

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор,
зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Яковлева Л.Р.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент
кафедры маркетинга и менеджмента

Осадчая С.М.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент
кафедры маркетинга и менеджмента

**Концептуальные подходы к исследованию проблематики мотивации
трудового поведения в системе управления культурно-досуговой сферой
муниципального образования. С. 9-21.**

Аннотация. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что мотивационное управление выступает целеобразующим, смыслоопределяющим и направляющим инструментом организации трудовой деятельности в организациях и учреждениях культурно-досуговой сферы муниципального образования. При этом следует отметить серьезные проблемы мотивации трудового поведения в культурно-досуговой сфере муниципального образования в современных условиях. Целью исследования явилось выявление проблематики мотивации трудового поведения в культурно-досуговой сфере муниципального образования на основе разработки отдельных теоретических положений менеджмента услуг. В процессе исследования использованы методология системного анализа, а также комплекс общенаучных, экономико-статистических, аналитических методов к исследованию теории и практики мотивации трудового поведения в культурно-досуговой сфере. В статье рассматривается сущностное содержание трудового поведения и определены его особенности, наиболее важные с точки зрения управляемости. В статье предложено авторское видение особенностей трудового поведения работников сферы культуры и охарактеризованы проблемы мотивации в системе управления культурно-досуговой сферой. Исследование проводилось на материалах Белгородской области. Проведенный сравнительный анализ численности и средней заработной платы работников учреждений культурно-досуговой сферы на федеральном, региональном и муниципальном уровнях позволил выявить проблемы и оценить степень дифференциации мотивации персонала культурно-досуговой сферы муниципального образования. На основе проведенного исследования разработаны рекомендации, способствующие конкретно-практическому воплощению их на основе использования системного подхода к исследованию трудового поведения для совершенствования управления учреждениями культуры на уровне муниципального образования.

Ключевые слова: мотивация, трудовое поведение, персонал, культурно-досуговая сфера, управление, муниципальное образование, системный подход.

Снитко Л.Т.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор,
зав. кафедрой экономики

Клиндухова О.А.

АО «Белгородская теплосетевая компания», канд. экон. наук, ведущий экономист
финансового отдела Аппарата управления

Современный инструментарий оценки эффективности управления оборотными активами организации. С. 22-35.

Аннотация. Целью исследования является построение структурно-логической последовательности анализа эффективности формирования и использования оборотных активов, систематизация и дополнение показателей эффективности управления оборотными активами. В статье исследуются направления анализа эффективности управления оборотными активами организации. Предложена структурно-логическая последовательность анализа эффективности формирования и использования оборотных активов организации. Рекомендуемая структурно-логическая последовательность представлена последовательными этапами: вертикальный (структурный) анализ; горизонтальный (трендовый) анализ; сравнительный анализ; коэффициентный анализ; факторный анализ; декомпозиционный анализ; интегральный анализ; формирование обобщающих выводов и подготовка аналитического отчета о комплексной оценке системы управления оборотными активами. Определены особенности и задачи каждого этапа анализа, внешние и внутренние факторы, влияющие на эффективность управления оборотными активами. Традиционное использование в процессе анализа и оценки оборотных активов обособленных коэффициентов, характеризующих отдельные фазы кругооборота в прошлом, и выявление тенденций их изменения не позволяют дать комплексную оценку эффективности управления. В связи с этим для формирования эффективного финансово-экономического инструментария управления оборотными активами систематизированы и дополнены показатели, которые целесообразно использовать в процессе комплексного анализа. Данные показатели объединены в три основные группы: первая отображает состояние оборотных активов (по общему объему, структуре, направлениям финансирования и авансирования) на определенную дату; вторая группа показателей имеет относительный характер и позволяет оценить состояние оборотных активов через призму взаимосвязи их средних значений и основных показателей деятельности организации; третья группа – это показатели эффективности управления отдельными группами оборотных активов (запасами, дебиторской задолженностью, денежными средствами и т.д.).

Ключевые слова: оборотные активы, методика анализа, показатели эффективности управления.

Макринова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Лысенко В.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Сотник А.П.

