

РОССИЙСКАЯ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ
БИБЛИОТЕКА



ECONOMICS

DECEMBER
2019
No. 5 (43)

ECONOMIC THEORY AND BUSINESS PROCESS

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)



ROLE OF ANALYSIS OF FINANCIAL
CONDITION IN THE DEVELOPMENT
OF FINANCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE
(Khojiboev M.Sh.) p.55

THE ROLE OF FARMERS
IN THE WORLD ECONOMY
(Ahmedov U.K.) p.62

ISSN 2410-289X



9 772410 289009

Economics

№ 5 (43), 2019

EDITOR IN CHIEF
Valtsev S.

EDITORIAL BOARD JOURNAL

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Skripko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia).

EDITORIAL BOARD PUBLISHING HOUSE

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (D.Sc. in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bobrova N.A.* (Doctor of Laws, Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Borodaj V.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagonich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD in Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divnenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dmitrieva O.A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamuldinov V.* (PhD in Laws, Kazakhstan), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Zelenkov M.YU.* (D.Sc. in Political Sc., PhD in Military Sc., Russian Federation), *Ibadov R.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Republic of Uzbekistan), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Klinkov G.T.* (PhD in Pedagogic Sc., Bulgaria), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravicova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kulikova E.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Lukienko L.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Muradov Sh.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Musaev F.* (D.Sc. in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Nabiev A.* (D.Sc. in Geoinformatics, Azerbaijan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rakhimbekov S.* (D.Sc. in Engineering, Kazakhstan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Romanenkova Yu.* (D.Arts, Ukraine), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Rumyantsev D.* (D.Sc. in Biological Sc., Russian Federation), *Sankov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skripko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Sukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD in Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Khiltukhina E.* (D.Sc. in Philosophy, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

© «ECONOMICS»

© PUBLISHING HOUSE «PROBLEMS OF SCIENCE»

ISSN 2410-289X (Print)

ISSN 2541-7797 (Online)

Economics

№ 5 (43), 2019

Российский импакт-фактор: 0,21

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Вальцев С.В.

Заместитель главного редактора: Ефимова А.В.

Издается с 2014 года

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Подписано в печать:
06.12.2019

Дата выхода в свет:
09.12.2019

Формат 70x100/16.

Бумага офсетная.

Гарнитура «Таймс».

Печать офсетная.

Усл. печ. л. 5,36

Тираж 1 000 экз.

Заказ № 2859

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ПРОБЛЕМЫ
НАУКИ»

Территория
распространения:
зарубежные
страны, Российская
Федерация

Журнал
зарегистрирован
Федеральной
службой по надзору
в сфере связи,
информационных
технологий и
массовых
коммуникаций
(Роскомнадзор)
Свидетельство ПИ №
ФС 77 - 60216

Свободная цена

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Акубаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Курпаялиди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Алиева В.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Акубаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Аликулов С.Р.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Ананьева Е.П.* (д-р филос. наук, Украина), *Асатурова А.В.* (канд. мед. наук, Россия), *Аскарходжаев Н.А.* (канд. биол. наук, Узбекистан), *Байтасов Р.Р.* (канд. с.-х. наук, Белоруссия), *Бакико И.В.* (канд. наук по физ. воспитанию и спорту, Украина), *Бахор Т.А.* (канд. филол. наук, Россия), *Баулина М.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Блейх Н.О.* (д-р ист. наук, канд. пед. наук, Россия), *Боброва Н.А.* (д-р юрид. наук, Россия), *Богомолов А.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Бородай В.А.* (д-р социол. наук, Россия), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Гавриленкова И.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Гарагонич В.В.* (д-р ист. наук, Украина), *Глуценко А.Г.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Гринченко В.А.* (канд. техн. наук, Россия), *Губарева Т.И.* (канд. юрид. наук, Россия), *Гутникова А.В.* (канд. филол. наук, Украина), *Датий А.В.* (д-р мед. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Дмитриева О.А.* (д-р филол. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Есенова К.У.* (д-р филол. наук, Казахстан), *Жамулидинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Казахстан), *Жолдошев С.Т.* (д-р мед. наук, Кыргызская Республика), *Зеленков М.Ю.* (д-р полит. наук, канд. воен. наук, Россия), *Ибадов Р.М.* (д-р физ.-мат. наук, Узбекистан), *Ильинских Н.Н.* (д-р биол. наук, Россия), *Кайрабаев А.К.* (канд. физ.-мат. наук, Казахстан), *Кафтаева М.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Киквидзе И.Д.* (д-р филол. наук, Грузия), *Клишков Г.Т.* (PhD in Pedagogic Sc., Болгария), *Кобланов Ж.Т.* (канд. филол. наук, Казахстан), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Кравцова Т.М.* (канд. психол. наук, Казахстан), *Кузьмин С.Б.* (д-р геогр. наук, Россия), *Куликова Э.Г.* (д-р филол. наук, Россия), *Курманбаева М.С.* (д-р биол. наук, Казахстан), *Курпаялиди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Линькова-Даниельс Н.А.* (канд. пед. наук, Австралия), *Лукиченко Л.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Макаров А. Н.* (д-р филол. наук, Россия), *Мацаренко Т.Н.* (канд. пед. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Мурадов Ш.О.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Мусаев Ф.А.* (д-р филос. наук, Узбекистан), *Набиев А.А.* (д-р наук по геонформ., Азербайджанская Республика), *Назаров Р.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Наумов В. А.* (д-р техн. наук, Россия), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Радкевич М.В.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Рахимбеков С.М.* (д-р техн. наук, Казахстан), *Розьходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Романенкова Ю.В.* (д-р искусствоведения, Украина), *Рубцова М.В.* (д-р социол. наук, Россия), *Румянцев Д.Е.* (д-р биол. наук, Россия), *Самков А. В.* (д-р техн. наук, Россия), *Саньков П.Н.* (канд. техн. наук, Украина), *Селитренникова Т.А.* (д-р пед. наук, Россия), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Сопов А.В.* (д-р ист. наук, Россия), *Стрекалов В.Н.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Стукаленко Н.М.* (д-р пед. наук, Казахстан), *Субачев Ю.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Сулейманов С.Ф.* (канд. мед. наук, Узбекистан), *Трезуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Упоров И.В.* (канд. юрид. наук, д-р ист. наук, Россия), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Хилтухина Е.Г.* (д-р филос. наук, Россия), *Цицулян С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения), *Чилдазе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шамшина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

© ЖУРНАЛ «ECONOMICS»

© ИЗДАТЕЛЬСТВО «ПРОБЛЕМЫ НАУКИ»

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	5
<i>Timofeeva V.V., Zakharov D.V.</i> (Russian Federation) CONCEPTUAL MODELING IN PROJECT MANAGEMENT / <i>Тимофеева В.В., Захаров Д.В.</i> (Российская Федерация) КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ.....	5
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ	8
<i>Androsov A.S.</i> (Russian Federation) INTEGRATED SOCIO-ECONOMIC PROGRAM FOR THE DEVELOPMENT OF MUNICIPAL EDUCATION AND WAYS OF ITS FORMATION / <i>Андросов А.С.</i> (Российская Федерация) КОМПЛЕКСНАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПУТИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ.....	8
<i>Soloviev V.I., Milovanova M.S.</i> (Russian Federation) DIGITAL FRANCHISING AS A SPECIAL BUSINESS TYPE WITH DIGITAL TRANSFORMATION OF THE SOCIETY / <i>Соловьев В.И., Милованова М.С.</i> (Российская Федерация) ЦИФРОВОЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОСОБЫЙ ВИД БИЗНЕСА ПРИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА.....	12
<i>Khayitov O.E., Eshboev A.O.</i> (Republic of Uzbekistan) SPORTS MARKETING IN UZBEKISTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS / <i>Хайитов О.Э., Эшбоев А.О.</i> (Республика Узбекистан) СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ В УЗБЕКИСТАНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	15
<i>Plotnikov A.A.</i> (Russian Federation) ANALYSIS OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX IN THE WORLD, RUSSIA, REGION / <i>Плотников А.А.</i> (Российская Федерация) АНАЛИЗ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В МИРЕ, РОССИИ, РЕГИОНЕ.....	19
<i>Silantyeva K.V.</i> (Russian Federation) INCREASING COMPETITIVENESS OF THE COMPANY BY QUALITY MANAGEMENT METHODS / <i>Силантьева К.В.</i> (Российская Федерация) ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МЕТОДАМИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА.....	27
<i>Podstavka P.A.</i> (Russian Federation) ANALYSIS OF COMPETITION AND COMPETITIVE STRATEGIES / <i>Подставка П.А.</i> (Российская Федерация) АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ.....	30
<i>Dubrovina A.A.</i> (Russian Federation) THE ANALYSIS OF BANKRUPTCY PREDICTION MODELS UNDER CURRENT CONDITIONS / <i>Дубровина А.А.</i> (Российская Федерация) АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	35
<i>Plotnikov A.A.</i> (Russian Federation) INNOVATIONS IN MECHANICAL ENGINEERING / <i>Плотников А.А.</i> (Российская Федерация) ИННОВАЦИИ В МАШИНОСТРОЕНИИ	41
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ	49
<i>Rudkovskaya A.N., Kuntsevich V.P.</i> (Republic of Belarus) FEATURES OF THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION OF SMALL ENTERPRISES	

AND LEASING COMPANIES / Рудковская А.Н., Кунцевич В.П. (Республика Беларусь) ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ	49
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА	55
<i>Khojiboev M.Sh.</i> (Republic of Uzbekistan) ROLE OF ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE / <i>Хожибоев М.Ш.</i> (Республика Узбекистан) РОЛЬ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В РАЗРАБОТКЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ	55
<i>Komilov A.Kh.</i> (Republic of Uzbekistan) BASIC WAYS OF SOLVING PROBLEMS IN THE FIELD OF FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE / <i>Комилов А.Х.</i> (Республика Узбекистан) ОСНОВНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	58
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА	62
<i>Ahmedov U.K.</i> (Republic of Uzbekistan) THE ROLE OF FARMERS IN THE WORLD ECONOMY / <i>Ахмедов У.К.</i> (Республика Узбекистан) РОЛЬ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В ЭКОНОМИКЕ МИРА	62

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

CONCEPTUAL MODELING IN PROJECT MANAGEMENT

Timofeeva V.V.¹, Zakharov D.V.² (Russian Federation)

Email: Timofeeva243@scientifictext.ru

¹Timofeeva Valentina Vladimirovna - PhD in technical Sciences,
Doctor of pedagogy, Associate Professor,

DEPARTMENT OF PERSONNEL MANAGEMENT IN INDUSTRIES AND COMPLEXES,
KALININGRAD STATE TECHNICAL UNIVERSITY, KALININGRAD;

²Zakharov Denis Viktorovich - Graduate Student,

DEPARTMENT OF MANAGEMENT IN CONSTRUCTIONS,
ST. PETERSBURG STATE UNIVERSITY OF ARCHITECTURE AND CIVIL ENGINEERING,
SAINT-PETERSBURG

Abstract: the article presents the main issues and conditions of the organization of conceptual modeling in project management, which allows you to develop and coordinate the model of a large group of people belonging to different areas of activity of the simulated system. The development process using the logical structure approach is an interactive practical method of managing development processes. The article considers the results and tools of conceptual modeling for the growth of competitiveness of large projects in the turbulent environment of market conditions.

Keywords: conceptual modeling, logical structure approach, project management.

КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПРОЕКТАМИ

Тимофеева В.В.¹, Захаров Д.В.² (Российская Федерация)

¹Тимофеева Валентина Владимировна – кандидат технических наук,
доктор педагогических наук, доцент,

кафедра управления персоналом в отраслях и комплексах,

Калининградский государственный технический университет, г. Калининград;

²Захаров Денис Викторович - магистрант,

кафедра менеджмента в строительстве,

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет,
г. Санкт-Петербург

Аннотация: в статье представлены основные вопросы и условия организации концептуального моделирования в управлении проектами, которое позволяет разрабатывать и согласовывать модель большой группой людей, принадлежащих к различным областям деятельности моделируемой системы. Процесс разработки с применением подхода логической структуры является интерактивным практическим методом управления процессами развития. В статье рассмотрены результаты и инструменты концептуального моделирования для роста конкурентоспособности больших проектов в турбулентной среде рыночных условий.

Ключевые слова: концептуальное моделирование, подход логической структуры, управление проектами.

Концептуальное моделирование подразумевает представление системы, изготовленное из состава понятий, которые используются, чтобы помочь людям знать, понимать, или имитировать предметную область. Перед концептуальным моделированием в случае управления проектами всегда стоят три базовых вопроса:

- Что необходимо изменить (скрытые системные проблемы)?

- Какие желаемые результаты хотим получить?
- Как построить мост от ситуации настоящего к ситуации будущего?

Успешная реализация поставленной задачи возможна лишь при соблюдении следующих условий:

1. Задача не носит аварийный, авральный, срочный характер и имеет определенные сроки.
2. Задача соответствует целям сотрудника.
3. Задача, требующая решения, ясна и понятна сотруднику.
4. Задача соответствует квалификации сотрудника и равна его компетенции.
5. Сотрудник знает, каких результатов ждет от него руководитель.
6. Определяется персональная ответственность сотрудника за конкретный конечный результат.
7. Сотрудник точно знает, как будут оценены конечные результаты выполненного задания.
8. Должна быть исключена двойная ответственность за результаты задачи.
9. Руководитель гарантирует необходимые виды поддержки и помощи по запросу сотрудников.
10. Руководитель не вмешивается в работу сотрудника по решению задач.
11. Нельзя ставить задачу, не имея в голове нескольких вариантов решения.

Всегда должно быть пространство для модификаций задачи и различные варианты решений о том, как это должно быть сделано.

Подход логической структуры является практическим методом управления процессами развития в проектном менеджменте, «через управление процессом вы управляете мышлением» [1, с. 218] и представляется как единый мыслительный и познавательный процесс, позволяющий эффективно работать с «мягкими» социокультурными субстанциями участников: ценностными установками, убеждениями, оценочными суждениями. Рассматриваемая методология задает высокие требования к организации мыслительного процесса, особенно в поликультурных системах, участники которого имеют различные культурологические, языковые, психологические и социально-экономические основания.

Результаты концептуального моделирования всегда уникальны, как для каждого участника, так и для коллективного видения будущей картины мира всеми участниками. Инструменты концептуального моделирования состоят из пяти видов логических деревьев и логических правил, определяющих их построение. Это дерево текущей реальности, диаграмма разрешения конфликтов, дерево будущей реальности, дерево перехода, план преобразований [1, с. 2].

Концептуальное моделирование позволяет разрабатывать и согласовывать модель большой группой людей, принадлежащих к различным областям деятельности моделируемой системы. Процесс разработки является интерактивным и предусматривает выполнение следующих этапов:

- создание моделей группами участников, относящихся к различным поликультурным пространствам. Эта группа в терминах IDFO называется авторами (**Authors**). Построение первоначальной модели является динамическим процессом, в течение которого авторы создают «черновой вариант модели» (**Model Draft**);
- представление модели для обсуждения на пленарном заседании всех участников. При этом каждый черновой вариант модели подвергается экспертному обсуждению, конструктивной критике, направленной на развитие модели, со стороны других групп.
- В результате может быть разработана общая модель, представляющая собой согласованное представление всех участников с заданной точки зрения и для заданной цели.

Наглядность графического языка делает модель вполне читаемой и для лиц, которые не принимали участие в проекте ее создания, а также эффективной для проведения презентаций. В дальнейшем на базе построенных моделей могут быть организованы новые проекты [2, с. 24].

Список литературы / References

1. *Грей К.Ф., Ларсон Э.У.* Управление проектами: практическое руководство. М.: «Дело и сервис», 2003. 528 с.
2. *Трифорова С.Д., Тимофеева В.В., Трифонов Г.Б.* Активное проектирование в системе непрерывного образования: методология и практика. Калининград: ФГБОУ ВПО «КГТУ», 2012. 311 с.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НАРОДНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ

INTEGRATED SOCIO-ECONOMIC PROGRAM FOR THE DEVELOPMENT OF MUNICIPAL EDUCATION AND WAYS OF ITS FORMATION

Androsov A.S. (Russian Federation)
Email: Androsov243@scientifictext.ru

*Androsov Alexander Sergeevich - Master of correspondence courses,
DIRECTION: STATE AND MUNICIPAL ADMINISTRATION,
EDUCATIONAL PRIVATE INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION
INTERNATIONAL INNOVATION UNIVERSITY, SOCHI*

Abstract: *an important strategic priority of the socio-economic development of the regions of the Russian Federation is effective and high-quality territorial management. At the regional level, a special place in its structure is given to local self-government. In such conditions, strategic planning becomes not only the basis of other types of planning, which are the most important element of territorial development, but also focuses on the integrated accounting of specific socio-economic problems.*

The implementation of current and long-term plans for the comprehensive socio-economic development of the municipality involves a breakdown of them into individual events. Municipal target programs are interconnected blocks of such events that allow complex and systematic solution of individual problems of the socio-economic development of the municipality.

Keywords: *local government, socio-economic development, development of the region, socio-economic program, municipality.*

КОМПЛЕКСНАЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПУТИ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

Андросов А.С. (Российская Федерация)

*Андросов Александр Сергеевич – студент магистратуры заочной формы обучения,
направление: государственное и муниципальное управление,
Образовательное частное учреждение высшего образования
Международный инновационный университет, г. Сочи*

Аннотация: *важным стратегическим приоритетом социально-экономического развития регионов Российской Федерации является эффективное и качественное территориальное управление. На региональном уровне особое место в его структуре отводится местному самоуправлению. В таких условиях стратегическое планирование становится не только основой других видов планирования, выступающих важнейшим элементом территориального развития, но и ориентирует на комплексный учет конкретных социально-экономических проблем.*

Реализация текущих и перспективных планов комплексного социально-экономического развития муниципального образования предполагает разбивку их на отдельные мероприятия. Муниципальные целевые программы представляют собой взаимосвязанные блоки таких мероприятий, позволяющие комплексно и системно решать отдельные проблемы социально-экономического развития муниципального образования.

Ключевые слова: *местное самоуправление, социально-экономического развития, развитие региона, социально-экономическая программа, муниципальное образование.*

При разработке социально-экономической программы (далее – СЭП) развития муниципального образования (далее – МО) необходимо правильно организовать работу, провести оценку возможностей, подготовить информацию в форме анализа, выявления тенденций, направленных на развитие МО, а также провести комплексный анализ развития соседних МО.

Центром ответственности за формирование СЭП ложиться на экономические отделы МО, так как от полноты мероприятий включенных в программу, установления ориентиров развития в конечном итоге будут определяться темпы развития территории и благосостояние его населения.

Методические рекомендации по разработке СЭП развития МО разработаны с целью выработки единого подхода к разработке программ МО.

В связи с этим функция, связанная с разработкой и реализацией СЭП развития становится одной из основных в практике управленческой деятельности органов местного самоуправления (далее – ОМС) МО [1].

Программа МО должна быть разработана в соответствии с Программой социально-экономического развития (далее – СЭР) соответствующего субъекта Российской Федерации, на территории которого располагается МО.

Программа должна содержать:

- оценку итогов и сложившихся тенденций СЭП развития МО за предыдущие годы;
- характеристику текущего состояния экономики и социальной сферы, анализ проблем развития территории;
- цели, задачи и основные индикаторы СЭР территории на период реализации Программы;
- сроки, этапы, механизмы и инструменты реализации Программы;
- прогноз ожидаемых социально-экономических результатов от реализации Программы.

Порядок, сроки, этапы, исполнители, уполномоченный орган (должностное лицо), ответственный за разработку и реализацию Программы, определяются муниципальным правовым актом.

МО в случае необходимости может привлекать к разработке СЭП научно-исследовательскую или иную компетентную организацию. При этом допускается в соответствии с техническим заданием осуществление отдельных этапов разработки Программы различными Разработчиками.

Программа должна быть утверждена муниципальным правовым актом в порядке и в сроки, установленные ОМС.

Принятию новой Программы предшествует рассмотрение отчета о результативности исполнения действующей Программы в порядке и в сроки, установленные ОМС [2].

Отчет о результативности исполнения действующей Программы должен содержать оценку итогов:

- комплексной социально-экономического развития (далее - СЭР) МО за отчетный период по установленным Программой целям, задачам, приоритетам;
- исполнения муниципальных долгосрочных целевых программ, муниципальных инвестиционных программ, муниципальных проектов, реализация которых предусмотрена Программой.

Разработка и реализация Программы осуществляется в несколько этапов: 1. Решение о принятии и разработке Программы;

2. Формирование информационно-аналитической базы данных, обобщение и анализ;

3. Формирование Программы:

- выявление конкурентных преимуществ;
- основные (институциональные) проблемы территории;
- разработка комплекса программных мероприятий;

4. Утверждение Программы;

5. Управление реализацией Программы;

6. Контроль за ходом выполнения Программы.

Организационно-подготовительная работа сводится к последовательности исполнения следующих функций:

- Инициирование процесса разработки Программы и принятие ОМС решения о разработке Программы в соответствии с утвержденной процедурой.
- Формирование рабочей группы, определение состава исполнителей и распределение между ними обязанностей по разработке проекта Программы.
- Подготовка, согласование и утверждение технического задания на разработку Программы, утверждение методологии, принципов и структуры Программы, порядка их разработки [3].

