure the reliability of the internal control system, as well as to reduce the risks of making erroneous decisions.

Key words: monitoring, internal control system, efficiency of control procedures design, operational efficiency of internal control.

В соответствии со статьей 19 Федерального закона от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни [1].

Система внутреннего контроля (далее СВК) – это совокупность организационных структур, политик, процедур и действий, направленных на минимизацию рисков, путем осуществления внутреннего контроля ее деятельности в соответствии с принятыми внутренними документами (методиками, регламентами, процедурами) для обеспечения достижения ее целей [5].

Внутренний контроль, согласно модели COSO «Internal Control-Integrated Framework», состоит из пяти взаимосвязанных компонентов, которые исходят из способов ведения бизнеса и связаны с процессом его управления. Пять компонентов включают в себя: контрольную среду, оценку рисков, процедуры внутреннего контроля, информацию и коммуникацию, мониторинг.

Контрольная среда отражает позицию собственника руководства и самих работников относительно системы внутреннего контроля и понимания ее значения. К факторам контрольной среды относятся целостность, этические ценности, стиль и основные принципы управления, система распределения полномочий и обязанностей, ответственность, а также процессы управления и развития персонала в организации.

© Плетюхина С. А., Никошина Н. Е., 2019

В основе организации системы внутреннего контроля в коммерческой организации лежит риск-ориентированный подход. Он означает тесную интеграцию системы внутреннего контроля с процессами управления рисками, в результате которой обеспечивается своевременное и эффективное применение методов по управлению рисками с использованием эффективных механизмов системы внутреннего контроля. При этом руководство организации и ее сотрудники должны концентрировать усилия по построению и совершенствованию системы внутреннего контроля, в первую очередь, в тех областях деятельности, которые характеризуются наиболее высоким уровнем риска.

Процедуры внутреннего контроля представляют собой действия, направленные на минимизацию рисков, влияющих на достижение целей экономического субъекта. Они помогают обеспечить исполнение необходимых действий в отношении рисков, которые могут помешать организации в достижении её целей [2].

Важную роль в системе внутреннего контроля играют информационные системы, поскольку они содержат финансовую информацию, а также информацию по операционной деятельности и соблюдению законодательства, что позволяет управлять и контролировать бизнесом [5].

На наш взгляд наиболее значимым элементом СВК является мониторинг, так как он осуществляется в отношении всех остальных элементов внутреннего контроля с целью определения их эффективности и результативности, а также необходимости их изменения.

Определение «мониторинг» на сегодняшний день однозначно не сформулировано. По нашему мнению, мониторинг СВК – процесс постоянного и комплексного наблюдения за качеством работы и эффективностью системы внутреннего контроля.

Непрерывный мониторинг должен осуществляться в форме регулярного анализа результатов деятельности экономического субъекта, проверки результатов выполнения отдельных хозяйственных операций, регулярной оценки и уточнения внутренней организационно-распорядительной документации и в других формах.

Целью проведения мониторинга является оценка эффективности системы внутреннего контроля организации, в том числе ее способности обеспечить выполнение поставленных перед ней целей и задач, а также выяснение существенности недостатков системы [4].

В рамках оценки системы внутреннего контроля организациям следует оценивать как операционную эффективность, так и эффективность дизайна контрольных процедур. При этом под дизайном понимается совокупность внутренних организационно-распорядительных документов, подтверждающий факт существования системы внутреннего контроля.

Эффективный дизайн внутреннего контроля представляет собой такую организацию, при которой внутренний контроль достигает своей цели. Оценка эффективности дизайна внутреннего контроля позволяет выявить неэффективные, недостающие и дублирующие процедуры внутреннего контроля.

Оценка эффективности дизайна внутреннего контроля включает проверку описания дизайна внутреннего контроля и подтверждение дизайна внутреннего контроля.

Для проверки описания дизайна внутреннего контроля выполняются следующие действия:

а) ознакомление с матрицей рисков и процедур внутреннего контроля и проверка наличия процедур внутреннего контроля, направленных на минимизацию каждого риска;

б) формирование мнения о том, насколько принятые процедуры внутреннего контроля достаточны для минимизации риска;

в) проверка того, насколько описание процедур внутреннего контроля правильно и понятно;

г) подготовка списка вопросов и требуемой информации для проведения подтверждения дизайна внутреннего контроля [2].

Операционная эффективность внутреннего контроля означает, что внутренний контроль осуществляется в течение всего отчетного периода постоянно (без пропусков) в полном соответствии с утвержденным дизайном. Подтверждение операционной эффективности предполагает тестирование определенного объема доказательств осуществления внутреннего контроля в течение периода или выполнение определенного количества повторений процедур внутреннего контроля.

Для оценки эффективности дизайна и оценки операционной эффективности внутреннего контроля могут быть применены следующие способы:

а) опрос персонала экономического субъекта. Опрос проводится для того, чтобы оценить знания и квалификацию персонала, а также получить информацию о фактическом порядке совершения сделок и операций и осуществления внутреннего контроля;

б) наблюдение за совершением сделок и операций и осуществлением внутреннего контроля. Данный способ позволяет подтвердить факт осуществления внутреннего контроля;

в) проверка доказательств осуществления внутреннего контроля и его результатов. Данный способ применяется, когда осуществление внутреннего контроля и информация о выявленных ошибках с мерами по их устранению документируется;

г) повторное осуществление процедуры внутреннего контроля. Данный способ применяется, когда все остальные способы не обеспечивают достаточного доказательства эффективности внутреннего контроля, отсутствует его документальное оформление, а также когда внутренний контроль является автоматическим [2].