Белгородского университета кооперации, экономики и права, ассистент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Структуризация факторов развития туризма и его особенности как объекта регионального планирования. С. 36-47.

Аннотация. Целью исследования является изучение факторов развития туризма и его особенностей как объекта регионального планирования, способов их структуризации и разработке мер по переходу к экономическим методам управления региональным туристским рынком. Для решения заявленной цели использовались общенаучные и специальные методы исследования. В статье рассмотрена система мониторинга регионального планирования развития туризма. Определено, что при анализе регионального туристского рынка необходимо своевременно выделять сильные и слабые его стороны – макроуровень, а также идентичные показатели для отдельных организаций, занятых в предоставлении услуг населению – микроуровень. Авторами разработана

модель адаптации организаций, занятых в туризме на региональном уровне; выявлены факторы, оказывающие положительное и негативное воздействие на развитие туризма в регионе и факторы, определяющие экономическую устойчивость в регионе. В статье авторами рассмотрены принципы развития туризма как объекта регионального планирования, предложена система оценочных показателей, результатом каждого из которых является экспертная оценка. Авторы обосновывают управление туризмом на региональном уровне, разделяя его на два основных процесса – разработка стратегии и ее реализация. Конкурентоспособное и устойчивое развитие туристского рынка подразумевает эффективное использование потенциала территории, мотивацию участников рынка и способствует улучшению качества жизни населения, росту объемов воспроизводства и реализации услуг. Правильное использование рассмотренных в статье инструментов структуризации факторов развития туризма и его особенностей как объекта регионального планирования будет способствовать росту въездных туристских потоков.

Ключевые слова: туризм, регион, рынок услуг, туристский рынок, мониторинг, региональная инфраструктура.

Ходыревская В.Н.

Курский государственный университет, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой менеджмента

К вопросу об оценке профессиональных компетенций менеджеров и их влиянии на повышение конкурентоспособности организации. С. 48-55.

Аннотация. Последние исследования в области менеджмента свидетельствуют о возрастающем динамизме процесса управления организацией. Современные тенденции управления нацелены на «новую управленческую парадигму», обеспечивающую множество альтернативных решений и траекторий управления, гибкость и уникальность в той или иной ситуации. Целью данной статьи является исследование методов оценки профессиональных компетенций менеджеров организации, положенных в основу формирования конкурентных преимуществ, способных отвечать на современные вызовы внешней среды. Для решения заявленной цели нами использовались общенаучные методы исследования, послужившие основой формирования авторской логической модели, определяющей последовательность действий, которые приведут к пониманию горизонта видения перспектив развития профессиональных компетенций. В статье рассматриваются основные теоретико-познавательные категории компетентностного подхода, анализ сущности которых показал, какие новые качества они приобретают в условиях изменяющейся среды и формирования стратегических конкурентных преимуществ организации. Отдельное внимание уделяется ключевым факторам формирования профессиональных компетенций, поскольку именно в них раскрывается суть технологий управления организацией, выбираемых менеджером. В результате исследования было выявлено, что данная проблема требует для своего решения далеко не единственного подхода.

Ключевые слова: компетенции, профессиональные компетенции, компетентностный подход, конкурентное преимущество.

Гатилова И.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры информационных систем и технологий

Колос Н.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой информационных систем и технологий

Импортозамещение в сфере ИТ-отрасли: проблемы и перспективы. С. 56-64.

Аннотация. В силу весьма выраженной зависимости многих российских предприятий от импортируемых ИТ-продуктов и технологий прекращение такой поддержки ставит под угрозу работоспособность и управляемость предприятий во многих секторах экономики РФ. Целью статьи является рассмотрение вопроса влияния импортозамещения в сфере информационных технологий на процессы управления предприятием. В ходе исследования были применены методы: системный и материалистический научные подходы, труды отечественных и зарубежных ученых в исследуемой области, правовые документы РФ, также был использован научный инструментарий, включающий методы сравнительного, статистического и логического анализа, социологических исследований. В результате исследования были сделаны выводы, что импортозамещение в ИТ-отрасли – это неизбежный и прогрессивный процесс, в конечном итоге способствующий развитию предприятий в современных условиях. Повсеместное внедрение отечественных ИТ-решений несомненно будет способствовать совершенствованию бизнес-процессов предприятия, что в свою очередь обеспечит устойчивое поступательное развитие, стабильную прибыль и значительно повысит его конкурентные преимущества. Однако это возможно лишь в случае государственной финансовой поддержки коммерческих научно-технических компаний, поскольку разработка нового ИТ-продукта предполагает значительные инвестиции и длительные сроки научных и технологических работ.