При формировании информационно-аналитической базы данных, обобщение и анализ необходимо учитывать уровень и динамику показателей СЭР МО, утвержденных для оценки эффективности деятельности ОМС городских округов и муниципальных районов органами государственной власти Российской Федерации, а также динамику роста показателей, заложенных при формировании программы соответствующего субъекта Российской Федерации.

Сведенные в аналитические таблицы данные позволят предварительно определить динамику показателей, выявить положительные и отрицательные тренды и тенденции, предварительно установить причинно-следственные связи изменений.

Программа при ее формировании должна содержать: паспорт, описательную часть в виде конкурентных преимуществ МО и конкурентный потенциал. При этом необходимо определить основные слабые стороны МО, институциональные проблемы территории, а также разработать комплекс программных мероприятий [4].

На завершающей стадии разработки проект Программы согласовывается с заинтересованными организациями.

После внесения соответствующих изменений и дополнений окончательный проект Программы выносится на рассмотрение руководителя МО, согласованное с соответствующими ОМС.

Утверждение Программы проводится в установленном порядке ОМС.

Порядок и периодичность промежуточной отчетности о ходе реализации Программы устанавливаются ОМС самостоятельно.

В случае корректировки показателей прогноза СЭР МО на долгосрочный период уполномоченным органом рекомендуется вносить предложения по изменению мероприятий Программы с целью смягчения действия негативных факторов, закрепления положительных тенденций в экономическом и социальном развитии муниципального образования [5].

Механизм контроля за ходом выполнения Программы включает:

подготовку службой администрации МО, ответственную за реализацию программы отчетов о ходе выполнения системы программных мероприятий и использования финансовых средств на эти цели;

рассмотрение хода выполнения мероприятий Программы на совещаниях местного уровня и сессиях народных депутатов.

Решение проблем стабильного развития экономики и повышения благосостояния населения в Российской Федерации и во многом определяется развитием территорий МО. Ориентация на модель устойчивого развития территорий МО предполагает достижение социальной и экономической стабильности, планомерное повышение

эффективности производственной деятельности хозяйствующих субъектов территории, доходов сельского и городского населения и качества их жизни, рациональное использование природных ресурсов [6].

Но до сих пор нет четкой и понятной государственной методологии управленческих преобразований, способствующих устойчивому развитию сельских и городских территорий. Отсутствие комплексного подхода, объективно характеризующего специфику развития территорий и увязывающего рационализацию экономических, организационных, нормативно-правовых отношений, отрицательно сказывается на эффективности управления территорией всех уровней.

Список литературы / References

1. *Баринова Е.В.* Развитие экономической основы местного самоуправления / Е.В. Баринова, И.Е. Рисин, В.Е. Кирьянчук. Воронеж: ВГПУ, 2009. С. 78.
2. *Чернышева В.М.* Совершенствование механизма управления социально-экономическим развитием муниципального образования / Автореферат. к.э.н. Екатеринбург, 2008.
3. *Городецкий В.Ф.* Муниципальное стратегическое планирование. Опыт формирования муниципальной научно-технической политики / В.Ф. Городецкий. Территориальное стратегическое планирование в регионах и городах России. С-Пб: Леонтьевский центр, 2009. С. 11-14.
4. *Батчаев А.Р.* Петербургская агломерация: поиск новых подходов к управлению / А.Р. Бачаев // Территориальное стратегическое планирование в регионах и городах России. С-Пб: Леонтьевский центр, Вып. 9, 2009. С. 41-44.
5. *Кудрявцев Ю.Н.* Утерянные историей России города / Ю.Н. Кудрявцев // Территориальное стратегическое планирование в регионах и городах России. С-Пб: Леонтьевский центр, Вып. 5, 2005. С. 104-106.
6. *Зубаревич Н.* Развитие и конкуренция российских агломераций / Н. Зубаревич // Экономическая политика, 2008. № 5. С. 22-25.

**DIGITAL FRANCHISING AS A SPECIAL BUSINESS TYPE WITH
DIGITAL TRANSFORMATION OF THE SOCIETY**
Soloviev V.I.¹, Milovanova M.S.² (Russian Federation)
Email: Soloviev243@scientifictext.ru

¹*Soloviev Vasily Ivanovich - Associate Professor, Professor;*

²*Milovanova Maria Sergeevna - Student,*

DEPARTMENT OF BUSINESS INFORMATICS,

*NOVOSIBIRSK STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS AND MANAGEMENT NINH,
NOVOSIBIRSK*

Abstract: *the article describes digital franchising in the digital transformation of society. Digital transformation is widely used in regulatory, insurance and banking institutions, blockchain registries, medical and trading corporations. These companies are becoming the digital elite and are crushing classic business models that do not attach particular importance to the timely use of digital technologies. Digital transformation is changing the business structure, development strategies of the sales and management system, creating new products and services that integrate them into entire industries.*

Keywords: *digital franchising, digital transformation, model, e-commerce, business.*

**ЦИФРОВОЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОСОБЫЙ ВИД БИЗНЕСА
ПРИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБЩЕСТВА**
Соловьев В.И.¹, Милованова М.С.² (Российская Федерация)

¹*Соловьев Василий Иванович – кандидат технических наук, доцент, профессор,
кафедра бизнес-информатики;*

²*Милованова Мария Сергеевна – студент,*

*Новосибирский государственный университет экономики и управления НИИХ,
г. Новосибирск*

Аннотация: *в статье приводится описание цифрового франчайзинга при цифровой трансформации общества. Цифровая трансформация широко используется в контролируемых, страховых и банковских структурах, блокчейн-реестрах, медицинских, торговых корпорациях. Такие компании становятся цифровой элитой и подминают под себя классические модели бизнеса, которые не придали особую важность своевременному использованию цифровых технологий. Цифровая трансформация изменяет бизнес-структуры, стратегии развития системы продаж и управления, создавая новые продукты и сервисы, объединяющие их в целые отрасли.*
Ключевые слова: *цифровой франчайзинг, цифровая трансформация, модель, электронная коммерция, бизнес.*

Под термином цифровой франчайзинг понимают соглашение о совместной деятельности между фирмой и дилером, в права которого входит использование товарного знака, маркетинговых ходов, технологий, рекламных возможностей франчайзера за отчисление определённого процента с продаж

Термин включает в себя глубокое преобразование продукции с помощью ультрасовременных технологий. К ним относятся: интернет вещей, искусственный интеллект, блокчейн и всё, что оказывает сильное влияние на преобразование экономики и отношений в обществе (рис. 1) [1].

Франчайзинговая модель бизнеса как знаменитая мануфактура Исаака Зингера берёт своё начало в 1851 году. Продажа лицензий на торговлю за многие десятки лет перенесла данную концепцию в веб-пространство, и она постоянно видоизменяется.

Растёт число онлайн-компаний. Их сайты заменяют брендированные вывески, а продажи совершаются при помощи виртуальных платежей.



Рис. 1. Модель цифрового франчайзинга

Франчайзинг условно можно разделить на 3 формы:

1. Тиражирование технологии бизнеса.
2. Электронные магазины, использующие интернет как основное средство коммуникации для передачи оформления заказов и платежей.
3. Многоуровневый сетевой маркетинг, строящийся для продвижения товаров и услуг от производителя к потребителю при помощи контакта человека с человеком.

Прорывные технологии увеличивают производительность компаний за счет повышения ценности бизнеса, оптимизации управления и улучшения производственных процессов. В соответствии с этим растёт инвестиционная привлекательность и прибыль компании [1].

В отличие от обычной автоматизации коммерческих объектов, цифровая трансформация изменяет бизнес структуры, стратегии развития системы продаж и управления, создавая новые продукты и сервисы, объединяющие их в целые отрасли.

Потенциальные возможности внедрения цифрового франчайзинга в РФ достаточно широки, но проблемы сдерживания процесса объясняются недостаточно сформированными экономическими предпосылками.

К ним относятся:

- отсутствие у начинающих коммерсантов стартового капитала;
- весомые трудности в получении кредита для открытия бизнеса – требуется безупречная репутация, составление бизнес-плана и т.д;
- нестабильность отечественной экономики, что для франчайзинга – неприемлемое условие;
- отсутствие достаточной правовой базы;
- недостаток опыта и уважения к интеллектуальным продуктам;

Последнее десятилетие отличается отсутствием стабильности, что очень важно для развития франчайзинга. Резкие колебания спроса во всех сферах, регулярный передел собственности не может не затронуть сферу франчайзинга [3].

Взрыв онлайн-франшиз ожидается в России в скором времени. Это станет возможным благодаря разработке обходных правовых схем. Многие компании переходят на онлайн-

продажи с использованием виртуальных платежей, создавая сетевые интернет-магазины, используя новейшие технологии продвижения товаров [1].

Сегодня электронная коммерция мало кого может удивить, так как появилось много желающих заниматься бизнесом именно в интернете. Преимущества такого бизнеса налицо: не нужно арендовать помещение, оплачивать расходы на электроэнергию, тепло- и водоснабжение, нанимать сотрудников. Продажи можно осуществлять в любое время и в любом месте [2].

Пожалуй, самым удачным способом ведения бизнеса в интернете является цифровой франчайзинг. Предприниматель приобретает у франчайзера узнаваемый бренд, который не нужно популяризировать и тратить баснословные суммы на рекламу и продвижение товаров или услуг. Имеются неограниченные возможности по расширению ассортимента и готовая модель продаж. На просторах интернета можно найти целевую аудиторию. Возможности поиска клиентов не ограничиваются единственным населённым пунктом или регионом.

Список литературы / References

1. *Григорьев Максим*. Цифровая трансформация бизнеса: как и зачем меняться в digital-эру // VC.RU. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://vc.ru/flood/42092-cifrovaya-transformaciya-biznesa-kak-i-zachem-menyatsya-v-digital-eru/> (дата обращения: 10.10.2019).
 2. *Кабанов Максим*. Всеобщая диджитализация, или цифровая франшиза завоевывает мир // buybrand портал о франчайзинге и партнерском бизнесе. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://www.buybrand.ru/articles/20997/> (дата обращения: 09.10.2019).
 3. *Любич И.В.* Понятие рентабельности и основные подходы к ее оценке // Евразийское научное объединение. [Электронный ресурс], 2019. Режим доступа: <https://esa-conference.ru/> (дата обращения: 10.10.2019).
-

**SPORTS MARKETING IN UZBEKISTAN:
PROBLEMS AND PROSPECTS**
Khayitov O.E.¹, Eshboev A.O.² (Republic of Uzbekistan)
Email: Khayitov243@scientifictext.ru

¹*Khayitov Oybek Eshboevich – PhD in Psychology, Associate Professor, Head of the Department,
DEPARTMENT OF PEDAGOGY AND PSYCHOLOGY,
CENTER OF SCIENTIFICALLY-METHODICAL PROVIDING FOR RETRAINING AND
PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF SPECIALISTS IN PHYSICAL CULTURE AND SPORT,
TASHKENT;*

²*Eshboev Asadbek Oybekovich – Student,
DEPARTMENT OF SPORTS MANAGEMENT AND ECONOMICS,
UZBEK STATE UNIVERSITY OF PHYSICAL CULTURE AND SPORT, CHIRCHIK,
REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

Abstract: *the article examines the theoretical analysis of the problem and prospects of development of sports marketing in Uzbekistan, based on foreign Experience. Approaches to the definition of the term “sports marketing” are presented. And also, the concept of sports marketing and content based on the description of famous scientists L. Kessler, David Shilbury, Shayne Quick and Hans Westerbeek. The authors believe that marketing in sports represents traditional marketing tools that are used in or near the sports field.*

Keywords: *sports, physical culture, marketing, sports marketing, marketing in sports, athletes, sports agent, marketer.*

**СПОРТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ В УЗБЕКИСТАНЕ: ПРОБЛЕМЫ И
ПЕРСПЕКТИВЫ**

Хайитов О.Э.¹, Эшбоев А.О.² (Республика Узбекистан)

¹*Хайитов Ойбек Эшбоевич – кандидат психологических наук, доцент, заведующий кафедрой,
кафедра педагогики и психологии,*

*Центр научно-методического обеспечения, переподготовки и повышения квалификации
специалистов по физической культуре и спорту, г. Ташкент;*

²*Эшбоев Асаadbек Ойбекович – студент,*

кафедра спортивного менеджмента и экономики,

*Узбекский государственный университет физической культуры и спорта, г. Чирчик,
Республика Узбекистан*

Аннотация: *в статье изучен теоретический анализ проблемы и перспективы развития спортивного маркетинга в Узбекистане, на основе зарубежного опыта. Представлены подходы к определению термина «спортивный маркетинг». А также раскрыто понятие спортивного маркетинга и содержание на основе описания известными учёными Л. Кеслером, Д. Шилбери, С. Квиком и Х. Вестербиной. Авторы считают, что маркетинг в спорте представляет традиционные маркетинговые инструменты, которые применяются в спортивной или околоспортивной сферах.*

Ключевые слова: *спорт, физическая культура, маркетинг, спортивный маркетинг, маркетинг в спорте, спортсмен, агент спорта, маркетолог.*

DOI: 10.24411/2410-289X-2019-10501

Спорт – это соревнующиеся между собой и конкретные люди и команды, а вовсе не внутренняя структура и компетенции организаций, занимающихся производством спортивных продуктов, и уж, конечно, не болельщики и другие потребители. Беда в том, что некоторые работающие в спорте люди именно так и думают. Потому в отдельных видах спорта маркетингу не уделяется достаточного внимания, вследствие чего уровень квалификации отдельных маркетологов остается невысоким. В роли

маркетологов нередко выступают бывшие спортсмены. Само по себе это не страшно, но иногда приводит к тому, что организации «замыкаются» на себе. Клубы и команды начинают заботиться не о потребителях, а о спортсменах и исполнителях. Поэтому многим спортивным организациям следуют сделать шаг вперед и постараться глубже осознать значение спортивного маркетинга и всех его составляющих [1, с. 53–54].

Современные концепции управления менеджментом и маркетингом в сфере физической культуры и спорта исследовали В.У. Агеев, В.И. Жолдак, Л.В. Жестяников, В.В. Кузин, И.И. Переверзин, Т.В. Састомойнен, С.Г. Сейранов, С.С. Филиппов, Р.С. Уэйнберг и многие другие ученые [2, с. 19].

С одной стороны, почти все теоретики маркетинга и теоретики спорта согласны, что пока не существует теории спортивного маркетинга, а значит – достоверного и подлинно научного осмысления предмета нашей темы. С другой стороны, большинство авторов используют термин «спортивный маркетинг», а не «маркетинг в спорте».

Первым ученым, который представил определение спортивного маркетинга, был американец Л. Кеслер. По его мнению: «Спортивный маркетинг – это действия и решения принятые специалистами в отрасли маркетинга промышленных продуктов и услуг, которые используют спорт в роли инструмента продвижения продуктов и услуг. Эти действия реализуются при помощи спортивного спонсорства» [3].

Так, по мнению австралийских специалистов Д. Шилбери, С. Квика и Х. Вестербика, «спортивный маркетинг – социальный и управленческий процесс, посредством которого спортивный менеджер стремится получить то, в чем нуждаются и чего хотят спортивные организации за счет создания и обмена продуктами и ценностями с другими» [4, с. 63–64].

Еще одна иллюстрация такого подхода – определение, данное в переведенной на русский язык книге «Маркетинг в спорте» [1, с. 53–54] под редакцией Д. Бича и С. Чедвика: «Спортивный маркетинг – непрерывный поиск возможностей комплексного решения как непосредственных, так и косвенных задач потребителей спорта, компаний, работающих в спортивной сфере, других физических лиц и организаций, связанных со спортом, в условиях изменчивой и непредсказуемой среды, характерной для самого понятия «спорт».

Эксперты считают, что спортивный маркетинг очень сильно отличается от маркетинга в спорте. В первом случае мы имеем дело с чистым спортом, то есть командами и спортсменами. Во втором – с обычным маркетингом в спорте, когда традиционные маркетинговые инструменты используются в сферах, связанных со спортом, причём не очень тесно [5].

Как и говорилось выше, маркетинг в спорте представляет традиционные маркетинговые инструменты, которые применяются в спортивной или около спортивной сфере. Цель – продвижение товаров и услуг самых разных компаний [5].

В последнее время в Узбекистане происходит интеграция сферы физической культуры и спорта в рыночную среду. Этот процесс объективно ведет к возникновению в ней качественно новых процессов и явлений. Происходят важные изменения в системе социально-экономических отношений в отрасли, образуются новые формы собственности и формы хозяйствования, что активно влияет на поведение всех участников физкультурно-спортивной деятельности. Сформировалась правовая база физической культуры и спорта. Принят Закон Республики Узбекистан о внесении изменений и дополнений в Закон Республики Узбекистан «О физической культуре и спорте» (04.09.2015 г.), Нельзя сказать, что до его принятия в Узбекистане отсутствовало правовое регулирование в области физической культуры и спорта, однако правовые акты, регулировавшие данную сферу, до этого не имели статуса закона и не создавали единой платформы правового обеспечения. В этом законе был указан в ряду основных понятий – «Агент по спорту».

По закону, **агент по спорту** - это лицо, действующее на основании договора от имени и в интересах спортсмена, следящее за соблюдением условий заключенных договоров и прав спортсмена [6].

За последнее время спорт стал важной отраслью экономики многих стран, в том числе и в Узбекистане. В него вовлечены значительные финансовые средства и большое количество рабочей силы. Постоянно совершенствуются и разрабатываются новые модели управления спортом и его финансирования. Вместе с тем усиливающиеся тенденции коммерциализации и профессионализации, с одной стороны, а также острая конкуренция вокруг бюджетных средств – с другой, свидетельствуют о том, что спорт должен научиться самостоятельно, извлекать прибыль из имеющихся в его распоряжении ресурсов. В связи с тем, что маркетинговые услуги физической культуры и спорта Узбекистана мало изучены, важно привлечь к научному анализу достояние спортивной науки стран, которые на протяжении продолжительного времени развивают сферу физической культуры и спорта в условиях рыночных отношений с использованием системы маркетингового механизма.

Ученые считают, маркетинг в спорте – процесс постоянный. Независимо от того, продолжаются ли соревнования в течение всего года (например, чемпионат футбольной лиги), представляют собой выдающееся событие (например, Олимпийские игры) или «разовое» мероприятие (финал Кубка по футболу), маркетологам постоянно приходится планировать свою деятельность, выполнять поставленные задачи и оценивать свою работу. Кроме того, огромное значение имеет поддержание отношений с болельщиками и клиентами. И наконец, если спортивные мероприятия проходят, скажем, раз в четыре года, главная проблема заключается в том, чтобы постоянно напоминать людям о них. Маркетологам, работающим, например, на Олимпиаде, приходится решать еще более сложные и масштабные задачи. Прежде чем развернуть маркетинговую кампанию среди населения, они вынуждены «продавать» свои предложения соответствующим структурам и организациям, чтобы получить право на проведение Игр [1, с. 53–54].

Спортивный маркетинг в зарубежных странах, на пример в России он уже существует около 40 лет, по оценкам специалистов 15–20 лет, с момента, когда профессиональные спортивные клубы стали полностью самостоятельными. На самом деле отечественная школа маркетологов в этой сфере управления еще только начинает формироваться.

Специалисты в этом сфере считают, задача спортивного менеджера в спорте – создать благоприятные условия и атмосферу для инвестирования, а задача спортивного маркетолога – воспользоваться этими условиями и заработать на них, привлекая зрителя на стадион, спонсоров и СМИ к сотрудничеству, задача управления – грамотно воспользоваться полученными средствами [7, с. 74].

Ситуация осложнена еще и дефицитом литературы и научных трудов о маркетинговой деятельности профессиональных спортивных клубов. Например, широко известна книга Фил Шаафа «Спортивный маркетинг», но она издана в России еще в 1998 году и с тех пор не переиздавалась [8, с. 462].

Основоположником современного спортивного маркетинга считается Патрик Нейли, который в 1970-х годах занимался тем, что искал спонсоров для различных спортивных соревнований. Вообще, это понятие и сфера возникли в большей степени спонтанно, так как долгое время считалось, что спорт – сфера некоммерческая и законы рынка на него не распространяются.

По мнению специалистов О.Ю. Колуюшинская и другие, спортивный маркетинг имеет ряд специфических задач:

✓ впечатлить зрителя, болельщика, предоставить ему драматическое зрелище, спровоцировать на эмоциональное сопереживание, заставить выбрать чью-то сторону, заинтересовать в развитии событий;

- ✓ вовлечь в процесс спонсора, воспитать в нем лояльность, приверженность клубу, показать болельщику, что он, спонсор, «свой», создать ассоциативную связь между брендом профессионального клуба и брендом производителя;
 - ✓ создавать новостные поводы, не только информируя СМИ, но и провоцируя их принять сторону клуба, либо противников их действий, решений, вовлечь определенные СМИ в драматичный диалог;
 - ✓ извлечь из спортивного события прибыль для спонсора, для клуба и проконтролировать зрительские впечатления;
 - ✓ акцентировано взаимодействовать с различными культурными организациями, создавая иллюзию «эффекта присутствия» [9, с. 55–57].
- Таким образом, спорту сейчас нужны, решать все вышеуказанные задачи. Связи с этими можно сказать, что спортивный маркетинг необходим к нашему отечественному спорту.