Для того чтобы убедиться в надежности информации, используемой для осуществления внутреннего контроля, при проведении оценки внутреннего контроля используются те же документы и информационные системы, которые используются персоналом экономического субъекта.

Результаты оценки внутреннего контроля оформляются документально, обсуждаются с исполнителями процедур внутреннего контроля и представляются руководству экономического субъекта. Объем, состав и формы документации определяются потребностями экономического субъекта.

При выявлении недостатков дизайна или операционной эффективности внутреннего контроля осуществляются следующие действия:

а) анализ характера и причин выявленных недостатков;

б) проведение при необходимости дополнительной проверки или тестирования;

в) определение приоритетов и составление плана устранения выявленных недостатков.

В плане устранения выявленных недостатков приводится:

- а) описание недостатка внутреннего контроля и сопутствующего ему риска;
- б) подробное описание действий, которые необходимо предпринять для устранения недостатка;
- в) лицо, ответственное за устранение недостатка;
- г) сроки устранения недостатка [4].

По истечении разумного срока после исправления недостатка проводится повторная оценка эффективности дизайна и операционной эффективности контроля, признанного ранее неэффективным.

Если мониторинг встроен в инфраструктуру организации и является частью ее сущности, то это позволяет обеспечить надежность функционирования СВК, а также снизить риски принятия ошибочных решений [3]. Внедрение мониторинга во все процессы деятельности организации способствует обеспечению выполнения планов, соблюдению действующего законодательства при осуществлении финансово-хозяйственной деятельности, снижению рисков принятия ошибочных управленческих решений, осуществлению эффективной и непрерывной работы системы внутреннего контроля.

Библиографический список

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 26.07.2019 г.). Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 24.09.2019).
2. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности». Доступ из СПС «КонсультантПлюс». URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.09.2019).
3. Козлова Т. В., Уколова М. К. Мониторинг как интеграционный элемент системы внутреннего контроля // Молодой ученый. 2016. № 8. С. 548–551. URL: <https://moluch.ru/archive/112/28124/> (дата обращения: 11.10.2019).
4. Разъяснение Х/2013 «Организация системы внутреннего контроля» // Фонд «НРБУ «БМЦ». URL: http://bmcenter.ru/Files/R_2013_Organizaciya_vnutrennego_kontrolya (дата обращения: 23.09.2019).
5. Рекомендация Р-44/2013-КпР «Методические рекомендации по организации и осуществлению внутреннего контроля» // Фонд «НРБУ «БМЦ». URL: http://bmcenter.ru/Files/mr_2013_KpT_CVKFO (дата обращения: 04.10.2019).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ББК 65.49-6

Т. А. Воронова, Ф. С. Жафярова, Н. С. Еловских

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН В МАГИСТРАТУРЕ С УЧЕТОМ ТРЕБОВАНИЙ ФГОС ВО И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ

Рассматриваются вопросы обоснования включения в учебный план магистерской программы подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика в аналитической экономике» четырех взаимосвязанных дисциплин. Доказывается, что усвоение учебного материала рассматриваемых дисциплин будет способствовать формированию у магистрантов общепрофессиональных и профессиональных компетенций, заданных в компетентностной модели ФГОС ВО по данному направлению подготовки

Ключевые слова: ФГОС ВО, профессиональные компетенции, профессиональный стандарт, обобщенные трудовые функции, трудовые функции, учебный план, система учебных дисциплин, направление подготовки, магистратура.

The article discusses the issues of justifying the inclusion in the curriculum of the master's program of training 09.04.03 "Applied Informatics in Analytical Economics" of four interrelated disciplines. It is proved that the assimilation of educational material of valuable academic disciplines will contribute to the formation of general professional and professional competencies set by undergraduates specified in the competence model of the Federal State Educational Standard of Higher Education in this area.

Key words: Federal State Standard of Higher Education, professional competencies, professional standard, generalized labor functions, labor functions, curriculum, system of academic disciplines, training programme, Master's programme.

Магистратура университета как особый тип педагогической системы в России направлена на формирование профессиональной компетентности будущего выпускника. Поэтому проектирование образовательного процесса должно опираться, как на выполнение требований ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки, так и на требования профессиональных стандартов (ПС). Кроме того, процесс образования будущего профессионала, отвечающего современным требованиям, должен:

- 1) носить максимально самостоятельный характер;
- 2) иметь исследовательскую направленность;
- 3) быть личностно-ориентированным;
- 4) способствовать освоению студентами профессиональных функций, определенных соответствующим ПС.

При реализации образовательной программы магистратуры необходимо создать условия для самореализации студентов в творческой и исследовательской деятельности через предоставление им возможности широкого вы-

© Воронова Т. А., Жафярова Ф. С., Еловских Н. С., 2019

бора системы учебных курсов, предполагающих разную степень включенности студента в исследование.

Такой тип организации учебной работы, как создание так называемых целеориентировочных форм обучения, включаясь в которые, студент готовит себя к работе с некоторой малоизученной или даже неразрешенной практической проблемой – становится эффективным средством подготовки профессионала-исследователя, способного в дальнейшем заниматься созданием новаций, осуществлять инновационную профессиональную деятельность.