Ключевые слова: бизнес-процессы, импортозамещение, информационные технологии, информационные системы, нововведения, санкции, управление предприятием, эффективное управление.

Иваницкая Т.Ю.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Чурсина Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Перспективы развития школьного образовательного туризма в Белгородской области на основе программно-целевого подхода. С. 65-74.

Аннотация. В статье представлены основные положения программно-целевого подхода к развитию школьного образовательного туризма в регионе, одной из форм реализации которого может выступить экскурсионно-образовательный проект «Живые уроки Белгородчины», направленный на «внедрение туристско-экскурсионных мероприятий в образовательные программы общего и профессионального образования». В статье представлены виды образовательного туризма, рассмотрена сущность школьного образовательного туризма, выявлены проблемы развития школьного образовательного туризма в Российской Федерации. Предложенный авторами проект «Живые уроки Белгородчины» представляет собой совершенно новый подход к способам подачи информации в образовательном процессе, позволяющий решать задачи и образования, и патриотического воспитания, и развития межрегиональных турпотоков, причем и во время каникул, и в течение всего учебного года. Важное значение отводится разработанному авторами программно-целевому подходу к развитию школьного образовательного туризма в регионе. Реализация проекта на основе предложенного подхода будет способствовать созданию необходимых условий для обучения и воспитания детей на лучших национальных традициях посредством учебно-тематических экскурсий, активизации малого и среднего бизнеса в сфере туризма, социально-экономическому развитию региона.

Ключевые слова: туризм, образовательный туризм, школьный туризм, туристские ресурсы, программно-целевой подход, проект, социально-экономическое развитие региона.

Алимова Г.К.

ООО «Научно-исследовательский институт интенсивного земледелия и агроинноваций» (г. Тамбов), канд. экон. наук, генеральный директор

Цена как экономический инструмент стимулирования производства качественного зерна. С. 75-85.

Аннотация. Статья посвящена вопросу стимулирования повышения качества продовольственного зерна. Данная тема характеризуется актуальностью, поскольку уже с конца прошлого столетия качество производимого зерна в России неуклонно падает. В рамках практических исследований обозначенной проблемы автором разработана концепция заданных параметров урожая зерновых культур, реализуемая технологическими агроинновациями, требующими повышения производственных издержек. Однако такой инновационный подход способствует рациональному использованию избыточных природных ресурсов производства и ускорению темпов роста урожайности с достижением генетически обусловленного качества зерна. В этом контексте обоснована необходимость совершенствования экономического механизма стимулирования сельхозпроизводителей на наращивание объемов производства качественного зерна. Для этого определен критерий стоимостной оценки качества зерна, которым является хлебный белок, характеризующий его продовольственную ценность. Установлена градация белка и связь потребительных свойств зерна со степенью возмещения затрат на его производство. В результате усовершенствована методика ценообразования зерна пшеницы с диверсификацией цен по уровням градации белка с учетом издержек на производство, которые прогрессивно возрастают от 5200 до 14 800 руб. за тонну. Они выступают эффективным инструментом стимулирования сельхозпроизводителей на освоение технологических агроинноваций, обеспечивающим рентабельность производства зерна. Наряду с этим, высокая доля зерна продовольственной кондиции в валовом объеме будет способствовать расширению экспортного потенциала и укреплению экономики страны.

Ключевые слова: ценообразование, базовая цена, качество зерна, клейковина, белок, пшеница, технологические агроинновации.

Бондаренко О.Г.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации (г. Гомель), канд. экон. наук, доцент кафедры коммерции и логистики

Классификация проблем сельской торговли Беларуси. С. 86-97.