Список литературы / References

1. Маркетинг спорта / Под ред. Джона Бича и Саймона Чедвика; Пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2017. С. 53–54. [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://lib.sibsport.ru/www/libsport.nsf/0/f8f6a384eea3ba6b472581c3002d2f86/\\$FILE/Маркетинг.pdf/](http://lib.sibsport.ru/www/libsport.nsf/0/f8f6a384eea3ba6b472581c3002d2f86/$FILE/Маркетинг.pdf/) (дата обращения: 08.12.2019).
2. *Смирнов С.И.* Организационно-педагогические факторы управления сферой фитнес-услуг: Автореферат дис-я ... канд. пед. наук. СПб.: НГУФКСЗ имени П.Ф. Лесгафта, 2011. 19 с.
3. Статья «Спортивный маркетинг – что это такое?». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sportivnyj-marketing.stxsportsmanmedia.com/sportivnyj-marketing.php/> (дата обращения: 08.12.2019).
4. *Полетаева М.Д.* Спортивный маркетинг // Молодой ученый. 2018. №38. С. 63–64. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/224/52706/> (дата обращения: 08.12.2019).
5. *Никонов Е.* Спортивный маркетинг и маркетинг в спорте – отличие не только в порядке слов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/47634-sportivnyy-marketing-i-marketing-v-sporte-otlichie-ne-tolko-v-poryadke-slov/> (дата обращения: 08.12.2019).
6. Закон Республики Узбекистан ЗРУ-394 «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Узбекистана «О физической культуре и спорте»» от 04.09.2015 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lex.uz/pdfs/2742238/> (дата обращения: 08.12.2019).
7. *Попандопуло Ю.Ю.* Организация службы маркетинга в спорте: диссертация на соискание степени магистра педагогики. Т.: УзГИФК, 2011. 74 с.
8. Спортивный маркетинг: теперь это не просто игра ...: [Пер. с англ.] / Ф. Шааф. М.: Филин, 1998. 462 с.
9. *Колущинская О.Ю., Масалкина К.А., Метелев С.Е.* Современный спортивный маркетинг в России // Сибирский торгово-экономический журнал. 2016. № 2 (23). С. 55–57. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyy-sportivnyy-marketing-v-rossii/viewer/> (дата обращения: 08.12.2019).
10. Хайитов О.Э. Психологическая компетентность в контексте профессиональной деятельности (теоретический аспект) // Вопросы науки и образования. 2019. № 29(78). С. 21–29. DOI: 10.24411/2542-081X-2019-12901. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://scientificpublication.ru/images/PDF/2019/78/Questions-of-science-and-education-29-78-.pdf/> (дата обращения: 13.12.2019).

**ANALYSIS OF THE MACHINE-BUILDING COMPLEX
IN THE WORLD, RUSSIA, REGION
Plotnikov A.A. (Russian Federation)
Email: Plotnikov243@scientifictext.ru**

*Plotnikov Anton Antonovich – Undergraduate,
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND INDUSTRIAL PRODUCTION MANAGEMENT,
HUMANITARIAN FACULTY,
NATIONAL RESEARCH POLYTECHNIC UNIVERSITY, PERM*

Abstract: *the article discusses the development of engineering as one of the key sectors of not only world economy but also Russian Federation economy and economy of Perm region. The rates of industrial production increase according to types of activity are regarded. It is focused on the problems of the industry, the main development trends. The position of the machine-building complex of Russia in recent years is assessed. The author proposes to consider innovative solutions as the tool that can increase the economic efficiency of engineering enterprises of the region.*

Keywords: *mechanical engineering, machine-building complex, machine-building sector, industrial production, innovation, investment, export.*

**АНАЛИЗ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В МИРЕ,
РОССИИ, РЕГИОНЕ
Плотников А.А. (Российская Федерация)**

*Плотников Антон Антонович - магистрант,
кафедра экономики и управления промышленным производством, гуманитарный факультет,
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь*

Аннотация: *в статье рассматриваются вопросы развития машиностроительной отрасли как одного из ключевых секторов не только мировой экономики в целом, но и экономики Российской Федерации и Пермского края. Рассматриваются темпы прироста промышленного производства по видам деятельности. Обращается внимание на проблематику отрасли, основные тенденции развития. Дается оценка состояния машиностроительного комплекса России в последние годы. В качестве инструмента, способного повысить экономическую эффективность машиностроительных предприятий региона, автор предлагает рассматривать инновационные решения.*

Ключевые слова: *машиностроение, машиностроительный комплекс, машиностроительный сектор, промышленное производство, инновации, инвестиции, экспорт.*

УДК 338.45

Машиностроительный комплекс является одним из ключевых секторов экономики РФ, уровень развития которого определяет конкурентоспособность страны в целом.

В современных экономических условиях на функционирование и развитие высокотехнологичных предприятий влияют такие негативные факторы, как введение экономических санкций, невысокий уровень производительности труда и обеспеченности инвестиционными ресурсами, технологическое отставание смежных направлений и производств, а также наличие зависимости от импортных запчастей и комплектующих.¹

¹ Дли М.И., Широков С.С. Состояние и перспективы развития машиностроительного комплекса РФ // Транспортное дело России. 2019. № 1. С. 43-45.

Виды экономической деятельности, которые объединяет машиностроительный комплекс, относятся к числу высокотехнологичных производств, отличаются высокой добавленной стоимостью и определяют эффективность функционирования других промышленных предприятий¹.

В развитых странах на продукцию этой отрасли приходится 30-40% ВВП, а в развивающихся не более 15%. В семёрке ведущих стран (США, Япония, Германия, Франция, Великобритания, Италия, Канада) в 1996 г. на долю машиностроения приходилось примерно 43% условно-чистой продукции (добавленной стоимости) обрабатывающей промышленности и 8,8% ВВП². В 2008 г. соответствующие показатели снизились до 37,8 и 6% соответственно.

Валовая добавленная стоимость - это стоимость продукции за вычетом стоимости промежуточного потребления; это мера вклада отдельного производителя, отрасли или сектора в ВВП.³ В увеличении валовой добавленной стоимости заинтересовано, прежде всего, государство как в источнике наполнения бюджета.

Проведем анализ среднегодовых темпов прироста валовой добавленной стоимости обрабатывающей промышленности (Таблица 1).

Таблица 1. Валовая добавленная стоимость обрабатывающей промышленности, среднегодовые темпы прироста (%)

	1990	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Россия		11,3	4,4	8,6	6,3	5,4	4,4	0,8	-4,6	1,1
Великобритания	-0,2	2,3	0	4,5	2,2	-1,4	-1	2,9	0	0,1
Япония	7,5	5,3	5	16,3	-2,7	2,4	-0,1	2,8	2,1	1,6
США	-0,8	6,2	2,3	5,3	0,3	0,3	2	1,5	0,9	0,5
Германия	4,3	7,3	1,6	18,4	8,5	-2,2	0	5,8	1,9	2,1
Китай				13,3	9,8	8,9	7,6	6,9	6,2	5,9
Индия	6,1	6,5	11	9,1	7,3	5,5	5	8,3	10,8	7,9

¹ Стоянова О.В., Дли М.И. Информационно-аналитическая система управления производственными проектами машиностроения в условиях неопределенности // Программные продукты и системы. 2015. №3. с. 49-56.

² Клинов, В. Г. (Виленин Григорьевич). Мировой рынок высокотехнологичной продукции. Тенденции развития и особенности формирования конъюнктуры и цен: учебное пособие / В.Г. Клинов. -Учеб. изд. -М.: Экономика, 2006. -199 с.

³ Мировой атлас данных <https://knoema.ru/atlas/topics/> [Эл. ресурс]. (Дата обращения 18.10.2019).

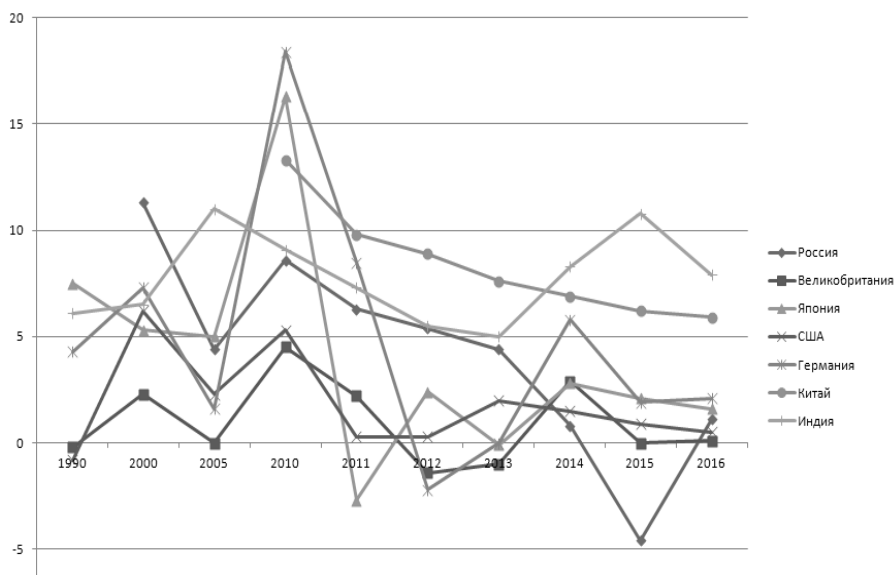


Рис. 1. Динамика среднегодовых темпов прироста ВДС, %¹

Анализируя график можно выделить тенденцию уменьшения прироста к 2005 году практически у всех стран, кроме Индии и затем значительное увеличение к 2010 (в Японии и Германии более 15%). К 2016 году в основном наблюдается спад валовой добавленной стоимости (до -4,6% в России в 2015г.). Наблюдается общее снижение темпов прироста ВДС. Таким образом, экономические показатели говорят об упадке отрасли в мире.

Рассмотрим современные систематизированные данные иностранных исследований машиностроительного комплекса мира и представим их в таблице 2.

Таблица 2. Основные показатели экономической эффективности основных конкурирующих экономик на мировом рынке в секторе машиностроения в 2017 г.²

2017 год			ЕС	США	Китай	Япония
Экспорт	В текущих ценах	Трлн.евро	502,1	221,6	151,9	480,6
Добавленная стоимость	В текущих ценах	Трлн. евро	157,5	103,0	66,2	161,4
Количество сотрудников, занятых в секторе	Количество	1000	2900,5	1130	684,6	6113

По результатам рассмотренных данных можно сделать вывод, что наиболее привлекательны для инвестиций в международное машиностроение являются страны ЕС.

На Рис. 2 представлена динамика промышленного производства в России.

¹ Составлено Автором по данным <https://knoema.ru/>.

² Шагабутинова Л.М. Основные направления совершенствования машиностроительного комплекса мирового рынка// В сборнике: Экономика, бизнес, инновации Сборник статей VII Международной научно-практической конференции. 2019. С. 277-279.

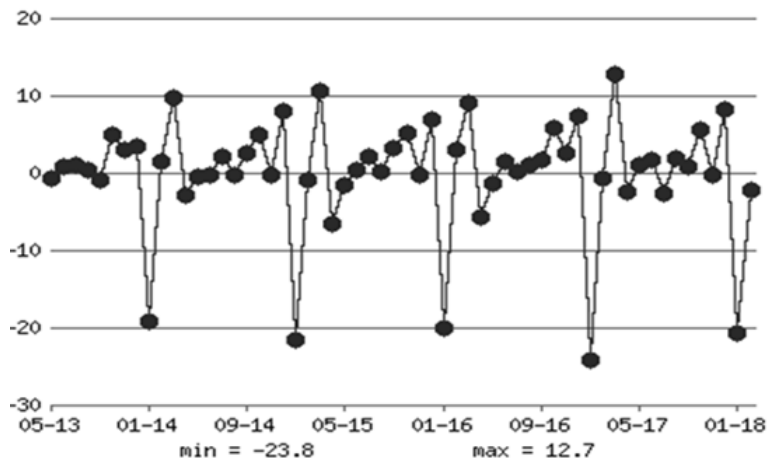


Рис. 2. Темпы роста объема промышленного производства, % к предыдущему месяцу¹

Из графика видно, что темпы роста производства имеют циклический характер: стабильный минус на начало года (январь), затем резкий взлёт к максимальному показателю за год в первом квартале и вновь падение до отрицательных чисел (но уже гораздо меньше, чем в начале года), после чего вновь рост, но уже спокойный. В среднем за год темпы роста от -0,5 до 7%, что говорит о низком объеме роста производства или состоянии близком к застою.

Весьма примечательна отраслевая структура промышленного роста в 2018 г. Подъем наблюдался в подавляющем большинстве секторов, причем в каждом третьем виде деятельности рост был весьма динамичным, 4-5% или даже более (Рис. 3). Одновременно, число отраслей со снижающимся или стагнирующим выпуском составило менее четверти от их общего числа.



Рис. 3. Разложение прироста промышленного производства в 2018 г. по видам деятельности²

¹ Темпы роста объема промышленного производства, % к предыдущему месяцу. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=monthly&count=ru&table=ruip&time=1> (Дата обращения 19.10.2019).

² Тезисы об экономике. 2018 год. Итоги. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). Выпуск 7. 9.04.2019. [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Mon_13/2019/132018.pdf (Дата обращения 19.10.2019).

В состоянии затяжного кризиса находится производство машин и оборудования. Причем, в 2018 г. началось снижение ранее наращивавших выпуск производств летательных аппаратов, а также «прочих транспортных средств».

Неуклонный рост экспорта товаров, отмечавшийся в последние годы, продолжился и в 2018 г. (Рис. 4).

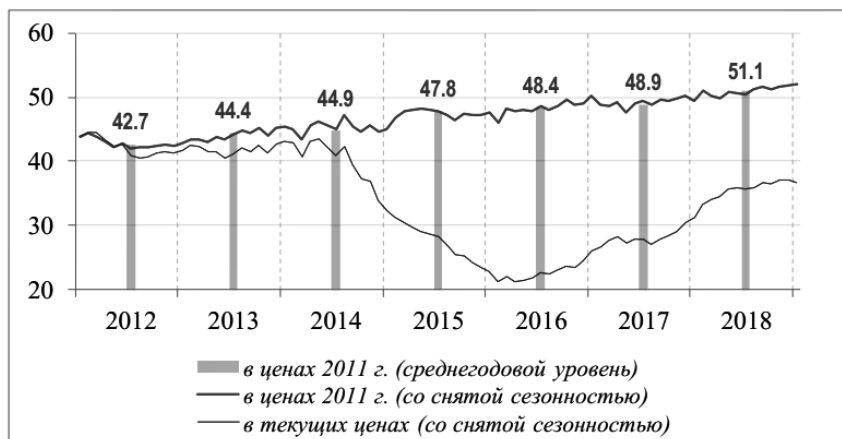


Рис. 4. Экспорт товаров в 2012-2018 гг. (млрд долл. США)¹

Объем экспорта в текущих ценах, несмотря на быстрое увеличение (+25.3% в 2018 г., вслед за ростом мировых цен на сырьевые товары), до сих пор не достиг предшокового объема – он составил в прошлом году лишь 85% от уровня 2013 г.

Половина прироста экспорта в 2018 г. (в сопоставимых ценах) была обеспечена комплексом добывающих отраслей (Таблица 3). Металлургия и агропромышленный комплекс попали во «второй эшелон» по вкладу в прирост экспорта (29.2%), а химический комплекс и машиностроение – в третий (17.4%).

Таблица 3. Вклад отраслевых комплексов в прирост экспорта в 2018 г. (в сопоставимых ценах)²

Отраслевой комплекс	Вклад в прирост экспорта в 2018 г. (млрд. долл.) (%)		Доля в экспорте в 2017 г. (%)
Добыча и нефтепереработка	13.1	50.0	71.1
Металлургия	3.9	14.8	9.9
Агропромышленный	3.8	14.4	4.9
Химический комплекс	2.4	9.2	6.4
Машиностроение	2.2	8.2	4.3
Лесопромышленный комплекс	0.5	1.8	2.4
Прочие отрасли	0.4	1.6	1.0

Ускорение роста экспорта в 2018 г. по сравнению со среднесрочным трендом было характерно для подавляющего большинства отраслевых комплексов.

В настоящее время экспорт товаров продолжает расширяться. Однако его структура ухудшилась: сейчас к числу устойчиво расширяющихся можно отнести лишь весьма ограниченный круг товаров. В то же время вывоз машин сегодня снижается.

¹ Тезисы об экономике. 2018 год. Итоги. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). Выпуск 7. 9.04.2019. [Эл. ресурс]. Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Mon_13/2019/132018.pdf (Дата обращения 19.10.2019).

² Рассчитано ЦМАКП по данным ФТС России.

В 2019 г. рост экспорта, вероятнее всего, замедлится, поскольку вывоз продукции машиностроения во II полугодии 2018 г. не только перестал увеличиваться, но и ощутимо сократился.

Пермский край остаётся нетто-экспортёром: в первом квартале сальдо торгового баланса составило 893 млн долларов США — таковы данные Федеральной таможенной службы¹. При этом регион сохраняет сырьевую направленность экспорта и всё больше заменяет контрагентов из Европы и США на своих ближайших соседей — страны СНГ.

Товарная структура внешней торговли определяется экономической специализацией региона: как экспортируемые товары в основном представляют собой продукцию тяжёлой промышленности, так и импорт по большей части состоит из обеспечивающих товаров для неё же.

«Сегодня Пермский край в большей степени экспортирует сырьё либо продукцию невысокой степени переработки, а импортирует товары машиностроения и продукцию химической промышленности. Из-за такой товарной структуры регион теряет часть своих потенциальных доходов», — констатирует Максим Домбровский, доцент кафедры мировой и региональной экономики, экономической теории экономического факультета ПГНИУ.²

По словам учёного, Пермский край, не просто не улучшает эту ситуацию, а теряет свои позиции как экспортёра продукции с высокой добавленной стоимостью. «В конце прошлого — начале этого века он входил в десятку промышленно развитых регионов, а сейчас это уже не так, что повлияло и на внешнюю торговлю», — полагает эксперт. Ещё лет 10 назад продукция машиностроения занимала существенное место в товарной структуре экспорта, а сейчас её доля не превышает 4—5%. Вместо этого на первое место вышла минеральная продукция и продукция химической промышленности, приносящая меньшую добавленную стоимость. «Это результат политики предыдущих губернаторов, не занимавшихся развитием промышленности», — считает Домбровский.

Произошло существенное увеличение экспорта двух групп продукции машиностроения: ядерные реакторы, котлы, оборудование и их части (в 2,1 раза) и электрические машины и оборудование (в 1,7 раза). Однако их суммарная доля в экспорте — лишь 4%. Несмотря на это машиностроение Пермского края обладает огромным потенциалом, который необходимо поддерживать.

В машиностроительной отрасли Пермского края реализуется 5 проектов.³ Наиболее интересными и масштабными стали «Проекты по созданию авиационных двигателей ПД-14 и ПД-35», реализуемые АО «ОДК-Авиадвигатель» и АО «ОДК-Пермские моторы».

Создание двигателя ПД-14 стало главным достижением последних лет в отечественном гражданском авиадвигателестроении. Разработка двигателя ПД-35 для перспективных широкофюзеляжных дальнемагистральных самолетов ведётся на основе опыта создания двигателя ПД-14 для авиалайнера МС-21-300. Именно на базе АО «ОДК-Пермские моторы» появится первый в России комплекс для испытаний новых авиационных двигателей большой тяги, таких, как ПД-35.

Также в отрасли машиностроения выделяется проект «Реконструкция и техническое перевооружение стендовой базы для испытаний агрегатов трансмиссии

¹ Путякова П. Товарная диспропорция. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <https://www.newsko.ru/articles/nk-4778552.html> (Дата обращения 19.10.2019).

² Путякова П. Товарная диспропорция. [Эл. ресурс]. Режим доступа: <https://www.newsko.ru/articles/nk-4778552.html> (Дата обращения 21.10.2019).

³ Чибисов А.В. Пермский край — промышленный двигатель России. Аналитический вестник № 21 (710). М., 2018. С. 12-20.

вертолётов ОАО «Авиационные редуктора и трансмиссии — Пермские моторы», реализуемый АО «Редуктор-ПМ».

В целом, неблагоприятная финансовая ситуация в машиностроительном секторе России обуславливает рост числа предприятий, находящихся на различных стадиях банкротства. Например, в 2019 году пермский завод имени Дзержинского отмечает 160-летие. Одновременно дело о банкротстве предприятия преодолет рубеж в 9 лет. Оборонное предприятие, выпускающее взрыватели и пиротехнику для различных систем вооружения, решением Арбитражного суда от 19 апреля 2010 года по делу №А50-43610/2005 признано несостоятельным (банкротом).¹ Сейчас на предприятии действует процедура конкурсного производства. Общая сумма задолженности — более 785 млн руб.²

Анализ основных тенденций развития машиностроительного комплекса РФ показывает спад в отрасли, что говорит о наличии существенной доли убыточных предприятий, а также их низкого уровня рентабельности.