Конкретным воплощением целеориентировочной формы обучения является выпускная квалификационная работа студента магистратуры (ВКР) (магистерская диссертация). Необходимо особо отметить, что наш опыт внедрения вышеназванных форм учебной работы свидетельствует о том, что требуется коренная перестройка проектирования содержания и технологий преподавания теоретических курсов, которые должны выступать в этом случае как средства, обеспечивающие каждому студенту вхождение в методологию, теорию и технологию выбранной проблемной области. Важнейшая цель теоретических учебных курсов состоит в обеспечении помощи каждому студенту в определении компонентов исследования, в раскрытии их содержания, в удовлетворении интересов и запросов студентов в плане разрабатываемой проблемы [1].

Вот почему в учебный план магистерской программы по направлению подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика в аналитической экономике» мы предлагаем включить четыре взаимосвязанные учебные дисциплины (УД):

УД 1 – «Организация исследовательской деятельности»;

УД 2 – «Технология научных исследований»;

УД 3 – «Защита конфиденциальной информации»;

УД 4 – «Основы научной деятельности» (см. рис.).

Учебная дисциплина «Организация исследовательской деятельности», призвана ввести студентов в методологию научного исследования, освоить логику и методы осуществления исследовательской работы. В рамках данной дисциплины изучаются понятия: научное исследование, цель, предмет, объект, гипотеза и т. д., основные принципы исследовательской деятельности; классификация и виды исследований; составление и анализ сметы НИР; основы патентно-исследовательской деятельности; этапы научно-исследовательской работы; отчет о НИР и НИОКР (ГОСТ 7.32-2001). Завершает курс зачет, причем каждый магистрант к зачету обязан подготовить проект на конкурс, написать и сдать минимум одну публикацию в сборник.

Во втором семестре учебным планом предусмотрено включение дисциплины «Технология научных исследований». В процессе обучения студентам предлагается следующий порядок: выбор темы диссертации; обоснование ее актуальности; формулирование цели и задачи диссертационного исследования; изучение и анализ теоретических основ исследования, выбор методов исследования, изучение нормативно-технической документации, справочной литературы и законодательных актов в соответствии с выбранной темой диссертации; определение целесообразности их применения; сбор, технология и анализ материала для выполнения диссертации; определение и обоснование научной новизны диссертации; разработка календарного плана мероприятий. Решающим критерием при оценке результатов изучения данного курса в

рамках подготовки к зачету является публикация тезисов и выступление на конференции с докладом.

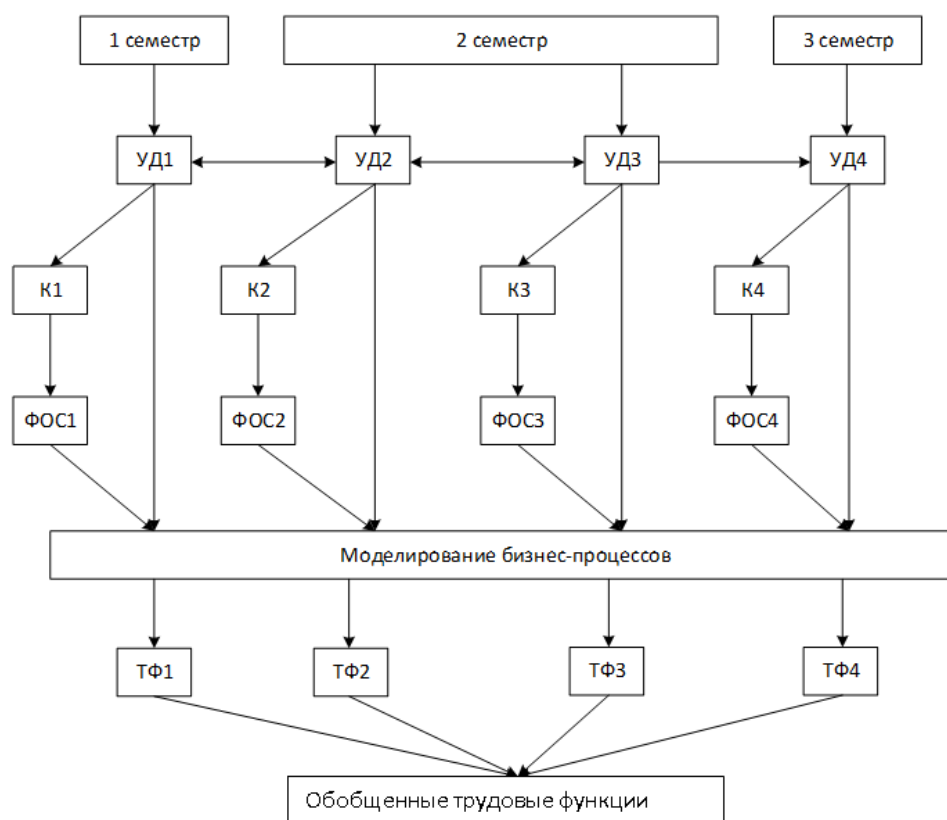


Рис. Магистерская программа 09.04.03. Прикладная информатика в аналитической экономике

Особое внимание следует обратить на включение в учебный план второго семестра дисциплины «Защита конфиденциальной информации». При ее освоении студентами делается упор на изучение правовых основ защиты конфиденциальной информации; методов организации защиты различных видов конфиденциальной информации на предприятии и порядка разработки и реализации мер по защите сведений в научных, опытно-конструкторских и аналитических исследованиях; рассмотрение вариантов программно-математических средств защиты информации; нормативно-методического обеспечения и документирования информации. Изучение данной дисциплины так же завершается зачетом, к которому необходимо подготовить публикацию, подтверждающую новизну рассматриваемой темы диссертации, например, Программу ЭВМ, которую необходимо зарегистрировать в Реестре в РОСПАТЕНТ или подготовить статью для опубликования в журналах, рекомендованных ВАК.