Аннотация. В статье классифицированы проблемы сельской торговли Беларуси по признакам, представленным в научной литературе и разработанным автором статьи. Проблемы сельской торговли определены на основании анализа причин ее сокращения, полученных путем комплексного анализа факторов маркетинговой среды торговли в сельских населенных пунктах, а также по экспертному мнению руководителей страны и представителей бизнеса в средствах массовой информации и отчетных документах Белкоопсоюза. Материалами исследования явились статистические данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, основные показатели хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 2000–2017 гг., нормативно-правовые документы, регулирующие торговую деятельность в Беларуси. В качестве методов исследования использованы общенаучные методы познания: контент анализ – для теоретического исследования сущности

маркетинговой среды и образующих ее факторов; статистический, табличный метод, SWOT-анализ – при исследовании маркетинговой среды торговых организаций потребительской кооперации Беларуси. Авторские классификации проблем сельской торговли разработаны по следующим признакам: элементам маркетинговой среды; объективности влияния факторов маркетинговой среды на возникновение проблем; уровню решения проблем; характеру решения проблем. Выделены проблемы сельской торговли Белкоопсоюза и общие проблемы торговой отрасли в сельской местности Беларуси. Доказана практическая значимость комплексного анализа маркетинговой среды для определения и классификации проблем сельской торговли. Результаты исследования служат принятию стратегических решений в области управления развитием сельских территорий Беларуси, разработке стратегии торговой отрасли потребительской кооперации в сельской местности, являются шагом к решению проблемы методического обеспечения формирования стратегий организаций.

Ключевые слова: проблемы, классификация, сельская торговля, потребительская кооперация, маркетинговая среда.

Галынчик Т.А.

Нижевартовский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерции и менеджмента

Гасникова С.Ю.

Нижевартовский государственный университет, канд. культурологии, доцент кафедры коммерции и менеджмента

Управление знаниями на предприятиях мукомольной и крупяной промышленности. С. 98-108.

Аннотация. В современных динамичных и нестабильных условиях функционирования непосредственно ключевым фактором выживания и успешного развития любой хозяйствующей структуры является способность генерировать знания, создавать инновации и реализовывать трудовой потенциал. В сложившейся ситуации было проведено исследование управления знаниями в организации, объективно сложившегося в профессиональной структуре персонала в ходе функционирования организации и ее развития. Для определения обозначенных проблем, возникающих в процессе профессионального обучения, самообучения и развития персонала, было проведено исследование в форме опроса, интервьюирования и анкетирования, нацеленное на выявление уровня управления знаниями в исследуемых организациях. Проведенное исследование выявило такие недостатки в управлении знаниями на предприятиях, как нарушение главных принципов самообучения – принципов сопричастности и общего видения, заинтересованность в обучении обусловлена материальной заинтересованностью, в то время как внутренняя мотивация не играет большой роли. В результате исследования мы пришли к выводу, что на анализируемых предприятиях мукомольной и крупяной промышленности требуется внедрение процесса управления знаниями, которое при наличии стремления персонала к развитию приведет к увеличению интеллектуального капитала, реализации трудового потенциала и совершенствованию организации в целом.

Ключевые слова: управление знаниями, интеллектуальные активы, самообучение, трудовой потенциал.

Сотник А.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ассистент кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Разработка среднесрочных планов и дорожных карт развития туризма в Белгородской области на основе форсайта. С. 109-118.