В качестве важнейшего инструмента, который позволит повысить экономическую эффективность машиностроительных предприятий, целесообразно рассматривать инновационные решения, направленные на рациональное использование научно-технического и технологического потенциала предприятия³⁴⁵.

При этом могут рассматриваться варианты создания на производственных площадках технологических парков, бизнес-инкубаторов, малых инновационных предприятий, площадок для реализации венчурных проектов, в том числе в форме государственно-частного партнерства⁶⁷.

Системная реализация обозначенных направлений может стать важным условием повышения эффективности большинства предприятий отечественного машиностроительного комплекса.

Список литературы / References

1. *Астахов Д.* Завод Дзержинского вышел на татами. 28.09.2019 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4109070/> (дата обращения: 21.10.2019).
2. *Дли М.И., Гимаров В.В., Иванова И.В.* Иерархические мультиагентные модели для управления телекоммуникационным предприятием // Журнал правовых и экономических исследований, 2012. № 4. С. 86-89.

¹ Пермское УФАС возбудило антимонопольное дело в отношении ВТБ. 28.06.2019. [Эл. Ресурс]. Режим доступа: <https://1prime.ru/finance/20190628/830114282.html> (Дата обращения 21.10.2019)

² Астахов Д. Завод Дзержинского вышел на татами. 28.09.2019 [Эл. Ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/4109070> (Дата обращения 21.10.2019)

³ Дли М.И., Какатунова Т.В. Инновационная деятельность: регио-нальные аспекты. Смоленск, 2007. 151 с

⁴ Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Анализ эффективности инновационной деятельности региональных промышленных комплексов северо-западного федерального округа России // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2013. № 4 (35). С. 66-70.

⁵ Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179-191.

⁶ Дли М.И., Гимаров В.В., Иванова И.В. Иерархические мультиагентные модели для управления телекоммуникационным предприятием // Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 4. С. 86-89.

⁷ Дли М.И., Какатунова Т.В. Нечеткие когнитивные модели региональных инновационных систем // Интеграл. 2011. № 2. С. 16-18.

3. *Дли М.И., Какатунова Т.В.* Инновационная деятельность: региональные аспекты. Смоленск, 2007. 151 с.
4. *Дли М.И., Какатунова Т.В.* Нечеткие когнитивные модели региональных инновационных систем // Интеграл, 2011. № 2. С. 16-18.
5. *Дли М.И., Широков С.С.* Состояние и перспективы развития машиностроительного комплекса РФ// Транспортное дело России, 2019. № 1. С. 43-45.
6. *Клинов В.Г. (Виленин Григорьевич).* Мировой рынок высокотехнологичной продукции. Тенденции развития и особенности формирования конъюнктуры и цен: учебное пособие / В. Г. Клинов. Учеб. изд. М. : Экономика, 2006. 199 с.
7. *Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В.* Анализ эффективности инновационной деятельности региональных промышленных комплексов северо-западного федерального округа России // Север и рынок: формирование экономического порядка, 2013. № 4 (35). С. 66-70.
8. *Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В.* Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России // Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179-191.
9. Пермское УФАС возбудило антимонопольное дело в отношении ВТБ. 28.06.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://1prime.ru/finance/20190628/830114282.html/> (дата обращения: 21.10.2019).
10. *Путякова П.* Товарная диспропорция. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.newsko.ru/articles/nk-4778552.html/> (дата обращения: 21.10.2019).
11. *Стойнова О.В., Дли М.И.* Информационно-аналитическая система управления производственными проектами машиностроения в условиях неопределенности // Программные продукты и системы, 2015. № 3. С. 49-56.
12. Тезисы об экономике. 2018 год. Итоги. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП). Выпуск 7. 9.04.2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.forecast.ru/_ARCHIVE/Mon_13/2019/132018.pdf/ (дата обращения: 19.10.2019).
13. Темпы роста объема промышленного производства, % к предыдущему месяцу. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ereport.ru/stat.php?razdel=monthly&count=ru&table=ruip&time=1/> (дата обращения: 19.10.2019).
14. *Чибисов А.В.* Пермский край — промышленный двигатель России. Аналитический вестник. № 21 (710). М., 2018. С. 12-20.
15. *Шагабутинова Л.М.* Основные направления совершенствования машиностроительного комплекса мирового рынка// В сборнике: Экономика, бизнес, инновации Сборник статей VII Международной научно-практической конференции, 2019. С. 277-279.
16. Мировой атлас данных [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://knoema.ru/> (дата обращения: 18.10.2019).

INCREASING COMPETITIVENESS OF THE COMPANY BY QUALITY MANAGEMENT METHODS

Silantyeva K.V. (Russian Federation)
Email: Silantyeva243@scientifictext.ru

*Silantyeva Kseniya Vladimirovna – Undergraduate,
GRADUATE SCHOOL OF SERVICE AND TRADE,
INSTITUTE OF INDUSTRIAL MANAGEMENT ECONOMICS AND TRADE
PETER THE GREAT SAINT-PETERSBURG POLYTECHNIC UNIVERSITY, ST. PETERSBURG*

Abstract: *a scientific article is devoted to the development of recommendations for the main directions of improving the system for managing the quality and competitiveness of enterprise products, taking into account the current conditions of economic activity in the Russian economy. The basic principles of product quality management are highlighted. The factors affecting the competitiveness of products are analyzed. Ways are proposed to increase the level of quality of products at the enterprise, regardless of its form and scope of activity.*

Keywords: *competitiveness, product quality, quality management, product competitiveness.*

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ МЕТОДАМИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА Силантьева К.В. (Российская Федерация)

*Силантьева Ксения Владимировна – магистрант,
Высшая школа сервиса и торговли,
Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург*

Аннотация: *научная статья посвящена разработке рекомендаций и инструментов повышения конкурентоспособности организации посредством совершенствования системы управления качеством продукции, с учетом современных условий хозяйствующей деятельности в экономике Российской Федерации. Выделены основные принципы управления качеством продукции. Проанализированы факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции. Предложены методы менеджмента качества производимой продукции, независимо от формы и сферы деятельности предприятия.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, качество продукции, менеджмент качества, конкурентоспособность продукции.*

В связи с динамичностью внешней среды, где рыночная экономика способствует росту конкуренции, руководство каждого предприятия стремится улучшить свои финансовые показатели, производственные характеристики и конкурентоспособность своего бизнеса. С этой целью стратегическое управление нацелено использовать различные инструменты, как с субъективными, так и с объективными результатами, которые в дальнейшем помогают улучшить конкурентоспособность предприятия, способствуют его стратегическому развитию.

Целью исследования выступает разработка рекомендаций и инструментов системы управления качеством, позволяющих совершенствовать конкурентоспособность предприятия, с учетом современных условий хозяйствующей деятельности в экономике Российской Федерации.

Основным инструментом повышения конкурентоспособности предприятия является менеджмент конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуги), посредством управления основными показателями – ценой и качеством.

Первый элемент – цена, полностью зависима от такого механизма, как управление себестоимостью продукции.

Второй элемент – качество продукции, которое напрямую зависит от таких факторов, как товарно-сырьевые материалы, деятельность поставщиков, уровень производственной оснащённости основных фондов предприятия и т.д.

Главным показателем деятельности предприятия выступает качество продукции. Ее повышение и совершенствование определяет позицию предприятия в сложившихся условиях рынка, развитие научно-технического прогресса, повышение эффективности производства, что является основной особенностью деятельности передовых компаний мира.

Управление качеством выпускаемой продукции на предприятии нужно рассматривать как одно из основных направлений повышения эффективности работы в целом. Эффективность управленческих решений на этом этапе во многом предопределяет успех производственной и финансовой деятельности организации [2].

Основными принципами управления качеством продукции предприятия выступают [1]:

- ориентация на конечного потребителя;
- лидерство руководящего состава;
- высокая степень вовлеченности персонала;
- процессный подход;
- постоянный процесс улучшения;
- принятие решений, основанных на фактических данных;
- взаимовыгодные отношения с поставщиками.

Управление качеством продукции в общем виде учитывает структуру и содержание процесса управления: выявление объема потребностей в продукции потребителями; оценку фактического уровня качества продукции; разработку, выбор и реализацию мероприятий по обеспечению запланированного уровня качества продукции (рисунок 1) [3].



Рис. 1. Содержание процесса управления качеством продукции предприятия

Таким образом, можно предложить ряд следующих мероприятий, задачей которых будет совершенствование системы управления качеством продукции, что напрямую влияет и на конкурентоспособность предприятия:

- совершенствовать систему технического контроля качества;
- повысить организационный уровень производства предприятия и заложить догмы культуры работы среди сотрудников (понимание того, что от культуры работы персонала зависит уровень эффективности трудовой деятельности, а вследствие, и размер мотивации, включая сумму оклада в зарплате);
- улучшить систему взаимоотношений между различными подразделениями и структурами предприятия, укоренить горизонтальные связи;
- внедрить систему внутреннего аудита производственного процесса;
- совершенствовать процесс организации труда и эргономики рабочего места;
- участвовать в активном обмене научно-исследовательских результатов деятельности технологического структурного подразделения для получения новой информации, касаемо совершенствования управления качеством производства продукции;
- сформировать систему обучения для персонала предприятия по управлению качеством продукции;
- внедрить систему мотивации персонала за выпуск качественной продукции (например, процент брака продукции установить одним из ключевых показателей эффективности труда сотрудников).

Таким образом, ключевыми инструментами улучшения качества продукции предприятия выступают поставщики, рабочий персонал и уровень технологического оснащения производственного процесса. Подводя итоги научного исследования, важно заметить, что управление качеством продукции влияет не только на конкурентоспособность самой продукции в сравнении с товарами других производителей, но и на конкурентоспособность предприятия. Причиной такого выступает прямое влияние качества продукции на объем ее продаж, который и формирует выручку, а соответственно, и финансовый результат коммерческой деятельности организации (закрывающийся в виде получения прибыли). По этой причине, повышения конкурентоспособности предприятия методом управления качеством продукции – один из наиболее эффективных и простых способов достижения данной цели.

Список литературы / References

1. *Бондарская Т.А., Злобина Н.В., Сизикин А.Ю.* Совершенствование системы управления качеством на предприятии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tstu.ru/book/elib/pdf/2016/zlobina.pdf/> (дата обращения: 11.11.2019).
2. *Постнов В.В., Селиверстов А.С., Митрофанов Д.Е., Уткин Д.Ю.* Уровень качества выпускаемой продукции предприятия и его конкурентоспособность // Молодой ученый, 2017. № 43.
3. *Куприянова Л.М.* Управление качеством продукции как фактор устойчивости бизнеса // Мир новой экономики, 2015. № 4.
4. *Скорова О.А., Воронов М.П.* Формирование теоретической основы управления качеством // Научное обозрение. Экономические науки, 2016. № 2. С. 55-63.

ANALYSIS OF COMPETITION AND COMPETITIVE STRATEGIES

Podstavka P.A. (Russian Federation)

Email: Podstavka243@scientifictext.ru

*Podstavka Polina Alexandrovna – Undergraduate,
DEPARTMENT OF MARKETING, MANAGEMENT AND BUSINESS,
MASTER'S DEGREE,
YUZHNY INSTITUTE OF MANAGEMENT, KRASNODAR*

Abstract: *the article analyzes competitive strategies. Competitor analysis is a valuation of the strengths and weaknesses of current and potential competitors. It offers both an offensive and self-justifying strategic context to recognize opportunities and threats of the business. Competitive Strategy equips executives with practical knowledge, new skills and tools to turn strategic ideas into actions. We can to identify the important elements of winning strategies. Competitive research is a field of strategic research that specializes in the collection and review of information about rival firms. It's an essential tactic for finding out what your competitors are doing and what kind of threat they present to your financial well-being.*

Keywords: *analysis, marketing, competition, competitive advantages, marketing strategy.*

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ И КОНКУРЕНТНЫХ СТРАТЕГИЙ

Подставка П.А. (Российская Федерация)

*Подставка Полина Александровна – магистрант,
кафедра маркетинга, менеджмента и предпринимательства,
магистратура,
Южный институт менеджмента, г. Краснодар*

Аннотация: *в статье анализируются основные конкурентные стратегии. Система анализа конкурентов – это оценка сильных и слабых сторон, возможностей конкурентов. Она включает как агрессивную, так и консервативную стратегию, способствующую выявлению преимуществ и недостатков предприятия. Конкурентная стратегия предоставляет руководителям практические знания, новые навыки и инструменты для претворения стратегических идей в действия. Мы можем определять важные элементы выигрышных стратегий. Конкурентные исследования – это область стратегических исследований, которая специализируется на сборе информации о конкурирующих фирмах. Это важная тактика для выяснения того, что конкуренты делают и какую угрозу они представляют для Вашей финансовой устойчивости.*

Ключевые слова: *анализ, маркетинг, конкуренция, конкурентные преимущества, маркетинговые стратегии.*

Для выбора наиболее подходящей, конкурентоспособной стратегии управления, необходимо понимать: что же такое стратегия и сущность ее предназначения, а также конкуренция и конкурентная стратегия.

Сначала разберём понятие «стратегия маркетинга». Синонимами этого понятия могут стать - логика рыночной деятельности. Другими словами - это базовые решения, которые направлены на достижение основной цели и обеспечение конкурентного преимущества. А, в свою очередь, конкурентная стратегия маркетинга ориентирована на обеспечение конкурентного преимущества, на то, чтобы занять устойчивую позицию, которая позволит диктовать условия конкуренту [5].

В маркетинге, как правило, используются следующие варианты конкурентной стратегии:

- экспансионистская стратегия: она должна быть подкреплена собственным значительным потенциалом, направлена на расширение рыночной доли (агрессивный маркетинг), вытеснение конкурента с рынка, рост продажи товаров, освоение новых региональных рынков, интенсивная противодействующая реклама;
- инновационная технологическая стратегия: выпуск новых конкурентоспособных товаров высокого качества, совершенствование технологии производства и продажи;
- ценовая стратегия: ценовая конкуренция, выпуск товаров по цене ниже, чем у конкурента, изучение реакции рынка на изменение цен; обеспечение эффективности издержек производства и обращения;
- коммерческая стратегия: совершенствование методов продажи и дистрибьюции; стимулирование продажи с помощью ряда поощрительных мер, организация интенсивной рекламной кампании;
- стратегия диверсификации: деятельность предприятия, традиционно выступающего на других рынках, но пытающегося проникнуть на наш рынок (конгломератная диверсификация);
- стратегия партизанской войны: выборочные снижения цен, рекламные атаки, новые, нетрадиционные формы продажи товаров, заимствование у конкурентов методов организации торгово-сбытовой деятельности.

Если основной стратегической целью является превосходство над конкурентом, то предприятие решает две исследовательские задачи: объективную оценку собственного потенциала и характеристику потенциальных возможностей конкурента. Для этого изучаются объем и структура продажи товаров, цены, финансовые характеристики. Эти данные дополняются информацией о менеджменте фирмы, склонности руководителя к тем или иным приемам конкурентной борьбы. В анализ деятельности конкурентов входят: изучение направлений товарной политики конкурентов (структура и ассортимент производства и продажи товаров, инновационный процесс); изучение уровня и динамики цен конкурентов; анализ организации сбыта и продажи товаров (торгово-сбытовой инфраструктуры, ее развития и размещения, форм товародвижения и дистрибьюции); оценки финансового состояния конкурентов. Здесь количественный анализ нередко заменяется качественным, а также приближенными оценками. Одновременно дается характеристика «человеческого фактора»: имидж руководства, квалификация работников маркетинговой службы и т.п. [3]. Важную роль играет опрос потребителей об их отношении к товарам и марке конкурентов, имеющиеся предпочтения товаров конкурента. Непосредственное наблюдение позволяет оценить нагрузку на конкурирующее предприятие, частоту покупок, характер сервиса.

Проблема выбора наиболее целесообразной конкурентной стратегии является достаточно сложной задачей, требующей учета ряда обстоятельств. Так, выбор наиболее подходящей конкурентной стратегии зависит от того, какими возможностями располагает функционирующее на целевом рынке предприятие [7]. Если оно обладает устаревшим оборудованием, недостаточно квалифицированными менеджерами, работниками, не располагает перспективными техническими новинками, но зато в нем не слишком высокая заработная плата и велики прочие затраты на производство, то наиболее подходящей в данном случае является стратегия — «ориентация на издержки».

Если сырье и материалы обходятся очень дорого, но на предприятии есть хорошее оборудование, отличные конструкторские разработки или изобретения, а работники обладают высокой квалификацией, то возможно применение стратегии обеспечения конкурентоспособности за счет организации выпуска товаров уникальных или с таким высоким уровнем качества, который оправдает в глазах покупателей высокую цену.

Все виды конкурентных преимуществ компании в зависимости от сложности их достижения можно разделить на две группы: преимущества низкого порядка и преимущества высокого порядка.

Преимущества низкого порядка связаны с реальной возможностью использования сравнительно дешевых ресурсов: рабочей силы; материалов (сырья), комплектующих изделий; различных видов энергии и т.д.

Низкий порядок конкурентных преимуществ обычно связан с тем, что они очень неустойчивы и легко могут быть потеряны либо вследствие роста цен и заработной платы, либо из-за того, что дешевые производственные ресурсы точно так же могут использовать (или перекупить) главные конкуренты. Иными словами, преимущества низкого порядка — это преимущества с малой устойчивостью, неспособные обеспечить преимущества над конкурентами надолго [6].

К преимуществам высокого порядка принято относить: наличие уникальной продукции; использование самых передовых технологий; высокий уровень менеджмента; прекрасную репутацию предприятия.

Если конкурентное преимущество достигнуто, например, за счет выпуска на рынок уникальной продукции, основанной на собственных конструкторских разработках, то для преодоления такого преимущества конкурентам необходимо или разработать аналогичную продукцию, или предложить что-то лучшее, или заполучить секреты с наименьшими затратами. Все эти пути требуют больших затрат и времени у конкурента. Это означает, что на некоторое время предприятие, вышедшее на рынок с принципиально новым товаром, оказывается в лидирующем положении и недостижимо для конкурентов[4]. Это справедливо и применительно и к уникальным технологиям, и к «ноу-хау», и к высококлассным специалистам. Их трудно воспроизвести достаточно быстро.

Еще одно очень важное преимущество на рынке — репутация (имидж) фирмы. Данное конкурентное преимущество достигается с весьма большим трудом, за достаточно длительный период и требует больших трат денег на его поддержание.

Итак, можно констатировать, что достаточно надежными конкурентными стратегиями являются те, которые основываются на таких стратегических преимуществах, как уникальность товара (услуг, работ) и лидерство по его качеству.

Если рассматривать основные конкурентные стратегии по М. Портеру то стоит упомянуть:

Стратегия лидерства по издержкам. Ее смысл — стремиться стать производителем с низкими издержками производства для выпуска продукции с наименьшей себестоимостью в данной отрасли.

Стратегия дифференциации. Ее смысл — стремиться к дифференциации изделий и услуг для более полного удовлетворения нужд и запросов потребителей, что в свою очередь предполагает более высокий уровень цен.

Стратегия рыночной ниши. Ее смысл — сфокусировать внимание на основных сегментах рынка, для удовлетворения нужд и запросов строго очерченного круга потребителей, либо за счет низкой цены, либо высокого качества [1].

Рассмотрим не менее содержательную классификацию конкурентных стратегий по Л.Г Раменскому

Согласно так называемому биологическому подходу, предложенному российским ученым, различают стратегии обеспечения конкурентоспособности организации: виолентную, пациентную, коммутантную, эксплерентную [2].

Виолентная стратегия предполагает массовое производство и поставку на рынок продукции приемлемого для потребителей качества при низких издержках производства, что позволяет производителям устанавливать невысокие цены в расчете на значительный объем спроса. Виолентная стратегия характерна для крупных компаний, доминирующих на рынке и опережающих конкурентов за счет низких издержек производства (и, следовательно, низкой цены) и высокой

производительности труда, что возможно при организации массового (крупносерийного) производства товаров, ориентированных на среднестатистического покупателя. Виолентную стратегию способны проводить крупные организации с устойчивой репутацией, постепенно овладевшие значительными сегментами рынка.

Патентная стратегия заключается в обслуживании узких сегментов рынка со специфическими потребностями на основе организации специализированного производства продукции, имеющей уникальные характеристики, рассчитана на завоевание и удержание относительно узких рыночных ниш, в пределах которых реализуются эксклюзивные товары специального предназначения и весьма высокого качества. Производители и продавцы таких товаров реализуют их на рынке по высоким ценам в расчете на состоятельных покупателей, что дает возможность при небольших объемах продаж получать значительную прибыль. Конкурентоспособность достигается изысканностью товара, удовлетворяющего тонким вкусам и запросам, показателями качества, превосходящими качество аналогичных товаров конкурентов.

Коммутантная стратегия призвана удовлетворять не редкие, а быстро изменяющиеся, кратковременные нужды потребителей в товарах услугах. Коммутантная стратегия нацелена на приспособление к условиям ограниченного спроса местного рынка, удовлетворение быстро меняющихся потребностей, имитации новинок. Поэтому коммутантная стратегия характеризуется прежде всего высокой гибкостью, что предъявляет особые требования к перестройке производства на выпуск периодически обновляемой продукции. Обычно такой стратегии придерживаются неспециализированные организации с достаточно универсальными технологиями и ограниченными объемами производства, когда при осуществлении данной стратегии не ставится задача достижения высокого качества и продажи по высоким ценам.