В третьем семестре при изучении дисциплины «Основы научной деятельности» следует обратить внимание на еще один существенный момент: ВКР выполняются на правах рукописи, но в тоже время тексты должны отвечать требованиям, которые предъявляются к печатным работам. В связи с

этим в рамках данной дисциплины предусматривается изучение системы стандартов по информации к отчету о НИР: ГОСТы: 7.32.-2001, 7.1.-2003, 7.0.5.-2008; выполнение подготовительных, аналитических, расчетно-графических и других работ, связанных с подготовкой и оформлением диссертации; изучение требований по оформлению диссертации; подготовка документов к защите диссертации. К зачету допускаются магистранты, которые подготовят отчет по НИР, статью в рецензируемый журнал и составят список трудов в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Анализ содержания компетенций (паспорт компетенции) и содержания учебных дисциплин (рабочая программа) позволил их соотнести, что отражено в таблице 1.

Таблица 1

**Сопряжение общепрофессиональных и профессиональных компетенций
с учебными дисциплинами**

Профессиональные компетенции	УД 1	УД 2	УД 3	УД 4
ОПК-2 – способность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	+	-	+	-
ОПК-3 – способность исследовать современные проблемы и методы прикладной информатики и научно-технического развития ИКТ	+	-	-	-
ОПК-6 – способность к профессиональной эксплуатации современного электронного оборудования в соответствии с целями основной образовательной программы магистратуры	+	+	-	-
ПК-2 – способность формализовать задачи прикладной области, при решении которых возникает необходимость использования количественных и качественных оценок	-	+	+	-
ПК-4 – способность проводить научные эксперименты, оценивать результаты исследований	+	+	-	+
ПК-14 – способность принимать эффективные проектные решения в условиях неопределенности и риска	-	-	+	-

Таким образом, включенные в учебный план данные учебные дисциплины, будут способствовать формированию приведенных выше профессиональных компетенций, что обеспечит реализацию компетентностной модели выпускника магистратуры в образовательном процессе. Однако сегодня важной позицией является сопряжение учебного плана и с профессиональным стандартом, определяющим обобщенные трудовые функции (ОТФ), трудовые функции (ТФ) и трудовые действия (ТД) для конкретных профессий, к которым готовятся студенты.

Покажем, как связаны вышеперечисленные компетенции с ОТФ и ТФ, включенные в Профессиональные стандарты «Специалист по информационным системам» с уровнями квалификации [2].

Таблица 2

Обобщенные трудовые функции для каждого уровня квалификации

Уровень квалификации	Обобщенная трудовая функция
4	Техническая поддержка процессов создания (модификации) и сопровождения информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы
5	Выполнение работ по созданию (модификации) и сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы
6	Выполнение работ и управление работами по созданию (модификации) и сопровождению информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы
7	Управление работами по сопровождению и проектами создания (модификации) информационных систем, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы

С целью анализа формирования последовательности и состава ПК проведем сравнение трудовых функций на 6 и 7 уровнях квалификации на примере функциональной области «Моделировании бизнес-процессов заказчика».

На шестом уровне квалификации:

1) документирование существующих бизнес-процессов организации заказчика (реверс-инжиниринг бизнес-процессов организации):

- сбор исходных данных у заказчика;
- описание бизнес-процессов на основе исходных данных;
- согласование с заказчиком описания бизнес-процессов;
- утверждение у заказчика описания бизнес-процессов.

2) разработка модели бизнес-процессов заказчика:

- сбор исходных данных у заказчика;
- разработка модели бизнес-процессов;
- согласование с заказчиком модели бизнес-процессов;
- утверждение у заказчика модели бизнес-процессов.

3) адаптация бизнес-процессов заказчика к возможностям ИС:

- сбор исходных данных у заказчика;
- моделирование бизнес-процессов в ИС;
- анализ функциональных разрывов и корректировка на его основе существующей модели бизнес-процессов;
- согласование с заказчиком предлагаемых изменений;
- утверждение у заказчика предлагаемых изменений.

На шестом профессиональном уровне возможны должности: бизнес-аналитик, ведущий специалист по внедрению ИС; ведущий консультант по ИС, руководитель сервисной службы.

Трудовые функции при моделировании бизнес-процессов заказчика на седьмом уровне квалификации включают адаптацию бизнес-процессов заказчика к возможностям типовой ИС, а именно:

1) разработка инструментов и методов документирования существующих бизнес-процессов организации заказчика (реверс-инжиниринга бизнес-процессов организации):

– разработка инструментов и методов сбора исходных данных у заказчика;

2) разработка инструментов и методов проектирования бизнес-процессов заказчика:

– разработка инструментов и методов сбора исходных данных у заказчика;

– разработка и выбор инструментов и методов проектирования бизнес-процессов;

3) разработка инструментов и методов адаптации бизнес-процессов заказчика к возможностям ИС:

– разработка инструментов и методов сбора исходных данных у заказчика;

– разработка и выбор инструментов и методов моделирования бизнес-процессов в ИС;

– разработка и выбор инструментов и методов анализа функциональных разрывов.

На седьмом профессиональном уровне возможны должности: руководитель группы (отдела) внедрения ИС, руководитель группы (отдела) сопровождения ИС.

На основе анализа результатов сравнения следует, что выпускники направления подготовки 09.04.03 «Прикладная информатика в аналитической экономике» при трудоустройстве на соответствующую должность будут ориентироваться на трудовые действия, выраженные в соответствующих компетенциях, на основе которых и определяются должностные инструкции.

Таким образом, обобщенные трудовые функции, трудовые действия, знания и умения, сформулированные в ПС, дают основания для определения профессиональных компетенций, которые будут формироваться в ходе изучения определенных дисциплин. Тематики ВКР также будет определяться с учетом этих профессиональных компетенций, именно они будут определять логику и последовательность выстраивания самих дисциплин, программы практики.

Разработанные нами учебные дисциплины направлены на формирование как компетенций, заявленных во ФГОС ВО, так и компетенций, сопряженных с Профессиональным стандартом «Специалист по информационным системам». Это позволит выпускникам магистратуры более эффективно адаптироваться в условиях рынка, повысит их конкурентоспособность.

Библиографический список

1. Воронова Т. А. Исследовательское обучение как основа проектирования педагогического процесса в магистратуре // Образовательный процесс в университете: реалии и совершенствование : сб. науч.-метод. статей. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2013. С. 273–277.
2. Профессиональные стандарты «Специалист по информационным системам» и «Руководитель проектов в области информационных технологий». М. : ООО «1С-Паблишинг», 2015. URL: <http://www.publishing@1c.ru>, books.1c.ru (дата обращения: 05.02.2018).

ББК 65.49-6

С. М. Сафаров

О МЕРАХ ПО РАЗВИТИЮ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Статья посвящена необходимости развития инфраструктуры по подготовке социальных предпринимателей. В ходе создания инфраструктуры необходимо учитывать условия, в которых развивается социальное предпринимательство.

Ключевые слова: социальное предпринимательство, обучение социальных предпринимателей.

The article is devoted to the necessity for development of infrastructure for social entrepreneurs training. Infrastructure development should take into account conditions in which social entrepreneurship exists.

Key words: social entrepreneurship, training of social entrepreneurs.

Современный этап развития социального предпринимательства насчитывает немногим более 10 лет (с момента начала активной деятельности фонда «Наше будущее» в 2007 году). Существенной характеристикой данного этапа стал постепенный отход от благотворительной поддержки социально значимых проектов и переход к приоритетной поддержке тех проектов, которые основаны на самокупаемости и способны генерировать финансовые потоки.

Следствием изменившегося подхода стало постепенное развитие сферы социального предпринимательства, направленного на решение (смягчение) тех социальных проблем, которые не могут быть решены в силу ряда факторов ни рынком, ни действующей социальной инфраструктурой.

Определённый прогресс в развитии социального предпринимательства, несомненно, есть: развивается нормативно-правовая база, регулирующая данную сферу, создаются условия для доступа негосударственных организаций на рынок оказания социальных услуг, функционируют институты поддержки социального предпринимательства (например, фонд социальных региональных программ «Наше будущее», Агентство стратегических инициатив и др.). Однако необходимо признать, что процесс развития института социального предпринимательства находится на начальном этапе и требуются дальнейшая комплексная и системная работа в этом направлении.

Одной из проблем, с которыми сталкиваются предприниматели, решившие развивать бизнес в сфере социального предпринимательства, является необходимость развития компетенций для успешного управления своими проектами. Это обуславливает необходимость совершенствования на региональном и муниципальном уровнях системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров с учётом специфики данной сферы (по сравнению с «классическим» предпринимательством, целью которого является максимизация прибыли), также с учётом многообразия направлений социального предпринимательства.

Определённые меры по развитию инфраструктуры подготовки и развития компетенций социальных предпринимателей в российской системе образования уже реализуются.

© Сафаров С. М., 2019

Так, на базе ведущих российских вузов и федеральных университетов с недавнего времени запущены программы профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации в данной области:

- Казанский федеральный университет: программа профессиональной переподготовки «Предпринимательская деятельность. Социальное предпринимательство» [1];

- Северо-Кавказский федеральный университет: «Управление проектами и инновациями в сфере социального предпринимательства и некоммерческого сектора экономики» [2];

- Высшая школа экономики совместно с фондом «Наше будущее»: Мастер управления в социальном предпринимательстве «Социальные инновации и предпринимательстве» [3];

- Высшая школа менеджмента (Санкт-Петербургский государственный университет): «Управление проектами в сфере социального предпринимательства» [4];

- РЭА имени Г. В. Плеханова: «Корпоративное и социальное предпринимательство» [5].

Помимо этого, на базе фонда «Наше будущее» функционирует лаборатория социального предпринимательства, в рамках которой успешные социальные предпринимателями делятся секретами успеха своих проектов с желающими развивать свой бизнес в сфере социального предпринимательства.

Кроме того, на базе региональных центров инноваций в социальной сфере (ЦИСС) созданы и функционируют школы социального предпринимательства (например, ЦИСС в Омске и Нижнем Новгороде).