Эксплерентная стратегия ориентирована на радикальные нововведения и выход на рынок с новым продуктом. Эксплерентная стратегия опирается на достижение конкурентных преимуществ организации посредством осуществления конструктивных и технологических инноваций, позволяющих опережать конкурентов в выпуске и поставке на рынок принципиально новых видов продукции, за счет вложения капитала в многообещающие, но рискованные инновационные проекты. Такие проекты в случае успешной реализации позволяют не только превзойти соперников по качеству представленной на рынке продукции, но и создавать новые рынки, где в течение определенного времени они могут не опасаться конкуренции, поскольку являются единственными производителями уникального продукта. Реализация такой стратегии требует наличия значительного начального капитала, научно-производственного потенциала, персонала высокой квалификации. Внедрение новшеств — одно из радикальных средств получения конкурентных преимуществ, способствующее монополизации рынка. Открытия, изобретения и другие новшества позволяют создать новый рынок с перспективой быстрого роста и большими возможностями для компании. Абсолютное большинство современных лидеров рынка появились именно вследствие разработки и использования инноваций, приводящих к революционным изменениям рыночной ситуации [2]. Примером могут служить лидеры в авиационной, автомобильной, электротехнической промышленности, а также в области компьютерной техники, разработки программного обеспечения, которые возникли из небольших пионерных предприятий, инновации которых в свое время буквально «взорвали» существующие рынки.

Главным достоинством стратегии внедрения новшеств является блокирование входа в отрасль конкурентов (на определенное время) и гарантированное получение высокой прибыли. Отсутствие товаров-заменителей и высокий потенциальный спрос на инновации создают благоприятные рыночные условия для компании-новатора.

Однако, как свидетельствует опыт, по причине больших рисков, вызванных неготовностью рынка воспринимать новшества, и в ряде случаев техническим и технологическим несовершенством и отсутствием опыта тиражирования и других причин, 80% этих компаний терпят банкротство. Но перспективы стать лидером в отрасли, на рынке и связанные с этим экономические преимущества создают стимул развития инновационной деятельности.

Предприятия, реализующие эксплерентную стратегию, имеют, как правило, высококвалифицированный персонал, проектную управленческую структуру, венчурную организацию бизнеса на начальных этапах процесса нововведения.

Предпосылки применения такой стратегии: отсутствие аналогов (продукции, технологии и др.); наличие потенциального спроса на предлагаемые новшества.

Преимущества эксплерентной стратегии: блокирование входа в отрасль в течение действия прав на новшество; возможность больших объемов продаж и получения сверхприбылей. Риски эксплерентной стратегии: большая неопределенность коммерциализации новшества; опасность имитации, быстрого освоения аналогичной продукции конкурентами; неготовность рынка воспринимать новшество; отсутствие каналов распределения новинок; конструкторская, технологическая и другая недоработка новшества [1].

Резюмируя, можно кратко обобщить: знание основ общего и стратегического менеджмента, основных маркетинговых стратегий конкурентов, их продукта, их принципов работы на рынке способствует повышению конкурентоспособности компании и укреплению ее стратегического положения.

Список литературы / References

1. Дунаев О.Н. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / О.Н. Дунаев, Е.Ю. Кузнецова. Екатеринбург: ИПК УГТУ, 2000. 220 с.
2. Маевский В.И. Введение в эволюционную экономику. М.: Япония сегодня, 1997. 105 с.
3. Маевский В.И. Пора вернуться к эволюции / В. И. Маевский // Эксперт, 2000. № 38. С. 26–29.
4. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров / Е.М. Майбурд. М.: Дело, 2000. 560 с.
5. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер. Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
6. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7 / В.Н. Гунин [и др.]. М.: Инфра-М., 2000. Т. 7. 252 с.
7. Шумпетер Й. Теория экономического развития: исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры / Й. Шумперт. М.: Прогресс, 1982. 455 с.

THE ANALYSIS OF BANKRUPTCY PREDICTION MODELS UNDER CURRENT CONDITIONS

Dubrovina A.A. (Russian Federation)
Email: Dubrovina243@scientifictext.ru

Dubrovina Alina Aleksandrovna – Undergraduate,
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND INDUSTRIAL PRODUCTION MANAGEMENT,
HUMANITARIAN FACULTY,
PERM NATIONAL RESEARCH POLYTECHNIC UNIVERSITY, PERM

Abstract: *the article examines the main bankruptcy diagnosis models of foreign and Russian scientists. Presents the results of a comparative analysis of the application of the four models evaluation the probability of bankruptcy; the main problems of their implementation are highlighted. The company with started bankruptcy procedure is considered. The practical realization of considered models is carried out on the basis of the enterprise's financial statements. The possibility of these models application in Russian conditions is analyzed.*

Keywords: *bankruptcy, insolvency, prediction of corporate bankruptcy.*

АНАЛИЗ МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ БАНКРОТСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Дубровина А.А. (Российская Федерация)

Дубровина Алина Александровна – магистрант,
кафедра экономики и управления промышленным производством,
гуманитарный факультет,
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Аннотация: *в статье исследованы основные модели диагностики банкротства зарубежных и российских ученых. Приводятся результаты сравнительного анализа применения четырех моделей оценки вероятности банкротства, выделены основные проблемы их реализации. Рассмотрено предприятие, по которому начата одна из процедур банкротства. На основании данных финансовой отчетности организации осуществлена практическая реализация рассмотренных моделей. Определена возможность их применения в российских условиях.*

Ключевые слова: *банкротство, несостоятельность, прогнозирование банкротства предприятия.*

Важной проблемой в современной, динамично развивающейся экономике является профилактика банкротства, его своевременное обнаружение и устранение. В России, в условиях трансформации экономических отношений особенно характерна высокая степень неопределенности, что существенно повышает риск банкротства предприятий в результате воздействия как внешних, так и внутренних экономических факторов. За последние десять лет очень многие предприятия оказались на грани банкротства, проблема своевременного прогнозирования вероятности банкротства становится актуальной для каждой организации. На сегодняшний день для организации жизненно необходимой является умение оценивать свою платежеспособность, степень угрозы банкротства и вероятности наступления других финансовых рисков. Объективная оценка вероятности банкротства позволяет своевременно реагировать на возникновение кризисных ситуаций, принимать эффективные управленческие решения.

Существует множество моделей, позволяющих прогнозировать вероятность наступления банкротства. Наиболее известными из них являются модели Э. Альтмана, Р. Таффлера, У. Бивера, Д. Фулмера, Р. Лиса. Российские исследователи попытались адаптировать модели зарубежных ученых к реалиям

нашей страны. Наиболее известными из них являются модели О.П. Зайцевой, Р.С. Сайфуллиной и Г.Г. Кадыкова, и четырехфакторная R-модель Иркутской государственной экономической академии. Интерес к разработке или адаптации моделей прогнозирования банкротства свидетельствует об актуальности проблемы диагностики банкротства на современном этапе.

Согласно Федеральному закону от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)», несостоятельность или банкротство – это признанная арбитражным судом неспособность должника в полном объеме удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, о выплате выходных пособий и (или) об оплате труда лиц, работающих или работавших по трудовому договору, и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей»¹

Существуют признаки, свидетельствующие о возможности банкротства организации. Наиболее важными из них являются:

- динамическое снижение коэффициентов платежеспособности, ликвидности и рентабельности;
- снижение продуктивности использования производственной мощности, вследствие чего предприятию пришлось увеличить себестоимость продукции;
- рост доли заемного капитала при дефиците собственного оборотного капитала, высокая зависимость от внешних источников финансирования;
- сокращение продаж и выручки от реализации;
- рост запасов, затрат и задолженности по дебиторскому долгу, в результате сочетания этих факторов происходит необдуманное расширение производства;
- изменение общих условий, которые оказывают влияние на весь экономический рынок;
- дисбаланс дебиторской и кредиторской задолженности;
- зависимость предприятия от одного вида сырья/актива/рынка сбыта и др.

Наличие перечисленных признаков не является обязательным условием банкротства, но если не будут предприняты меры по их устранению, то в дальнейшем это может привести к ухудшению финансового состояния предприятий, что в итоге может привести к банкротству.

Своевременный анализ финансового состояния, и разработка методов оценки вероятности банкротства, способны вовремя поймать момент возможного банкротства, а также существенно снизить риск его возникновения.

«Оценку вероятности банкротства организации можно определить, как комплекс мероприятий, направленных на выявление признаков, характеризующих степень потери финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия»²

На сегодняшний день зарубежными и российским учеными предлагается множество разнообразных методов и моделей оценки вероятности банкротства. Однако не смотря на многообразие этих моделей, не существует универсальной и единственно верной, которая могла бы достоверно спрогнозировать вероятность наступления банкротства.

Выделяют следующие основные проблемы, реализации моделей оценки вероятности наступления банкротства:

- «проблема адаптации зарубежных моделей прогнозирования банкротства к условиям деятельности российских предприятий;
- отсутствие в методиках учета особенностей хозяйственной деятельности (отраслевых особенностей);

¹ О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 №127-ФЗ [Эл. ресурс] // Информационно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа: www.consultant.ru/popular/bankrupt/58_1.html#p85 (дата обращения 03.12.2019).

² Хачатурова Т.О. Основные аспекты прогнозирования банкротства предприятий / Т.О. Хачатурова, Н.А. Ярыгина // Вектор науки ТГУ. 2013. №4. С. 178-180.

- основаны на устаревших данных;
- проблемы определения весовых коэффициентов для факторных математических моделей и пороговых значений результативного показателя;
- отсутствие динамических оценок вероятности банкротства (почти все методики основаны на статической оценке)¹.

В таблице № 1 представлена сравнительная характеристика основных российских и зарубежных моделей оценки вероятности банкротства, а также их преимущества и недостатки.

Таблица 1. Сравнительная характеристика моделей оценки вероятности банкротства²

Наименование модели	Формула расчета	Значение результативного показателя	Преимущества	Недостатки
Модель Альтмана	$Z = 0,717 * X1 + 0,847 * X2 + 3,107 * X3 + 0,420 * X4 + 0,998 * X5$, где X1 — оборотный капитал / активы предприятия; X2 — нераспределенная прибыль / активы предприятия; X3 — прибыль до налогообложения / активы предприятия; X4 — собственный капитал / сумма обязательств; X5 — выручка / активы предприятия.	$Z < 1,81$ — вероятность банкротства составляет от 80 до 100%; $Z = 1,81-2,77$ — средняя вероятность краха компании от 35 до 50%; $Z = 2,77-2,99$ — вероятность банкротства не велика от 15 до 20%; $Z > 2,99$ — ситуация на предприятии стабильна	-Простота и возможность применения при ограниченной информации; -Сравнимость показателей; 3.Возможность разделения анализируемых компаний на потенциальных банкротов и не банкротов; 4.Высокая точность расчетов.	- Невозможность использования в российских условиях (не учитывает российские особенности экономики); -Сложность интерпретации итогового значения; -Зависимость точности расчетов от исходной информации; -Ограниченность области применения; -Основана на устаревших данных; - Не учитывает показателей рентабельности.
Модель Таффлера	$Z = 0,53 * X1 + 0,13 * X2 + 0,18 * X3 + 0,16 * X4$, где X1 — прибыль от реализации / краткосрочные обязательства; X2 — оборотные активы / сумма обязательств; X3 — краткосрочные обязательства / сумма активов; X4 — выручка от реализации / сумма активов.	$Z > 0,3$ — малая вероятность банкротства; $Z < 0,2$ — высокая вероятность банкротства.	Преимуществом модели Таффлера является высокая точность прогноза вероятности банкротства компании (это связано с большим числом проанализированных организаций)	-Ограничение области применения (только для акционерных обществ, акции которых активно торгуются на фондовом рынке); -Сложность интерпретации итогового значения; -Невозможность использования в российских условиях; -Зависимость точности расчетов от исходной информации; -Использование устаревших данных.

¹ Лытнева Н.А. Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике / Н.А. Лытнева, С.Г. Семенов // Вестник ОрелГИЭТ. 2010 г. №2(12). С. 52-57.

² Составлено Автором по данным <https://wdia.ru/>

Наименование модели	Формула расчета	Значение результирующего показателя	Преимущества	Недостатки
Модель ИГЭА	$R = 8,38 * X1 + X2 + 0,054 * X3 + 0,63 * X4$ где, X1 – чистый оборотный капитал/активы X2 – чистая прибыль/собственный капитал X3 – чистый доход/валюта баланса X4 – чистая прибыль/суммарные затраты	-максимальная вероятность банкротства (90 – 100%) при $R < 0$; -высокая вероятность банкротства (60 – 80%) при $0 \leq R < 0,18$; -средняя вероятность банкротства (35 – 50%) при $0,18 \leq R < 0,32$; • низкая вероятность банкротства (15 – 20%) при $0,32 \leq R < 0,42$; • вероятность банкротства минимальная (до 10%) при $R > 0,42$.	-Возможность использования в российских условиях (разрабатывалась на основе российской статистики); -Высокая точность расчетов; -Использование коэффициента рентабельности; -Определение процентной вероятности банкротства.	-Сложность интерпретации итогового значения; -Зависимость точности расчетов от исходной информации; -Не учитывается отраслевая специфика деятельности предприятий; -Использование устаревших данных.
Модель О.П. Зайцевой	$Z_{факт} = 0,25 * X1 + 0,1 * X2 + 0,2 * X3 + 0,25 * X4 + 0,1 * X5 + 0,1 * X6$, где X1 — прибыль (убыток) до налогообложения / X2 — кредиторская задолженность / X3 — краткосрочные обязательства / X4 — прибыль до налогообложения / X5 — заемный капитал / X6 — активы / X7 — выручка. $Z_{норматив} = 1.57 + 0.1 * X6_{\text{прошлого года}}$	Если $Z_{факт} > Z_{норматив}$, то высока вероятность банкротства предприятия. Если наоборот, то риск банкротства незначительный.	Возможность использования в российских условиях (разрабатывалась на основе российской статистики);	Однако, не учитываются макроэкономические факторы, а также не рассматриваются специфические особенности деятельности предприятия. Модель недостаточно хорошо описана, не дана техника расчета коэффициентов.

Используя вышеизложенные модели, определим возможность их практической реализации в российских условиях. Для этого воспользуемся финансовой отчетностью организации, на которой в 2019 году была введена процедура наблюдения — ООО «Камбарский машиностроительный завод».

Общество с ограниченной ответственностью «Камбарский машиностроительный завод» является разработчиком и изготовителем современных систем управления, контроля и диагностики работы железнодорожного подвижного транспорта, оказывает услуги по всем видам ремонтов железнодорожной и автомобильной техники. Начавшийся в 2008 г. экономический кризис, в том числе в отрасли машиностроения, послужил причиной возникновения неплатежей между предприятиями, банкротства контрагентов и, как следствие, роста дебиторской задолженности. Негативное влияние на предприятие оказало наличие высокой

конкуренции в отрасли. Также одним из негативных факторов является большой износ основных средств (техники и оборудования) и, как следствие, необходимость в модернизации парка оборудования.

Выручка от реализации организации сократилась за период 2015–2018 гг. более чем в 13 раз — с 336 424 тыс. руб. до 25 643 тыс. руб. Причем темпы падения выручки значительно превышали темпы снижения себестоимости (за рассматриваемый период она снизилась с 264 609 тыс. руб. до 33 359 тыс. руб., или более чем в 7 раз). В 2016 году организация получила колоссальный убыток 90 539 тыс. руб. В 2017 г. убытки организации снизились до 47 967 тыс. руб. Однако, это вызвано, в первую очередь снижением объемов производственной деятельности. В 2019 году Арбитражный суд Удмуртии ввел процедуру наблюдения на ООО «Камбарский машиностроительный завод» и назначил временным управляющим Дмитрием Салуквадзе.

Предусмотрен комплекс мер по восстановлению платежеспособности общества: репрофилирование производства, взыскание дебиторской задолженности, продажа части имущества, получение новых заказов. Осложняет выход общества из состояния банкротства ухудшение экономической ситуации в стране.

Проанализируем, совпадает ли заключение о финансовом положении организации с оценками, полученными на основании моделей оценки вероятности наступления банкротства. Результаты расчетов представлены в таблице № 2.

Таблица 2. Прогнозирование вероятности банкротства ООО «Камбарский машиностроительный завод»¹

Модель		Вероятность банкротства			
		2015	2016	2017	2018
Модель Альтмана		1,20	-0,88	-2,05	-3,77
		высокая	высокая	высокая	высокая
Модель Таффлера		0,51	0,47	0,59	1,06
		низкая	низкая	низкая	низкая
Модель ИГЭА		0,16	-3,88	-13,59	-37,07
		высокая 60%-80%	максимальная 90%-100%	максимальная 90%-100%	максимальная 90%-100%
Модель О.П. Зайцевой	$Z_{норм}$	1,64	1,66	1,62	1,63
	$Z_{факт}$	22,53	18,58	3,62	4,26
		Высокая	Высокая	Высокая	Высокая

По данным расчетов, можно сделать вывод о том, что оценка вероятности банкротства рассматриваемой организации по всем моделям, за исключением модели Таффлера, крайне высокая. Динамика показателей за период 2015-2018 гг. значительно изменилась в сторону увеличения риска банкротства, особенно в 2018 году. Необходимо отметить, что полученные показатели выходят далеко за границы нормативных показателей моделей. В частности, расчеты, проведенные с использованием модели Зайцевой, превышают нормативные в десятки раз. Отдельным исключением является модель Таффлера: показатели не дают достоверных результатов. Следовательно, данная модель не может дать адекватных результатов.

Таким образом, применение рассматриваемых моделей возможно, однако использовать их, как единственный критерий для определения риска наступления банкротства, не представляется возможным. Особенно это касается зарубежных моделей, которые могут давать значительные погрешности в российских условиях. В связи с этим проблема разработки универсальной модели оценки вероятности наступления банкротства остается актуальной. Также не стоит забывать о

¹ Рассчитано автором по данным <https://audit-it.ru/>

необходимости учета в моделях отраслевых и региональных особенностей, текущей экономической обстановки в стране.

Список литературы / References

1. *Балдин К.В., Белугина В.В., Галдицкая С.Н., Передеряев И.И.* Банкротство предприятия: анализ, учет и прогнозирование: учеб. пособие. М.: Дашков и Ко, 2015.
 2. *Клинов Н., Назаров Д.* Реорганизация и ликвидация юридического лица. СПб.: Питер, 2014.
 3. *Лытнева Н.А.* Методика определения вероятности банкротства организаций в российской и зарубежной практике / Н.А. Лытнева, С.Г. Семенов // Вестник ОрелГИЭТ, 2010. № 2 (12). С. 52-57.
 4. О несостоятельности (банкротстве): Федеральный закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ. [Электронный ресурс] // Информационно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: www.consultant.ru/popular/bankrupt/58_1.html#p85/ (дата обращения 03.12.2019).
 5. Диагностика кризисного состояния предприятия / А.Я. Фомин. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 349 с.
 6. *Хачатурова Т.О.* Основные аспекты прогнозирования банкротства предприятий / Т.О. Хачатурова, Н.А. Ярыгина // Вектор науки ТГУ, 2013. № 4. С. 178-180.
-

INNOVATIONS IN MECHANICAL ENGINEERING

Plotnikov A.A. (Russian Federation)

Email: Plotnikov243@scientifictext.ru

*Plotnikov Anton Antonovich - Master's Student,
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND INDUSTRIAL PRODUCTION MANAGEMENT,
FACULTY OF HUMANITIES,
PERM NATIONAL RESEARCH POLYTECHNIC UNIVERSITY, PERM*

Abstract: *the article discusses the development of engineering as one of the most high-tech industries. The costs of technological innovations in mechanical engineering are analyzed. It has been determined that the number of organizations in mechanical engineering sectors that have carried out technological innovations is unstable. As a tool that can increase economic efficiency, the possibilities of machine-building production during the transition to a new technological structure using digital technologies are considered.*

Keywords: *mechanical engineering, machine-building complex, industrial production, innovations, innovative activity, innovative development, industry 4.0, digital economy, digital technologies.*

ИННОВАЦИИ В МАШИНОСТРОЕНИИ

Плотников А.А. (Российская Федерация)

*Плотников Антон Антонович – магистрант,
кафедра экономики и управления промышленным производством,
гуманитарный факультет,
Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь*

Аннотация: *в статье рассматриваются вопросы развития машиностроения как одной из наиболее высокотехнологичных отраслей промышленности. Анализируются затраты на технологические инновации в машиностроении. Определено, что численность организаций отраслей машиностроения, осуществлявших технологические инновации, неустойчива. В качестве инструмента, способного повысить экономическую эффективность, рассматриваются возможности машиностроительного производства при переходе на новый технологический уклад с использованием цифровых технологий.*

Ключевые слова: *машиностроение, машиностроительный комплекс, промышленное производство, инновации, инновационная деятельность, инновационное развитие, индустрия 4.0, цифровая экономика, цифровые технологии.*

УДК 338.012

Развитие экономики страны и переход к принципиально новым технологическим укладам определяется условиями функционирования предприятий машиностроения, степенью их потребления и производства результатов НИОКР.