Уже реализуемые меры в области подготовки социальных предпринимателей свидетельствуют о том, что государство, решая задачу развития образовательной инфраструктуры социального предпринимательства, привлекает к данному вопросу не только Министерство образования, но и другие профильные структуры (так, ЦИССы в регионах создаются на условиях совместного финансирования указанных организаций из регионального и федерального бюджета). Значительная роль в развитии системы подготовки социальных предпринимателей принадлежит и негосударственным структурам (например, фонд «Наше будущее»).

Несмотря на очевидные позитивные моменты, на наш взгляд, в системе подготовки социальных предпринимателей на текущем этапе есть ряд узких мест.

1. Ограниченность регионов, в которых реализуются программы подготовки, повышения квалификации и профессиональной переподготовки социальных предпринимателей на уровне вузов, приводит к тому, что потенциал данного сектора экономики остаётся не задействованным.

2. Недостаточный уровень проникновения инфраструктуры развития социального предпринимательства в регионы. Так, например, неготовность регионов участвовать в софинансировании расходов на создание и функционирование ЦИСС приводит недостаточному быстрому развитию указанных организаций в регионах (одна из задач данных объектов инфраструктуры заключается в повышении квалификации предпринимателей в области социального предпринимательства).

3. Недостаточный учёт ниш возможного использования социального предпринимательства и отсутствие программ обучения выявленных целевых групп вопросам социального предпринимательства. Так, например, социальное предпринимательство может быть эффективным инструментом развития

института территориального общественного самоуправления [6, с. 294–300; 7, с. 133–145; 8, с. 82–85]. Территориальные общины являются центром инноваций, которые могут выступить в качестве субъекта предпринимательской деятельности и решать задачи развития своей территории за счёт социального предпринимательства. Однако на муниципальном уровне не создано условий для того, чтобы сотрудники указанных организаций могли повышать квалификацию в области социального предпринимательства.

4. Стоимость обучения по программам профессиональной переподготовки для социальных предпринимателей представляется чрезмерно высокой. Это резко снижает количество предпринимателей желающих пройти переподготовку по данному направлению. Фактор высокой стоимости также приводит к тому, что учатся по данному направлению только те предприниматели, которые хотят развивать бизнес, требующий значительный объём вложений (например, открытие пансионатов для лиц пожилого возраста). При этом надо помнить, что социальное предпринимательство – это, прежде всего, малый и микробизнес, и руководители данных организаций уже не могут позволить себе обучение по таким программам.

5. Практически отсутствует государственный или муниципальный заказ на обучение социальных предпринимателей (по аналогии с курсами обучения предпринимателей, заказчиками которых выступают центры занятости населения, иные государственные и муниципальные заказчики).

Вышеизложенное обуславливает необходимость дальнейших мер, направленных на развитие системы подготовки социальных предпринимателей:

1) разработка на базе региональных учебных заведений программ подготовки и переподготовки специалистов в области социального предпринимательства, учитывающих опыт вузов, уже реализующих подобные программы, а также возможные ниши использования социального предпринимательства в своих регионах;

2) реализация учебными организациями такой ценовой политики по программам обучения социальных предпринимателей, которая позволит вовлечь в образовательный процесс максимальное количество предпринимателей с учётом размера их бизнеса и возможных размеров инвестиций;

3) использование в ходе образовательного процесса модульной системы обучения, позволяющей учесть потребности и уровень предварительной подготовки всех целевых групп. Модульное обучение позволит слушателю сделать выбор: необходим весь курс обучения или же достаточно изучить один или несколько модулей;

4) максимальная практикоориентированность обучения, позволяющая максимально быстро применить на практике полученные знания и получить результат. В этом смысле весьма перспективным направлением подготовки студентов является возможность подготовки к окончанию обучения не просто собственного проекта в области социального предпринимательства, но и регистрация фирмы с целью его запуска;

5) использование в образовательном процессе системы менторства, позволяющего социальному предпринимателю не только снизить издержки при создании запуске проекта, но и оценить предрасположенность предпринимателя к тому или иному виду деятельности;

6) развитие на региональном уровне инфраструктуры развития социального предпринимательства, включая такие элементы обучающей инфраструктур-

туры, как центры инноваций в социальной сферы, ресурсные центры, иные околосударственные и негосударственные элементы инфраструктуры;

7) стимулирование развития идей социального предпринимательства во всех секторах, где оно может использоваться и решать конкретные задачи развития выявленных секторов. Содействие развитию обучающей инфраструктуры (дополнение действующих программ обучения программами из сферы социального предпринимательства);

8) изыскание возможностей софинансирования обучающей инфраструктуры для социальных предпринимателей из средств муниципального и регионального бюджетов, а также из внебюджетных источников.

Предложенные меры должны дополнить комплекс мероприятий, уже реализуемый на государственном, региональном и муниципальном уровнях, быть вписаны в действующие и разрабатываемые программы развития территории. Результат их использования придаст дополнительный синергетический эффект в виде развития сферы социального предпринимательства в различных регионах страны.