Машиностроение представляет собой совокупность отраслей, производящих машины и осуществляющих обработку металла для их производства¹. Оно входит в состав машиностроительного комплекса наряду с ремонтным производством и малой металлургией. Степень развития машиностроения является мерой индустриализации мирового экономического хозяйства, а производимые овеществленные и неовеществленные продукты позволяют дать оценку международного технологического обмена отдельных стран.

¹ Абрашкин М.С. Научное развитие предприятий машиностроения// Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2018. № 4. С. 107-115.

Развитие наукоёмких предприятий выстраивается в условиях глобальных трендов и тенденций общемирового развития:

1. Имеется ряд социо-эколого-экономических проблем, обусловленных глобализацией общественных и торгово-производственных отношений. К ним можно отнести международный терроризм, ядерное оружие, старение населения, миграционные потоки и т. д.

2. Появление новых стран - «центров силы» мировой экономики. Китай, Бразилия, Индия, Иран меняют потоки и конфигурации экономических отношений и мировой торговли, капиталов и выпуска инноваций. Рост конкуренции порождает протекционизм основных игроков рынка и меры межгосударственного регулирования национальной экономики.

3. Гармонизация экономики знаний и цифровой экономики, производства и тиражирования инноваций имеет высокие темпы освоения. Растёт скорость мирохозяйственных тенденций: от производства товаров к производству услуг, в том числе виртуальных.

Наиболее высокие темпы ускорения внедрения результатов фундаментальных исследований в военную промышленность демонстрируют развитые страны, которые используют эффективные механизмы выявления из всего множества фундаментальных исследований тех, которые имеют наибольший потенциал с военной точки зрения.¹

В развитых странах удельный вес продукции машиностроения в общем выпуске составляет 35-50%. В России данный показатель составляет не более 20 %². Если в период плановой экономики внутренние затраты на исследования и разработки составляли около 5 %, то по состоянию на 2016 г. они составляют около 1,1% от ВВП³. Россия существенно отстаёт от ведущих стран мира, занимая 34 место по уровню данного показателя. В пятёрку лидеров входят Республика Корея (4,29%), Израиль (4,11%), Япония (3,59%), Финляндия (3,17%) и Швеция (3,16%)⁴. Невысокие значения показателя затрат на исследования и разработки в России находят отражение в небольших показателях технико-технологических и инновационных свойств. Численность организаций отраслей машиностроения, осуществлявших технологические инновации, неустойчива и имеет тенденцию к снижению (Рис. 1).

¹ Лавринов Г. А., Хрусталёв Е. Ю., Хрусталёв О. Е. Фундаментальная наука как важнейший элемент современной системы обеспечения военной безопасности государства // Вестник РАН. 2017. Т. 87. № 3. С. 195-203.

² Беляев В. В. Анализ состояния отечественного машиностроения // Вестн. Самар. ун-та. Сер.: Экономика и управление. 2014. № 6 (117). С. 39-47.

³ Фридлянова С. Ю. Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации. URL: https://issek.hse.ru/data/2016/11/25/1112901023/NTI_N_29_25112016.pdf

⁴ Ратай Т. В. Затраты на науку в России и ведущих странах мира. URL: https://issek.hse.ru/data/2016/09/20/1123278216/NTI_N_19_20092016.pdf

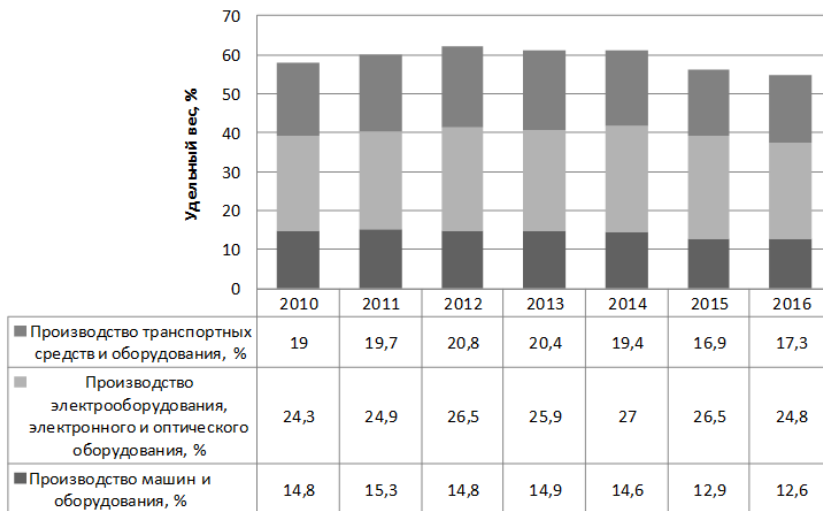


Рис. 1. Удельный вес организаций машиностроения, осуществлявших технологические инновации, % (составлено автором на основании источников¹²⁾

Тенденции экономического развития вынуждают наукоёмкие предприятия машиностроения подстраиваться под глобальные тренды роста. Целью является экономическая, научно-техническая или оборонная мощь страны за счёт системной интеграции и аккумулирования инноваций. Знания, идеи, разработки, патенты позволяют формировать конкурентные рынки инновационных технологий, а инвесторам снизить риски диверсификации своих вложенных в обороты средств³.

Несмотря на то, что отечественная промышленность в течение последнего десятилетия пережила два инвестиционных шока, первый из которых был связан с мировым финансовым кризисом 2008-2009 гг., а второй - с геополитическими событиями 2014 г., обернувшихся введением международных санкций и существенным снижением курса рубля, ряд отраслей промышленного производства демонстрирует рост показателей совокупной капитализации. Наиболее положительную динамику показывают, прежде всего, базовые ресурсообеспечивающие отрасли (Рис. 2).

Опираясь на вышеприведенные данные, можно сделать вывод о существенной структурной деградации промышленности России, произошедшей вследствие углубления неэффективной специализации на низкотехнологичных энерго- и ресурсоемких производствах и фактической потери отдельных отраслей (производств), имеющих инвестиционное (в частности – отдельные подвиды машиностроения, например, лесное машиностроение, тракторное машиностроение, станкостроение и др.) и социальное (например, легкая промышленность) значение. Значительно сократились абсолютные объемы выпуска и продаж основных видов

¹ Технологическое развитие отраслей экономики. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/economydevelopment/#

² Абрашкин М.С. Наукоёмкость и инновационное развитие предприятий машиностроения // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2018. № 4. С. 107-115.

³ Петросян А. А. Эффективность инновационной составляющей устойчивого развития // Современные инновации. 2016. № 12 (14). С. 53-56.

промышленной продукции (некоторые виды техники, товары длительного пользования и т. д.)¹.

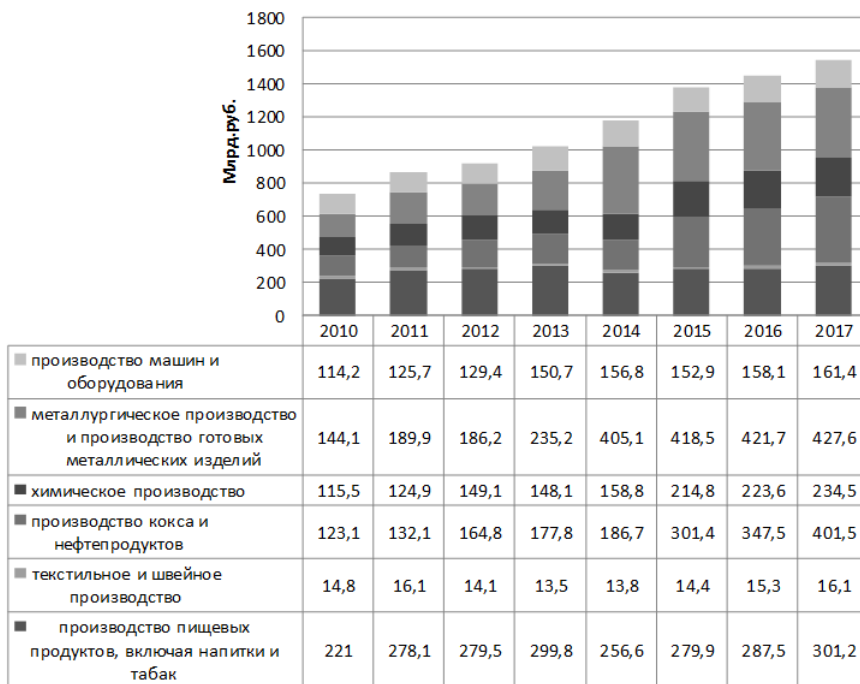


Рис. 2. Капитализация предприятий основных отраслей обрабатывающей промышленности Российской Федерации, млрд руб. (составлено автором на основании источников^{2,3})

В условиях стагнации отечественной экономики вопросы модернизации промышленности выходят на первый план. Традиционной моделью модернизации основных отраслей экономики, и прежде всего промышленности, для России является «догоняющее развитие», однако в современном мире только замены оборудования или обновления продукции недостаточно для достижения мировой конкурентоспособности страны.⁴ Следовательно, возникла потребность в существенной трансформации бизнес-моделей промышленного производства за счет радикальных технологических и организационных решений, что знаменует собой переход к новому технологическому укладу.

Концепция технологических укладов, развивающая теорию длинных волн Н.Д. Кондратьева, была разработана С. Ю. Глазьевым, который под технологическим укладом понимал совокупность технологий, характерных для определенного уровня развития производства.⁵

¹ Стариков Е.Н., Ткаченко И.Н., Раменская Л.А. Особенности структурно-технологической модернизации промышленности российской федерации// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19. № 3. С. 265-273.

² Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. URL.: www.gks.ru

³ Стариков Е.Н., Ткаченко И.Н., Раменская Л.А. Особенности структурно-технологической модернизации промышленности российской федерации// Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2019. Т. 19. № 3. С. 265-273.

⁴ Новая технологическая революция : вызовы и возможности для России. Экспертно-аналитический доклад / под ред. В. Н. Княгинина. М. : Центр стратегических разработок, 2017. 136 с.

⁵ Глазьев С. Ю. Экономика будущего. Есть ли у России шанс? М. : Книжный мир, 2016. 640 с.

В Германии в рамках одного из десяти проектов стратегии в области высоких технологий¹ в 2012 г. была создана широко известная программа развития промышленности «Индустрия 4.0» (Industry 4.0). Аналогичные программы инициированы во Франции и Великобритании. В США помимо национальных инициатив, направленных на развитие одного направления, разработан «Национальный стратегический план развития передовых промышленных технологий США».

В данном контексте Россия, отстаивая свои глобальные позиции на международных промышленных рынках, определила ключевые направления технологической модернизации, которые были закреплены в 2008 г. в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года»², на основе которой был составлен прогноз долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2030 г.³

Эволюция процесса промышленного производства на этапе перехода от третьей к четвертой промышленной революции представлена на рис. 1⁴. Нынешний этап развития связан с использованием сквозных цифровых технологий и созданием новых моделей архитектур производственных систем и предприятий для организации цифрового производства.

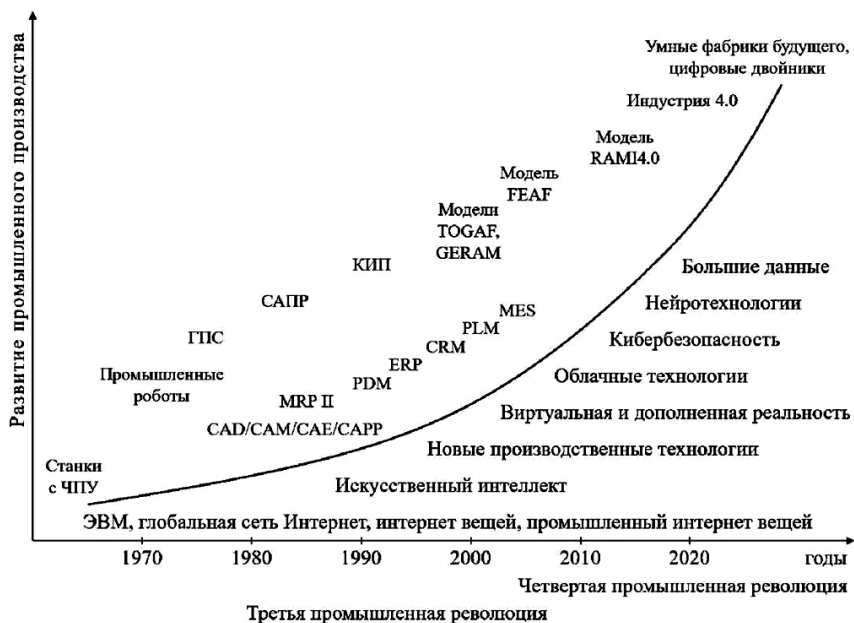


Рис. 1. Эволюция процессов автоматизации, интеграции и интеллектуализации в сфере промышленного производства⁵

¹ The New High-Tech Strategy. Innovations for Germany. URL: <https://www.bmbf.de/en/the-new-high-tech-strategy-2322.html>

² Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. URL: <http://government.ru/info/6217/>

³ Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/

⁴ Шваб К. Технологии четвертой промышленной революции: [пер. с англ.] / Клаус Шваб, Николас Дэ-вис. - М.: Эксмо, 2018. -320 с.

⁵ Позднеев Б.М., Овчинников П.Е., Левченко А.Н., Шароватов В.И., Бабенко Е.В. О развитии цифровых инноваций в машиностроении в условиях формирования ПРОМЫШЛЕННОСТИ 4.0// Вестник МГТУ Станкин. 2019. № 2 (49). С. 23-28.

Переход к цифровой экономике и подготовка отечественной промышленности к процессам цифровизации и цифровой трансформации определены в качестве стратегических задач в рамках приоритетных национальных проектов «Цифровая экономика Российской Федерации», «Производительность труда и поддержка занятости», «Международная кооперация и экспорт» и др.

Наступление четвертой промышленной революции (Industry 4.0) для машиностроения - ожидаемое событие, при котором произойдет повсеместное внедрение киберфизических цифровых систем в различных отраслях машиностроительного производства и в сфере обслуживания человеческих потребностей (обучение, труд и быт). По прогнозам отдельных исследователей и аналитических агентств, сопряженные с этим изменения охватят самые разные стороны машиностроительной промышленности и человеческой жизни в целом. Внедряемые в машиностроение цифровые технологии четвертой промышленной революции потребуют преобразования действующего производственного технологического уклада, что непосредственно изменит существующий рынок труда, значительно снизив потребность в живой рабочей силе, а также затронут жизненную среду человека и многие связанные с ней области деятельности.¹

Каждая из ключевых технологий четвертой промышленной революции является отдельным самостоятельным инструментом для решения вполне определенных задач. Например, одна из визитных карточек «цифровой революции» - технология анализа и обработка больших объемов данных (Big Data) - при развитой информационно-статистической базе производственного предприятия сама по себе обладает огромным потенциалом, позволяя реализовать мониторинг огромного количества многопараметрических производственных, технологических, административных и организационных процессов. Однако сочетание технологии Big Data с другой цифровой технологией - интернетом вещей (Internet of Things, IoT) - предоставляет машиностроительному производству целый ряд преимуществ гибкого автоматизированного производства (гибкость производства, единая технологическая и аппаратная платформа, общее повышение эффективности производства вследствие снижения уровня издержек).

Кроме указанных преимуществ, симбиоз выделенных технологий Big Data и IoT в машиностроительном производстве может стать новым инструментом технологии машиностроения как науки. Этот инструмент позволяет выполнить с применением современных цифровых технологий изучение всего разнообразия промышленных связей (механических, физических, размерных, временных, информационных, экономических и организационных) с целью совершенствования существующих и создания новых технологий и методов обработки и сборки изделий машиностроения требуемого качества с минимальными затратами труда, материальных и энергетических ресурсов. Подобный подход консолидирует зачастую разрозненные научные знания технологии машиностроения как отрасли посредством изучения связей и установления обобщенных и частных закономерностей процессов изготовления машин.

Цифровые инновации в машиностроении должны учитывать основополагающие принципы концепции Индустрии 4.0, лучшие мировые и отечественные практики, а также требования основополагающих международных (ИСО, МЭК) и национальных (ГОСТ Р) стандартов.

Таким образом, внедрение автоматизированных технологий Industry 4.0 может создать все предпосылки для развития перспективных отраслей машиностроения. Государственная промышленная политика должна содействовать стимулированию

¹ Рябов А.Н. Консолидация научного знания в технологии машиностроения инструментами четвертой промышленной революции// Вестник Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П.А. Соловьева. 2019. № 2 (49). С. 61-65.

спроса на наукоемкую продукцию, повышению её качества и конкурентоспособности, обновлению техники и совершенствованию воспроизводственной функции, обеспечивающей данные процессы.

Список литературы / References

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/info/6217/> (дата обращения: 04.12.2019).
2. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/ (дата обращения: 04.12.2019).
3. *Абрашкин М.С.* Наукоемкость и инновационное развитие предприятий машиностроения // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика, 2018. № 4. С. 107-115.
4. *Беляев В.В.* Анализ состояния отечественного машиностроения // Вестн. Самар. ун-та. Сер.: Экономика и управление, 2014. № 6 (117). С. 39-47.
5. *Глазьев С.Ю.* Экономика будущего. Есть ли у России шанс? М.: Книжный мир, 2016. 640 с.
6. *Лавринов Г.А., Хрусталёв Е.Ю., Хрусталёв О.Е.* Фундаментальная наука как важнейший элемент современной системы обеспечения военной безопасности государства // Вестник РАН, 2017. Т. 87. № 3. С. 195-203.
7. Новая технологическая революция: вызовы и возможности для России. Экспертно-аналитический доклад / под ред. В.Н. Княгинина. М.: Центр стратегических разработок, 2017. 136 с.
8. *Петросян А.А.* Эффективность инновационной составляющей устойчивого развития // Современные инновации, 2016. № 12 (14). С. 53-56.
9. *Позднеев Б.М., Овчинников П.Е., Левченко А.Н., Шароватов В.И., Бабенко Е.В.* О развитии цифровых инноваций в машиностроении в условиях формирования промышленности 4.0 // Вестник МГТУ Станкин, 2019. № 2 (49). С. 23-28.
10. *Ратай Т.В.* Затраты на науку в России и ведущих странах мира. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://issek.hse.ru/data/2016/09/20/1123278216/NTI_N_19_20092016.pdf/ (дата обращения: 04.12.2019).
11. *Рябов А.Н.* Консолидация научного знания в технологии машиностроения инструментами четвертой промышленной революции // Вестник Рыбинской государственной авиационной технологической академии им. П.А. Соловьева, 2019. № 2 (49). С. 61-65.
12. *Стариков Е.Н., Ткаченко И.Н., Раменская Л.А.* Особенности структурно-технологической модернизации промышленности российской федерации // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право, 2019. Т. 19. № 3. С. 265-273.
13. Технологическое развитие отраслей экономики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/economydevelopment/#/ (дата обращения: 04.12.2019).
14. Федеральная служба государственной статистики: [сайт]. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru/
15. *Фридлянова С.Ю.* Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://issek.hse.ru/data/2016/11/25/1112901023/NTI_N_29_25112016.pdf/ (дата обращения: 04.12.2019).

16. *Шваб К.* Технологии четвертой промышленной революции: [пер. с англ.] / Клаус Шваб, Николас Дэ-вис. М.: Эксмо, 2018. 320 с.
17. The New High-Tech Strategy. Innovations for Germany. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bmbf.de/en/the-new-high-tech-strategy-2322.html/> (дата обращения: 04.12.2019).

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

FEATURES OF THE ANALYSIS OF THE FINANCIAL CONDITION OF SMALL ENTERPRISES AND LEASING COMPANIES

Rudkovskaya A.N.¹, Kuntsevich V.P.² (Republic of Belarus)

Email: Rudkovskaya243@scientifictext.ru

¹Rudkovskaya Alina Nikolaevna - Master of Economic;

²Kuntsevich Victor Pavlovich - Senior Lecturer,

CORPORATE FINANCE DEPARTMENT,

BELARUSIAN STATE UNIVERSITY,

MINSK, REPUBLIC OF BELARUS

Abstract: *the quality of the selected methodology for analyzing the financial condition depends on the organization's management processes and the survival of the company, as well as the adoption of sound management decisions. The aim of the work is to identify the characteristics of the analysis of the financial condition of small businesses taking into account the specifics of their activities. The article analyzes the financial condition of small enterprises on the basis of the coefficient analysis method, identifies problems that arise when it is applied to microorganizations, including leasing companies, and suggests ways to solve them.*

Keywords: *financial condition, coefficient analysis, leasing company.*

ОСОБЕННОСТИ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ЛИЗИНГОВЫХ КОМПАНИЙ

Рудковская А.Н.¹, Кунцевич В.П.² (Республика Беларусь)

¹Рудковская Алина Николаевна - магистр экономических наук;

²Кунцевич Виктор Павлович - старший преподаватель,

кафедра корпоративных финансов,

Белорусский государственный университет,

г. Минск, Республика Беларусь

Аннотация: *от качества выбранной методики анализа финансового состояния зависят процессы управления организацией и выживаемость фирмы, а также принятие верных управленческих решений. Целью работы является выявление особенностей анализа финансового состояния субъектов малого бизнеса с учетом специфики их деятельности. В статье проанализировано финансовое состояние малых предприятий на основе метода коэффициентного анализа, выявлены проблемы, возникающие при его применении для микроорганизаций, в том числе лизинговых компаний, а также предложены пути их решения.*

Ключевые слова: *финансовое состояние, коэффициентный анализ, лизинговая компания.*

Анализ финансового состояния, являющегося одной из основных характеристик эффективности деятельности предприятия, используется для определения стабильности, платежеспособности, ликвидности и прибыльности компании, в отношении которой необходимо принять инвестиционное или управленческое решение, чтобы гарантировать надежность вложений. В анализе применяют различные методы, включая метод финансовых коэффициентов. Коэффициентный способ предусматривает расчет соответствующего показателя и сравнение этого

показателя с какой-либо базой, как правило, нормативом. Однако основная проблема данного метода анализа заключается в том, что в современных реалиях происходящие частые изменения снижают эффективность стандартной оценки финансового состояния и искажают результаты проверки деятельности фирмы. Возрастает необходимость рассматривать анализируемую компанию или группу компаний в целом, учитывая не только текущее финансовое состояние, но и отраслевую динамику, структуру активов, перспективы инвестиционной активности.