Библиографический список

1. Сайт Казанского (Приволжского) федерального университета. Образовательная программа «Предпринимательская деятельность. Социальное предпринимательство». URL: https://kpfu.ru/portal/docs/F_1014634073/programma.po.soc.predpr_vu.pdf (дата обращения: 24.07.2019).
2. Сайт Северо-Кавказского федерального университета. Образовательная программа «Управление проектами и инновациями в сфере социального предпринимательства и некоммерческого сектора региона». URL: http://www.ncfu.ru/uploads/op_2019/mag/op_38.04.04_Upravlenie-proektami-i-innovacijami-v-sfere-soc-predprinimatelstva-i-nekommerch-sektora-regiona_2019.pdf (дата обращения: 24.07.2019).
3. Сайт НИУ ВШЭ. Образовательная программа Мастер управления в социальном предпринимательстве «Социальные инновации и предпринимательство», 2019. URL: https://busedu.hse.ru/catalog/249796836.html?_r=138051552743683.2567&__t=4450094&__r=OK (дата обращения: 24.07.2019).
4. Сайт Высшей школы менеджмента при Санкт-Петербургском государственном университете. Образовательная программа «Управление проектами в области социального предпринимательства». URL: https://gsom.spbu.ru/all_news/event/2018_10_26/ (дата обращения: 24.07.2019).
5. Сайт РЭУ имени Г. В. Плеханова. Информация об образовательной программе «Корпоративное и социальное предпринимательство». URL: <https://www.rea.ru/ru/org/faculties/mngfak/programms/Pages/2018/mag-korp-i-soc-predprinimatelstvo.aspx> (дата обращения: 24.07.2019).
6. Сафаров С. М. Социальное предпринимательство и социальный маркетинг как инструменты управления развитием территориальных общин // Развитие образовательных программ подготовки социальных предпринимателей: методология и практика – 2017 : сб. Междунар. науч.-практ. конф. М. : Изд-во ЭСТАМП, 2017. С. 294–300.
7. Сафаров С. М. Социальное предпринимательство как инструмент развития региональной экономики (социокультурный подход) // Многоуровневое общественное воспроизводство: вопросы теории и практики : сб. науч. тр. / под ред. Б. Д. Бабаева, Е. Е. Николаевой. Иваново : Иван. гос. ун-т, 2017. Вып. 12 (28). С. 133–145.
8. Сафаров С. М. Социальное предпринимательство как ресурс развития территории // Управление городом: теория и практика. 2016. № 2. С. 82–85.

Сведения об авторах

БАБАЕВ доктор экономических наук,
Бронислав Дмитриевич ведущий научный сотрудник
Научно-образовательного центра
интеграции науки и образования,
Ивановский государственный университет.
politeconom@rambler.ru

БАБАЕВ кандидат экономических наук,
Дмитрий Брониславович доцент кафедры теории управления,
Ивановский филиал РАНХиГС.
bdbbdb@mail.ru

БАЛАБАНОВА кандидат экономических наук, доцент,
Наталья Владимировна доцент кафедры экономики и организации
предпринимательства,
Ивановский государственный университет.
nvbalabanova@mail.ru

БОРОВКОВА кандидат экономических наук,
Наталья Владимировна доцент кафедры экономической теории
и региональной экономики,
Ивановский государственный университет.
bnv7777@yandex.ru

ВОРОНОВА кандидат педагогических наук, доцент,
Тамара Александровна профессор кафедры непрерывного психолого-
педагогического образования,
Ивановский государственный университет.
vta5519@yandex.ru

ГОЛОВКИН аспирант кафедры экономики и организации
Дмитрий Сергеевич предпринимательства,
Ивановский государственный университет.
dm-golovkin@yandex.ru

ДАНИЛОВА кандидат экономических наук,
Светлана Вадимовна доцент кафедры информационных технологий
в экономике и организации производства,
Ивановский государственный университет.
swdanilova@mail.ru

- ЕВСТАФЬЕВА** магистрантка 2-го года обучения
Елизавета Сергеевна по образовательной программе 09.04.03
«Прикладная информатика (Прикладная информатика в аналитической экономике)»,
Ивановский государственный университет.
liza.evstafeva@mail.ru
- ЕЛОВСКИХ** магистрантка 1-го года обучения
Надежда Сергеевна по образовательной программе 09.04.03
«Прикладная информатика (Прикладная информатика в аналитической экономике)»,
Ивановский государственный университет.
elovskih.nadia@yandex.ru
- ЖАФЯРОВА** кандидат технических наук, доцент,
Флера Сабирулловна доцент кафедры информационных технологий
в экономике и организации производства,
Ивановский государственный университет.
flera-sab@ya.ru
- ИБРАГИМОВА** доктор экономических наук,
Розалия Савиевна зав. кафедрой экономики и организации
предпринимательства,
Ивановский государственный университет.
irozalia@hotmail.ru
- ИЛЬИНЦЕВА** магистрантка 2-го года обучения
Алена Александровна по образовательной программе 09.04.03
«Прикладная информатика (Прикладная информатика в аналитической экономике)»,
Ивановский государственный университет.
kolobo4ek_love_you@mail.ru
- КАЗАРЯН** магистрантка 2-го года обучения
Стелла Вигеновна по направлению «Общий и стратегический
менеджмент»,
Ивановский государственный университет.
ste-ka_96@mail.ru
- КРЮКОВА** магистрантка 3-го года обучения
Юлия Владимировна по образовательной программе 09.04.03
«Прикладная информатика (Прикладная информатика в аналитической экономике)»,
Ивановский государственный университет.
ms.vip.kryukova@mail.ru
- МИРОЛЮБОВА** доктор экономических наук, доцент,
Анастасия Александровна профессор кафедры менеджмента,
Ивановский государственный университет.
mirolubowa@mail.ru