Так, исследование финансового состояния ряда малых предприятий и изучение экспертных мнений позволяют определить особенности отдельных групп предприятий, которые не «вписываются» в систему оценки согласно Инструкции от 27.12.2011 г. № 140/206 о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования. Такие предприятия сгруппированы на рисунке 1.

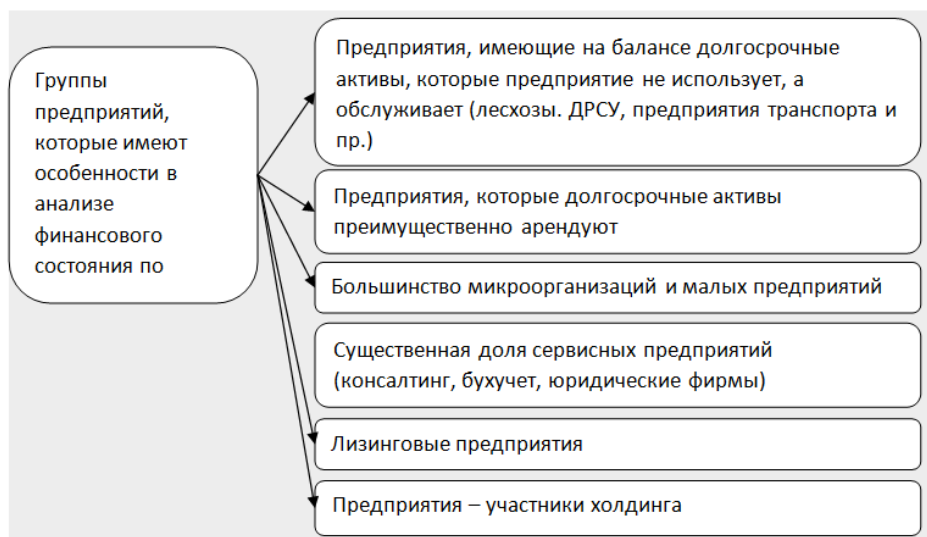


Рис. 1. Группы предприятий, которые имеют особенности в анализе финансового состояния по нормативной методике

Прежде всего, к таким относятся предприятия, имеющие на балансе долгосрочные активы, которые предприятие не использует, а обслуживает (лесхозы, ДРСУ, предприятия транспорта и пр.). Из-за этого у таких предприятий эти основные средства излишни и ухудшают коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами, который определяется как отношение суммы обязательств предприятия (долгосрочных и краткосрочных) и стоимости его активов по балансу [1].

К группе организаций с особенностями финансового анализа относится большинство малых фирм, сервисных предприятий, включая лизинговые. Прежде всего, их объединяет то, что они долгосрочные активы преимущественно арендуют, а размер собственного капитала у них минимален. Так, например, в результате анализа финансового состояния ОАО «Юникомлизинг» на начало 2019 г. был выявлен существенный профицит текущей и абсолютной ликвидности, однако дефицит обеспеченности финансовых обязательств активами (0,95 выше норматива в 0,85). Это означает, что кто-то из кредиторов может подать на предприятие в суд иск о банкротстве согласно профильному закону. Это, по-нашему мнению, говорит не столько о финансовой неплатежеспособности предприятия, сколько о том, что предприятия подобной отраслевой направленности должны оцениваться иначе.

Если рассматривать белорусские холдинги, которые также являются специфическим объединением предприятий, то их налоговая модель обладает

особенностями по сравнению с другими организациями. В ней имеются некоторые льготы по налогам при денежных потоках между предприятиями холдинга. Это вызывает, прежде всего, увеличение денежных потоков, отражающихся в статьях «прочие» активов и пассивов. По сути, эти потоки относятся фактически к дебиторской и кредиторской задолженности, по форме – прочие, что не всегда объективно отражает реальную ситуацию.

На наш взгляд, можно выделить основные особенности оценки финансового состояния микроорганизаций и малых предприятий, которые сгруппированы на рисунке 2.



Рис. 2. Основные особенности оценки финансового состояния микроорганизаций и малых предприятий в Беларуси

Долгосрочные активы у малого бизнеса в основном арендуются. В балансе отражаются преимущественно краткосрочные активы и обязательства. Уставный фонд минимален, как и собственный капитал. Фактически менеджмент старается финансировать краткосрочные активы за счет кредиторской задолженности.

Состав и структура статей доходов и расходов упрощены, не содержат, к примеру, финансовой и инвестиционной деятельности.

Показатели деятельности характеризуются высокой волатильностью в обычной стабильной обстановке, а тем более ее усиливают сезонные факторы, изменения внешней конъюнктуры и т.д. Также с точки зрения возможностей реагирования на действие внешних факторов внутренняя среда малого предприятия обладает значительно меньшими возможностями по сравнению с крупным предприятием, у которых больше запас устойчивости и финансовых возможностей, в том числе в вопросе заимствований на финансовом рынке, а также квалификации менеджеров, которые в небольших организациях вынужденных совмещать несколько функций управления.

Выделим основные особенности оценки финансового состояния лизинговых предприятий (см. рисунок 3).

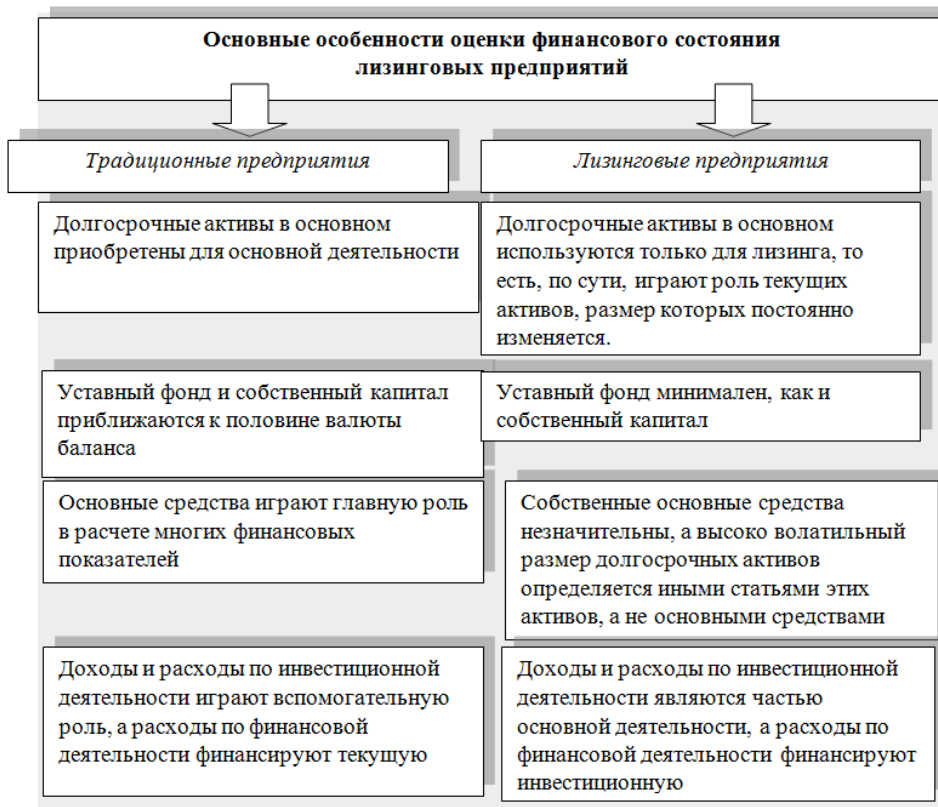


Рис. 3. Основные особенности оценки финансового состояния лизинговых предприятий в Беларуси

Примечание – Источник: составлено по [2]

Таким образом, мы видим, что лизинговый бизнес является достаточно динамичным и специфичным. Также следует отметить, что в результате различных способов отражения лизинговых операций в финансовой отчетности, ее анализ по известным общепринятым коэффициентам не дает надлежащего понимания финансового положения компании данной отрасли.

Из-за того, что лизинговые компании ведут отчетность по общим стандартам, как обыкновенное предприятие, без учета специфики своего бизнеса, оценка становится более сложной [3].

По нашему мнению, основные предложения по совершенствованию оценки финансового состояния малых белорусских предприятий можно сгруппировать следующим образом (см. рисунок 4).

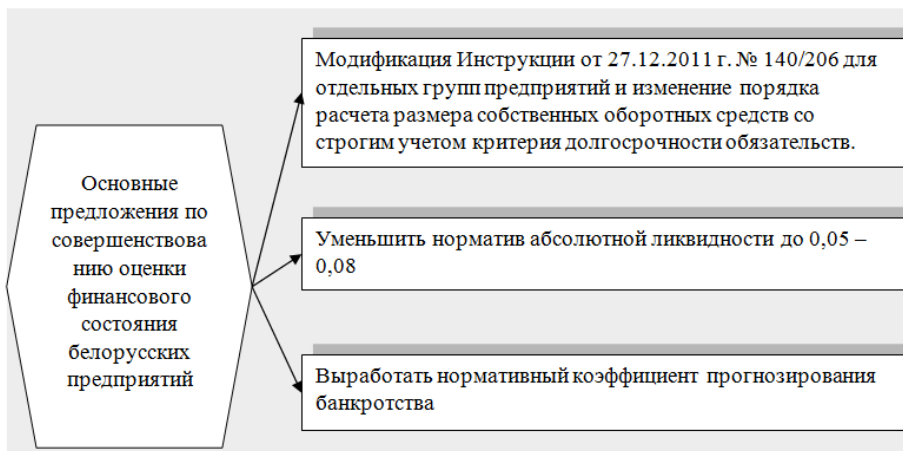


Рис. 4. Основные предложения по совершенствованию оценки финансового состояния белорусских предприятий

Можно предложить Инструкцию от 27.12.2011 г. № 140/206 «модифицировать» для нескольких групп предприятий. Дать критерии отнесения к этим группам предприятий по обеспеченности долгосрочными активами, размерам совокупных активов, отраслям деятельности.

Изменить порядок расчета размера собственных оборотных средств согласно Инструкции от 27.12.2011 г. № 140/206 в части отнесения к ним не всех долгосрочных обязательств, а только тех, которые отвечают жестким критериям долгосрочности.

Действительно, с 2012 г. Министерство финансов изменило порядок расчета собственных оборотных средств, приплюсовав к ним долгосрочные обязательства. Считается, что долгосрочные обязательства, которые должны быть погашены в текущем году, должны учитываться по статье «Краткосрочная часть долгосрочных обязательств». То есть в долгосрочных обязательствах остаются обязательства со сроком больше года. Однако, во-первых, являются ли долгосрочными обязательства, к примеру, в 13 месяцев? А, во-вторых, сроки кредитов в виде кредитной линии могут быть и долгосрочными, но расчет их траншей по признаку срока затруднен. Иными словами, кредитная линия со сроком более года играет роль краткосрочного обязательства, однако учитывается как долгосрочное.

Показатель абсолютной ликвидности в 20 %, показывающий долю краткосрочных обязательств, которые могут быть погашены мгновенно за счет легко ликвидных активов (денежные средства и краткосрочные финансовые вложения), кажется излишним. Его следует уменьшить до 0,05 – 0,08, так как у предприятий малого бизнеса относительно выше текущие обязательства. Оно испытывает гораздо большие трудности с мобилизацией «живых денег» для выполнения своих текущих обязательств по кредиторской задолженности и банковскому кредиту, т. е. в целом оказывается менее платежеспособным, нежели крупное предприятие.

Также, на наш взгляд, рационально разработать нормативный коэффициент прогнозирования банкротства. Это связано с тем, что западные методики применительно к нашим предприятиям не адаптированы.

Список литературы / References

1. Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 27 декабря 2011 г. № 140/206 // Эталон – Беларусь. [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. Минск, 2019.

2. О вопросах регулирования лизинговой деятельности: Указ Президента Республики Беларусь от 25 февраля 2014 г. № 99 (в ред. от 6.04.2017 г. № 109) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. Минск, 2019.
3. *Евтюхина Е.* Оценка лизинговой компании // Infobank.by. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://infobank.by/ocenka-lizingovoj-kompanii/> (дата обращения: 20.10.2019).

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

ROLE OF ANALYSIS OF FINANCIAL CONDITION IN THE DEVELOPMENT OF FINANCIAL POLICY OF THE ENTERPRISE

Khojiboev M.Sh. (Republic of Uzbekistan)

Email: Khojiboev243@scientifictext.ru

*Khojiboev Muhiddin Shodimuhammedovich - Candidate of economic sciences, Associate Professor,
DEPARTMENT ACCOUNTING IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY,
ANDIJAN BRANCH
TASHKENT STATE AGRARIAN UNIVERSITY, ANDIJAN, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

Abstract: *this article examined the role of the analysis of financial condition in the development of the financial policy of an enterprise. They also considered the economic situation of the enterprise, the transition to financial management based on financial and economic status, taking into account the strategic objectives of the enterprise, strategic tasks in the analysis of the development of the financial policy of the enterprise, the development of forecast models of the financial condition of the enterprise.*

Keywords: *reform, investor, creditor, shareholder, financial analysis, enterprises, capital, market, financial policy, report.*

РОЛЬ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В РАЗРАБОТКЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ Хожибоев М.Ш. (Республика Узбекистан)

*Хожибоев Мухиддин Шодимухаммедович – кандидат экономических наук, доцент,
кафедра бухгалтерского учёта в аграрной промышленности,
Андижанский филиал*

Ташкентский государственный аграрный университет, г. Андижан, Республика Узбекистан

Аннотация: *в данной статье были рассмотрены роль анализа финансового состояния в разработке финансовой политики предприятия. А так же были рассмотрены экономическое положение предприятия, переход к управлению финансами на основе финансово-экономического состояния с учетом постановки стратегических целей деятельности предприятия, стратегические задачи при анализе разработки финансовой политики предприятия, разработка прогнозных моделей финансового состояния предприятия.*

Ключевые слова: *реформа, инвестор, кредитор, акционер, финансовый анализ, предприятия, капитал, рынок, финансовая политика, отчет.*

Экономическая реформа в Узбекистане привела к новым отношениям в сфере хозяйственной деятельности предприятий. Одна из главных задач реформы – переход к управлению ресурсами предприятия на основе анализа его финансово-экономической деятельности (состояния).

Анализ финансового состояния отдельно взятого хозяйствующего субъекта, позволяющий выявить недостатки организации финансов, помогает ответить на вопросы о стабилизации финансово-экономического положения страны в целом.

Экономическое положение предприятия в обществе определяется его значимостью по отношению к другим экономическим системам (чаще всего более крупным, чем само предприятие) – заказчикам, экономике города, отрасли, государства.

Особенно важным в связи с этим является финансовый анализ. Так как именно в финансовых отношениях и, соответственно, в финансовом состоянии предприятий проявляются все особенности взаимоотношений между субъектами экономики.

Актуальность статьи заключается в том, что на сегодняшний день реальные условия функционирования предприятия обуславливают необходимость проведения объективного и всестороннего финансового анализа хозяйственных операций, который позволяет определить особенности его деятельности, недостатки в работе и причины их возникновения, а также на основе полученных результатов выработать конкретные рекомендации по оптимизации деятельности предприятия.

Одной из задач реформы предприятия является переход к управлению финансами на основе финансово-экономического состояния с учетом постановки стратегических целей деятельности предприятия, адекватных рыночным условиям, и поиска путей их достижения. Результаты деятельности любого предприятия интересуют как внешних рыночных агентов (в первую очередь инвесторов, кредиторов, акционеров, потребителей и производителей), так и внутренних (руководителей предприятия, работников административно-управленческих структурных подразделений, работников производственных подразделений).

При проведении реформы предприятия стратегическими задачами разработки финансовой политики предприятия являются:

- максимизация прибыли предприятия;
- оптимизация структуры капитала предприятия и обеспечение его финансовой устойчивости;
- достижение прозрачности финансово-экономического состояния предприятий для собственников (участников, учредителей), инвесторов, кредиторов;
- обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия;
- создания эффективного механизма управления предприятием;
- использование предприятием рыночных механизмов привлечения финансовых средств.

В рамках этих задач рекомендуется выполнить следующие мероприятия по ряду направлений в области управления финансами:

- проведение рыночной оценки активов;
- проведение реструктуризации задолженности по платежам в бюджет;
- разработка программы мер по ликвидации задолженности по выплате заработной платы;
- разработка мер по снижению неденежных форм расчетов;
- проведение анализа положения предприятия на рынке и выработка стратегии развития предприятия;
- проведение инвентаризации имущества и осуществление реструктуризации имущественного комплекса предприятия.

Следует отметить тот факт, что при разработке эффективной системы управления финансами постоянно возникает основная проблема совмещения интересов развития предприятия, наличия достаточного уровня денежных средств для проведения указанного развития и сохранения высокой платежеспособности предприятия.

Значение анализа финансово-экономического состояния сложно переоценить, поскольку именно он является той базой, на которой строится разработка финансовой политики предприятия. Анализ опирается на показатели квартальной и годовой бухгалтерской отчетности. Предварительный анализ осуществляется перед составлением бухгалтерской и финансовой отчетности, когда еще имеется возможность изменить ряд статей баланса, а также для составления пояснительной записки к годовому отчету. На основе данных итогового финансово-экономического состояния осуществляется выработка почти всех направлений финансовой политики предприятия, и от того, насколько качественно он проведен, зависит эффективность

принимаемых управленческих решений. Качество самого финансового анализа зависит от применяемой методики, достоверности данных бухгалтерской отчетности, а также от компетентности лица, принимающего управленческое решение в области финансовой политики.

При проведении анализа следует учитывать различные факторы, такие как эффективность применяемых методов планирования, достоверность бухгалтерской отчетности, использование различных методов учета (учетной политики), уровень диверсификации деятельности других предприятий, статичность используемых коэффициентов.

Разработка прогнозных моделей финансового состояния предприятия необходима для выработки генеральной финансовой стратегии по обеспечению предприятия финансовыми ресурсами, оценки его возможностей в перспективе. Она должна строиться на основе изучения реальных финансовых возможностей предприятия, внутренних и внешних факторов и охватывать такие вопросы, как оптимизация основных и оборотных средств, собственного и заемного капитала, распределение прибыли, инвестиционную и ценовую политику. Основное внимание при этом уделяется выявлению и мобилизации внутренних резервов увеличения денежных доходов, максимальному снижению себестоимости продукции и услуг, выработке правильной политики распределения прибыли, эффективному использованию капитала предприятия на всех стадиях его кругооборота.

Список литературы / References

1. *Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С.* Методика финансового анализа. М.: Инфра-М, 2002.
2. *Ковалев В.В.* Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М.: Финансы и статистика, 2003.
3. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. Минск: «Новое знание», 2002.

BASIC WAYS OF SOLVING PROBLEMS IN THE FIELD OF FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Komilov A.Kh. (Republic of Uzbekistan)

Email: Komilov243@scientifictext.ru

*Komilov Akram Khusanovich - Senior Lecturer,
DEPARTMENT ACCOUNTING IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY,
ANDIJAN BRANCH
TASHKENT STATE AGRARIAN UNIVERSITY, ANDIJAN, REPUBLIC OF UZBEKISTAN*

Abstract: *this article examined the main ways to solve problems in the field of financial activity of an enterprise in a market economy in the Republic of Uzbekistan. And also, the main directions of improving the financial condition of the enterprise, in particular in order to increase its profitability, profit, the condition of working capital and sources of financial resources of the enterprise, while analyzing ways to increase profitability. The main criteria for solving these problems.*

Keywords: *finance, expense, cost, profitability, solvency, profit, liquidity, dividend, income.*

ОСНОВНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Комилов А.Х. (Республика Узбекистан)

*Комилов Акрам Хусанович - старший преподаватель,
кафедра бухгалтерского учёта в аграрной промышленности,
Андижанский филиал*

Ташкентский государственный аграрный университет, г. Андижан, Республика Узбекистан

Аннотация: *в данной статье были рассмотрены основные пути решения проблем в области финансовой деятельности предприятия в условиях рыночной экономики в Республике Узбекистан. А также основные направления улучшения финансового состояния предприятия, в частности в целях увеличения его прибыльности, рентабельности, состояния оборотных средств и источников финансовых ресурсов предприятия, при анализе путей повышения рентабельности. Основные критерии решения этих проблем.*

Ключевые слова: *финансы, расход, себестоимость, рентабельность, платежеспособность, прибыльность, ликвидность, дивиденд, доход.*

В процессе своей деятельности предприятие сталкивается с необходимостью решения многих проблем, в том числе и в области финансов. Это может быть вызвано ухудшением его финансового состояния вследствие снижения величины получаемой предприятием прибыли, роста себестоимости выпускаемой продукции, сокращения объемов продаж, а также падением уровня рентабельности, снижением платежеспособности предприятия и пр.

В целях решения этих проблем и предотвращения их возникновения в будущем появляется необходимость организации рационального управления финансовыми ресурсами предприятия и его активами и выработки путей по их устранению.

Далее мы рассмотрим основные направления улучшения финансового состояния предприятия, в частности в целях увеличения его прибыльности, рентабельности, состояния оборотных средств и источников финансовых ресурсов предприятия.

Величина прибыли предприятия является управляемым параметром. Управлять прибылью необходимо на всех стадиях производственно-коммерческого цикла,

начиная с закупок сырья и материалов и заканчивая сбытом продукции. Эффективность управления прибылью возрастает в направлении, обратном движению производственно-технологического процесса.

Прибыль представляет собой показатель, характеризующий финансовый результат деятельности предприятия. Рост прибыли определяет рост потенциальных возможностей предприятия, повышает степень его деловой активности. По прибыли определяются доли доходов учредителей и собственников, размеры дивидендов и других доходов. По прибыли определяется также рентабельность собственных и заемных средств, основных фондов, всего авансированного капитала и каждой акции. Получение достаточной величины прибыли является конечной целью любого предприятия.

При принятии решений, нацеленных на увеличение получаемой предприятием массы прибыли выделяют фактор роста производства и реализации продукции, работ, услуг, который сам по себе (при прочих равных условиях) обеспечивает еще более значительный рост прибыли за счет относительной экономии на условно-постоянных элементах себестоимости. Этот фактор заслуживает особого внимания, ибо современные финансовые проблемы и в производственной, и в финансовой сфере (инфляционный рост цен, платежный кризис, бюджетный дефицит и т.д.), влекущие за собой социальную напряженность и взрывы, имеют первопричиной падение объемов производства.

Что касается путей повышения показателей рентабельности предприятия, то следует знать, что каждый из исходных показателей раскладывается в факторную систему с различной степенью детализации, что задает границы выявления и оценки производственных резервов.

При анализе путей повышения рентабельности важно разделять влияние внутренних и внешних факторов. Такие показатели, как цена продукта и ресурса, объем потребляемых ресурсов и объем производства продукции, прибыль от реализации и рентабельность реализации, находятся между собой в тесной функциональной связи.

Доходность предприятия по производству продукции рассматривается как коэффициент соотношения цен единицы продукта и единицы ресурса. Последнее соотношение обычно называют финансовой производительностью (дефлятором) цены, потому что она характеризует меру возмещения дополнительных затрат в цене реализуемой продукции в результате удорожания себестоимости (затрат ресурсов за счет роста цен на ресурсы).

Крупные предприятия главное внимание обращают на проблемы контроля за изменениями промышленной производительности и стараются снизить роль внешнего фактора, или финансовой производительности. Дело в том, что одним из условий процветания предприятия является расширение рынка сбыта продукции за счет снижения цены за предлагаемые товары. Поскольку этот процесс не сопровождается снижением цен на потребляемые ресурсы, то роль дефлятора цены в формировании доходности предприятия понижается. Это естественным образом переключает сферу усилий руководства на контроль за изменениями промышленной производительности, т.е. за внутренними факторами: снижении материалоемкости и трудоемкости продукции, повышение отдачи основных фондов, машин и оборудования и т.д.

Кроме этого увеличение рентабельности может быть достигнуто превышением темпов роста объема реализации продукции над темпами роста расходов, которые, в свою очередь, могут быть снижены за счет:

- использования более дешевых сырья и материалов;
- автоматизации производства в целях повышения производительности труда (что, правда, может привести к увеличению активов и, следовательно, при прочих равных условиях снизить скорость их оборота);

- сокращением условно-постоянных расходов, таких как расходы на рекламу, расходы на научно-исследовательские разработки.
- разработка нормативов на материально-производственные запасы (при условии четкого контроля за уровнем этих запасов);
- ускорить темпы оплаты дебиторской задолженности;
- выявить и ликвидировать неиспользуемые основные средства;
- использовать денежные средства, полученные в результате вышеперечисленных действий для погашения долга и вложения в другие более доходные виды деятельности.

Эффективное управление оборотным капиталом предприятия предполагает не только поиск и привлечение дополнительных источников финансирования, но и рациональное их размещение в активах предприятия, особенно в текущих активах. Эффективно управлять ликвидностью - значит не допускать увеличения доли активов с высокой и средней степенью риска.

В процессе кругооборота оборотных средств источники их формирования, как правило, не различаются. Однако это не означает, что система формирования оборотных средств не оказывает влияния на скорость оборота и эффективность использования оборотных средств. Избыток оборотных средств будет означать, что часть капитала предприятия бездействует и не приносит дохода. Вместе с тем недостаток оборотного капитала будет тормозить ход производственного процесса, замедляя скорость хозяйственного оборота средств предприятия.

Вопрос об источниках формирования оборотных средств важен еще с одной стороны. Конъюнктура рынка постоянно меняется, поэтому потребности предприятия в оборотных средствах не стабильны. Покрыть эти потребности только за счет собственных источников становится практически невозможным. Привлекательность работы предприятия за счет собственных источников уходит на второй план. Опыт показывает, что в большинстве случаев эффективность использования заемных средств оказывается более высокой, чем собственных.

Поэтому основной задачей управления процессом формирования оборотных средств является обеспечение эффективности привлечения заемных средств.

Как правило, минимальная потребность предприятия в оборотных средствах покрывается за счет собственных источников: прибыли, уставного капитала, резервного капитала, фонда накопления и целевого финансирования. Однако в силу целого ряда объективных причин (инфляция, рост объемов производства, задержки в оплате счетов клиентов и др.) у предприятия возникают временные дополнительные потребности в оборотных средствах. В этих случаях финансовое обеспечение хозяйственной деятельности сопровождается привлечением заемных источников: банковских и коммерческих кредитов, займов, инвестиционного налогового кредита, инвестиционного вклада работников предприятия, облигационных займов.

Механизм формирования и использования оборотных средств оказывает активное влияние на ход производства, выполнение текущих производственных и финансовых планов.

Расширение объемов производства и реализации продукции, завоевание новых рынков сбыта, т.е. сферы обращения капитала предприятия, должно обеспечиваться оборотными средствами планомерно и наиболее рационально, экономно, т.е. минимальной величиной оборотных средств.

В этом состоит главная задача менеджеров, ответственных за планирование и организацию эффективного использования оборотных средств.

Важнейшей характеристикой, влияющей на эффективность использования оборотных средств и финансовое состояние предприятия является общее время оборота оборотных средств, которое складывается из времени пребывания их в сфере производства и сфере обращения.

Таким образом, скорость оборота следует отнести к числу наиболее важных качественных показателей работы предприятия.

Сильное влияние на финансовое состояние предприятия также оказывает состояние дебиторской и кредиторской задолженности. Для улучшения их состояния необходимо:

- систематически следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности. Значительное превышение дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости предприятия и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования;
- по возможности ориентироваться на увеличение количества заказчиков с целью уменьшения риска неуплаты монопольным заказчиком;
- контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям (в условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что предприятие реально получает лишь часть стоимости выполненных работ, поэтому необходимо расширить систему авансовых платежей);
- своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности, к которым относятся: просроченная задолженность поставщикам, в бюджет и др.; кредиторская задолженность по претензиям; сверхнормативная задолженность по устойчивым пассивам; товары отгруженные, не оплаченные в срок; поставщики и покупатели по претензиям; задолженность по расчетам возмещения материального ущерба; задолженность по статье «прочие дебиторы».

Еще одной задачей, стоящей перед предприятием в процессе его финансовой деятельности, является увеличение капитала. Основным методом увеличения капитала есть возрастание реинвестируемой прибыли, которое, как известно, зависит от целого ряда интенсивных и экстенсивных факторов, связанных, с одной стороны, с формированием массы валовой прибыли и ее базового компонента - предпринимательского дохода, с другой стороны, с решениями финансового менеджера:

- о распределении валовой прибыли и расширении ее инвестируемой части;
- о выборе инвестиционного проекта и привлечении источников его финансирования.

Решения эти принимаются по трем основным критериям: эффективность (растущая рентабельность, доходность), безрисковость, ликвидность (достаточно быстрая оборачиваемость, или высвобождение денежных средств из оборота).

В итоге вторая группа как бы сливается с первой, образуя систему финансовых динамических показателей, предопределяющих масштаб, сумму, время и иные условия увеличения капитала.

Среди уже рассмотренных детерминированных факторов увеличения капитала - фактор роста производства и реализации продукции, который сам по себе обеспечивает рост прибыли.

Список литературы / References

1. Закон Республики Узбекистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности».
2. *Артемченко В.Г., Беллендир М.В.* Финансовый анализ: Учебное пособие. М.: ДИС, 2002. 128 с.
3. *Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С.* Методика финансового анализа. М.: Инфра-М, 2002.
4. *Ковалев В.В.* Финансовый анализ: управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. М.: Финансы и статистика, 2003. 432 с.
5. *Савицкая Г.В.* Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп. Минск: «Новое знание», 2002. 688 с.

THE ROLE OF FARMERS IN THE WORLD ECONOMY

Ahmedov U.K. (Republic of Uzbekistan)

Email: Ahmedov243@scientifictext.ru

Ahmedov Ulugbek Kamarbekovich - PhD, Senior Lecturer,
DEPARTMENT ECONOMICS,

TASHKENT INSTITUTE OF IRRIGATION AND AGRICULTURAL MECHANIZATION ENGINEERS,
TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: the article reveals the meaning of the combination "farming", gives a characteristic. The history of the formation of the agricultural sector of the economy of Uzbekistan is being studied. The current stage of development of the agricultural sector of the countries of the world is analyzed, based on the activities of agricultural enterprises of Uzbekistan, the USA, Australia and other countries of the world, occupying a special place in the agricultural economy. The experience of such countries of the world as the USA is studied and compared with the experience of Uzbekistan. The positive aspects of the development of the agricultural sector of other countries are highlighted, and they are tried on in the agricultural sector of Uzbekistan.

Keywords: farming, economy, development, state, Uzbekistan.

РОЛЬ ФЕРМЕРСКИХ ХОЗЯЙСТВ В ЭКОНОМИКЕ МИРА

Ахмедов У.К. (Республика Узбекистан)

Ахмедов Улугбек Камарбекович - PhD, старший преподаватель,
кафедра экономики,

Ташкентский институт ирригации и механизации сельского хозяйства,
г. Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: в статье раскрывается смысл сочетания «фермерское хозяйство», дается характеристика. Изучается история становления сельскохозяйственного сектора экономики Узбекистана. Анализируется современный этап развития аграрной сферы стран мира, основываясь на деятельности сельскохозяйственных предприятий Узбекистана, США, Австралии и других стран мира, занимающие свое особое место в аграрной экономике. Изучается опыт таких стран мира, как США и сравнивается с опытом Узбекистана. Выделяются положительные моменты развития аграрной сферы других стран мира, и примеряются их на аграрной сфере Узбекистана.

Ключевые слова: фермерское хозяйство, экономика, развитие, государство, Узбекистан.

УДК:338.43

Фермерское хозяйство один из старейших образов жизни с ведением подсобного хозяйства. Фермерское хозяйство реформировалось и приобрело новую форму вместе со временем, и получило свое особое место в экономике с развитием информационных технологий, технологий строительства, обработки земли.

В XXI веке произошли изменения в восприятии фермерских хозяйств. Фермерские хозяйства изменили цель производства сельхоз продуктов с просто удовлетворения потребностей населения страны, на получение максимальной выгоды с производства своей продукции.

История происхождения фермерских хозяйств в разных странах разная, ее происхождение связано с историей активного освоения земель.

Рынки развитых стран и стран на пути становления всегда наполнены продукцией фермерского хозяйства. В США, Японии, Канаде, Австралии сельхоз продукция производимая фермерами составляет от 30 до 90% от общего объема всей сельскохозяйственной продукции. В Узбекистане 27,3% от объема всей сельхоз продукции производится фермерскими хозяйствами, остальная часть дехканскими (личное подсобное хозяйство) - 70% и сельхоз организациями - 2,7%, по данным за 2018 год.

Зарубежный опыт развития фермерских хозяйств может иметь положительный эффект на развитие всего сельского хозяйства. Высоких результатов в аграрной сфере достигли страны Западной Европы и США, благодаря поддержке со стороны государства. В Узбекистане со стороны государства так же выделяется особое внимание развитию сельского хозяйства, последним вкладом стал Указ Президента Р.Уз. Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020 - 2030 годы, номер документа ID-7865 вынесенный на обсуждение в сентябре 2019 года. Стратегия подразумевает под собой «дорожную карту» на 2020-2030 годы состоящая из 112 пунктов реформирования отрасли.

Как известно, среди фермерских хозяйств преобладающее количество в мире занимает семейное фермерство, в новой терминологии они именуются как мелкие фермерские хозяйства. Лидерами по количеству семейных ферм в мире считаются США с долей в 84% на 78% сельхозугодий и Фиджи с 84% на 47,4% сельхоз угодий. В Узбекистане же семейное фермерство имеет другое название, и другие характеристики, называется личное хозяйства, его доля составляет на 2019 год – 70% от объема всей сельхоз продукции производимой разными категориями.

Усиление роли фермерских хозяйств и укрепление ее на месте развивается по двум формам, это производственная и маркетинговая. На этих формах основываются заключаемые контракты. Маркетинговая форма характерна для экспорта товара. В США для маркетинговых контрактов производится более 40% всей сельскохозяйственной продукции. В Узбекистане экспорт сельхоз продукции составляет около 20-25% доходов от экспорта.

Под фермерским хозяйством в Узбекистане принято понимать самостоятельно хозяйствующий субъект, который ведет товарное сельхоз производство с использованием земельных участков, взятых в аренду.

Сельское хозяйство Узбекистана прошло много этапов реформ.

Таблица 1. Этапы формирования сельского хозяйства Узбекистана

1927 год	<ul style="list-style-type: none"> хлопководческие товарищества "Узбекпахтасоюз"
1930-1931 годы	<ul style="list-style-type: none"> колхозы совхозы
1991 год	<ul style="list-style-type: none"> колхозы, кооперативы (Негосударственные)
1998 год	<ul style="list-style-type: none"> закон "О фермерском хозяйстве" «О сельскохозяйственном кооперативе (товариществе)» "О ширкатном хозяйстве"
2003 год	<ul style="list-style-type: none"> дехканские хозяйства
2007 год	<ul style="list-style-type: none"> увеличение количества фермерских хозяйств

Исходя из таблицы реформ сельского хозяйства Узбекистана, можно заметить, что аграрная сфера прошла ряд крупных изменений, положительно повлиявших на экономику страны. Так значительно увеличилось количество фермерских хозяйств. На Рисунке 1 показана динамика увеличения количества фермерских хозяйств по Узбекистану в целом.

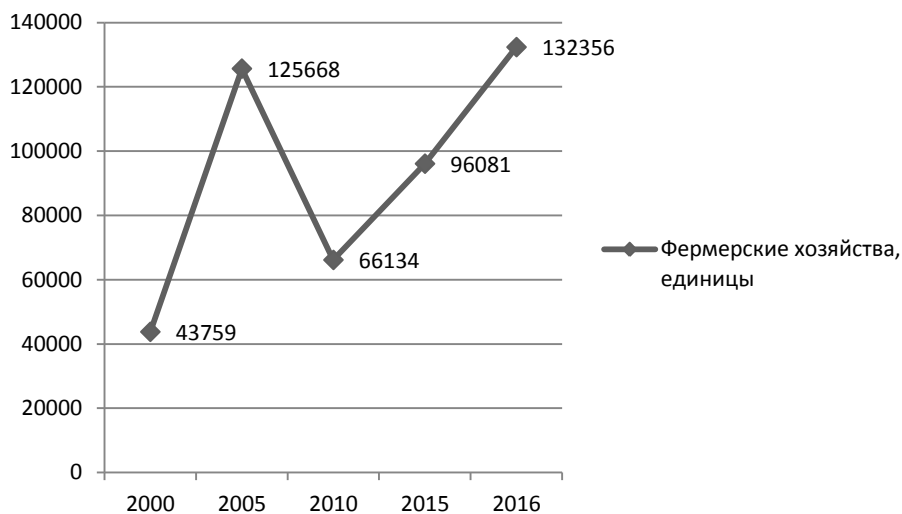


Рис. 1. Динамика фермерских хозяйств по Узбекистану

В Узбекистане в отличие от других рассмотренных стран, три формы хозяйствования (фермерские, дехканские и сельхоз организации).

Фермерские хозяйства занимали и будут занимать свою нишу в аграрном секторе экономики, а их развитие зависит только от реформ и поддержки со стороны государств. Так, Узбекистан взял дальнюю дорогу на развитие сельского хозяйства и поддержание фермерских хозяйств, планируется выделять различные льготы по

кредитам, проводить различные ознакомительные беседы, и так далее. Опыт передовых стран может позволить взглянуть с новой точки на аграрную экономику страны и улучшить ее только в лучшую сторону.

Список литературы / References

1. *Гораева Т.Ю.* Экономика и управление инновациями: учебное пособие. Гродно: ГрГУ, 2010.
2. *Болотова Ю.* Поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей в США / Ю. Болотова // АПК: экономика, управление, 2004. № 1. С. 37.
3. *Макаренко А.П.* Теория и истории кооперативного движения: Учебное пособие. М.: ИВЦ «Маркетинг», 2000. 189 с.
4. *Сангирова У.Р., Сманова И.С.* «Продовольственная безопасность стран СНГ» журнал «Economics» № 6(38) издательство Проблемы науки, 2018. Стр. 64.
5. Обсуждение проектов нормативно-правовых документов Республики Узбекистан (БЕТА-ВЕРСИЯ) [Указ Президента «Об утверждении Стратегии развития сельского хозяйства Республики Узбекистан на 2020 - 2030 годы» ID-7865] [Электронный ресурс]. Режим доступа: regulation.gov.uz/ru/document/7865 (дата обращения: 17.10.2019).
6. *Сангирова У.Р.* «Особенности развития водного хозяйства на территории Узбекистана» журнал «Вестник науки и образования». № 19 (73). Часть 2. Издательство «Проблемы науки», 2019. Стр. 9.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

PUBLISHING HOUSE
«PROBLEMS OF SCIENCE»

EDITORIAL OFFICE ADDRESS

153008, RUSSIAN FEDERATION, IVANOVO, LEZHNEVSKAYA ST., H.55, 4TH FLOOR
PHONE: +7 (910) 690-15-09.
PHONE: +7 (910) 690-15-09 (RUSSIAN FEDERATION). FOR PARTICIPANTS FROM
THE CIS, GEORGIA, ESTONIA, LITHUANIA, LATVIA
+ 44 1223 976596 (CAMBRIDGE, UNITED KINGDOM). FOR PARTICIPANTS FROM
EUROPE
+1 617 463 9319 (BOSTON, USA). FOR PARTICIPANTS FROM NORTH AND SOUTH
AMERICA

PUBLISHER

LLC «OLIMP» 153002, IVANOVO, ZHIDELEVA ST., D. 19

TYPOGRAPHY

LLC «PRESSTO», 153025, IVANOVO, DZERZHINSKY ST., 39, BUILDING 8

FOUNDER

VALTSEV S., 117321, MOSCOW, PROFSOJUZNAJA ST., H. 140

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)

E-MAIL: INFO@P8N.RU



ECONOMICS
[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»
[HTTPS://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU](https://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU). EMAIL: INFO@P8N.RU

 **ROSKOMNADZOR**
CERTIFICATE ПИ № ФС 77-60216



Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям



CYBERLENINKA

 **LIBRARY.RU**
SCIENTIFIC ELECTRONIC
LIBRARY

 **doi**
INTERNATIONAL
DOI FOUNDATION

 **Google**
scholar



ЖУРНАЛ «ECONOMICS» В РОССИИ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ РАССЫЛАЕТСЯ:

1. Библиотека Администрации Президента Российской Федерации, Москва;
Адрес: 103132, Москва, Старая площадь, д. 8/5.
2. Парламентская библиотека Российской Федерации, Москва;
Адрес: Москва, ул. Охотный ряд, 1
3. Российская государственная библиотека (РГБ);
Адрес: 110000, Москва, ул. Воздвиженка, 3/5
4. Российская национальная библиотека (РНБ);
Адрес: 191069, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 18
5. Научная библиотека Московского государственного университета
имени М.В. Ломоносова (МГУ), Москва;
Адрес: 119899 Москва, Воробьевы горы, МГУ, Научная библиотека

ПОЛНЫЙ СПИСОК НА САЙТЕ ЖУРНАЛА: [HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)



ISSN (print) 2410-289X
ISSN (online) 2541-7797

Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