- НИКОЛАЕВА Елена Евгеньевна** доктор экономических наук,
заведующая кафедрой экономической теории
и региональной экономики,
Ивановский государственный университет.
dvn2002@yandex.ru
- НИКОШИНА Наталья Евгеньевна** магистрантка 1-го года обучения
экономического факультета,
Ивановский государственный университет.
natalja-97@yandex.ru
- ОКОЛОТИН Владимир Сергеевич** доктор исторических наук,
доцент кафедры истории России,
Ивановский государственный университет.
okolotin.vladimir@yandex.ru
- ПЛЕТЮХИНА Светлана Альбертовна** кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономического анализа и
бухгалтерского учета,
Ивановский государственный университет.
svtiv@mail.ru
- САФАРОВ Сурен Мартуниевич** кандидат экономических наук,
директор ООО «СИНЕРГИЯ», г. Калуга.
suren_run@mail.ru
- УТКИН Алексей Игоревич** магистрант 1-го года обучения
кафедры экономического анализа и
бухгалтерского учета,
Ивановский государственный университет.
alexeyutkin98@mail.ru
- ФОМИНА Наталья Владиславовна** кандидат исторических наук,
доцент кафедры менеджмента
и технологии бизнеса,
Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова.
fomina_nv77@mail.ru
- ШИТИК Елена Владимировна** кандидат технических наук, доцент,
доцент кафедры экономического анализа
и бухгалтерского учета,
Ивановский государственный университет.
shitik_65@mail.ru
- ЯКОВЛЕВА Алина Вячеславовна** магистрантка 2-го года обучения
экономического факультета,
Ивановский государственный университет
alina21agapova@yandex.ru

ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ АВТОРОВ

«ВЕСТНИКА ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА»

1. В журнал принимаются материалы в электронном виде на дискете стандартного формата с приложением одного экземпляра распечатки на белой бумаге.

Максимальный размер статьи — 1,0 авт. л. (20 страниц текста через 1,5 интервала, 30 строк на странице формата А4, не более 65 знаков в строке, выполненного в редакторе Microsoft Word шрифтом Times New Roman или Times New Roman Cyr, кегль 14), сообщения — 0,5 авт. л. (10 страниц).

2. Материал для журнала должен быть оформлен в следующей последовательности: **УДК** (для естественных и технических специальностей), **ББК** (в библиографическом отделе библиотеки ИвГУ); на русском и английском языках: **инициалы и фамилия автора, название материала**, для научных статей — **аннотация** (объемом 10—15 строк), **ключевые слова; текст статьи** (сообщения).

3. Библиографические источники должны быть пронумерованы в алфавитном порядке, ссылки даются в тексте статьи в скобках в строгом соответствии с пристатейным списком литературы. Библиографическое описание литературных источников к статье оформляется в соответствии с ГОСТами 7.1—2003, 7.0.5—2008. В каждом пункте библиографического списка, составленного в алфавитном порядке (сначала произведения на русском языке, затем на иностранном), приводится одна работа. В выходных сведениях обязательно указание издательства и количества страниц, в ссылке на электронный ресурс — даты обращения.

4. Фотографии, прилагаемые к статье, должны быть черно-белыми, контрастными, рисунки — четкими.

5. В конце представленных материалов следует указать полный почтовый адрес автора, его телефон, фамилию, имя, отчество, ученую степень, звание, должность. Материал должен быть подписан всеми авторами.

6. Направление в редакцию ранее опубликованных и принятых к печати в других изданиях работ не допускается.

7. Редакция оставляет за собой право осуществлять литературную правку, коррекмирование и сокращение текстов статей.

8. Рукописи аспирантов публикуются бесплатно.

ПРАВИЛА РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ СТАТЕЙ

1. Статьи авторов, являющихся преподавателями, сотрудниками или обучающимися ИвГУ, принимаются редакционной коллегией соответствующей серии (выпуска) на основании письменного решения (рекомендации) кафедры или научного подразделения ИвГУ и рецензии доктора наук, не являющегося научным руководителем (консультантом), руководителем или сотрудником кафедры или подразделения, где работает автор.

2. Статьи авторов, не работающих и не обучающихся в ИвГУ, принимаются редакционной коллегией соответствующей серии (выпуска) на основании рекомендации их вуза или научного учреждения и рецензии доктора наук, работающего в ИвГУ.

3. Поступившие статьи проходят далее рецензирование одного из членов редколлегии соответствующей серии (выпуска), являющегося специалистом в данной области.

4. Статья принимается к публикации при наличии двух положительных рецензий и положительного решения редколлегии серии (выпуска). Порядок и очередность публикации статьи определяются в зависимости от объема публикуемых материалов и тематики выпуска.

5. В случае отклонения статьи автору направляется аргументированный отказ в письменной (электронной) форме. Авторы имеют право на доработку статьи или ее замену другим материалом.

**ВЕСТНИК
ИВАНОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Серия «Экономика»
2019. Вып. 3 (41)**

Издается в авторской редакции

директор издательства *Л. В. Михеева*
технический редактор *И. С. Сибирева*
компьютерная верстка *Т. Б. Земсковой, С. Г. Коноваловой*

Дата выхода в свет 28.11.2019 г.
Формат 70 × 108¹/₁₆. Уч.-изд. л. 6,5.

Издательство «Ивановский государственный университет»

✉ 153025 Иваново, ул. Ермака, 39

☎ (4932) 93-43-41. E-mail: publisher@ivanovo.ac.ru