Аннотация. В условиях постоянных изменений внешней бизнес-среды, возрастания рисков на туристском рынке возникает потребность в использовании инновационных технологий управления многообразием рыночных ситуаций. Форсайт является одной из базовых современных научно-исследовательских технологий. В статье обоснованы значимость и необходимость применения форсайт-технологий в процессе регионального планирования развития туризма. Целью исследования выступает обобщение теоретико-методологических положений и разработка среднесрочных планов развития туризма в Белгородской области на основе применения форсайт-технологии. Для исследования вопросов, связанных с изучением принципов среднесрочного планирования развития туризма, использовались следующие общенаучные методы: диалектика, анализ, синтез, системность, комплексность. Автором выделены ключевые тренды развития туризма в Белгородской области на период 2018–2033 гг., разработана «дорожная карта» развития туризма в Белгородской области. В ходе исследования установлено, что форсайт является наиболее действенной технологией планирования развития туризма в регионе, позволяющей заглянуть в отдаленное будущее науки, технологии, экономики и общества на основе масштабного опроса экспертов с целью повышения конкурентоспособности и определения областей стратегических исследований и технологий, которые способствуют достижению максимальных экономических и социальных выгод.

Ключевые слова: среднесрочный план, дорожная карта, развитие туризма, регион, форсайт.

Коденко И.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ассистент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

Проблемы и направления повышения результативности проведения таможенного контроля в отношении товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности. С. 119-131.

Аннотация. Целями исследования являются изучение, выявление проблем проведения таможенного контроля (ТК) и разработка мер, нацеленных на повышение результативности его проведения в отношении товаров, содержащих объекты интеллектуальной собственности (ОИС). Данные цели достигаются на основе результатов анализа организации и проведения ТК товаров, которые явились основой обоснования целесообразности разработки комплекса мер по повышению качества его проведения в отношении товаров, содержащих ОИС. В процессе исследования использовались общенаучные и специальные экономические методы исследования. При использовании общенаучных методов в рамках логического подхода последовательно применялись методы анализа и синтеза, индукции и дедукции. Проведенное исследование позволило установить, что активная интеграция государств Евразийского экономического союза (ЕАЭС) в международное экономическое пространство обязывает совершенствовать порядок и организацию проведения ТК товаров, содержащих ОИС, и требует эффективного взаимодействия таможенных органов государств – членов ЕАЭС в части единого подхода к проведению таможенного контроля в отношении ОИС. Кроме того, предложен ряд мер по совершенствованию организации и проведения ТК товаров, содержащих ОИС, включающих разработку и принятие нормативного документа, регламентирующего действия таможенных органов государств – членов ЕАЭС при проведении таможенного контроля, унификацию регистрации ОИС в национальных патентных органах стран ЕАЭС и разработку и внедрение комплекса программных средств, позволяющих ведение Таможенных реестров ОИС в электронном виде.

Ключевые слова: объекты интеллектуальной собственности, таможенный контроль, таможенные органы, таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности, процедура «ex-officio».

Плужников Н.С.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), аспирант

Роль промышленного производства в развитии экономики Вьетнама. С. 132-140.

Аннотация. Целью исследования является определение соответствия развития Вьетнама модели догоняющего развития и прогнозирование развития данной страны в ближайшие десятилетия. В исследовании сопоставляется фактическое развитие экономики Вьетнама с эффективной моделью догоняющего развития. Для этого в статье формируется список критериев по которому и оценивается развитие экономики Вьетнама. В результате проведенного исследования было выявлено, что развитие Вьетнама не соответствует эффективной модели экономического развития догоняющего типа. В первую очередь потому что ключевые направления экспорта ориентированы на развитые, стабильные рынки, выход на которые крайне затруднителен. Кроме того, большинство крупных компаний Вьетнама работают не в высокотехнологичных сферах, ориентированных на экспорт, а уровень инвестиций в стране не высок. Только 12% регистрируемых объектов интеллектуальной собственности относятся к производственным инновациям. Новые маркетинговые инновации для продвижения на международные рынки также не создаются. Для того чтобы Вьетнам мог существенно сократить экономическое отставание от развитых стран, необходимо выбрать и сконцентрироваться на нескольких ключевых отраслях производства по быстро развивающимся рынкам. Например, рынки программного обеспечения для компьютеров и мобильных телефонов. Эти отрасли должны быть ориентированы на экспорт. Необходимо обеспечить место вьетнамским компаниям на международных рынках в ключевых экспортных отраслях. В случае, если невозможно этого добиться за счет конкуренции по цене, необходимо использовать политические отношения с другими странами. После достижения целей по экспорту, необходимо инвестировать в инновации. Только такой комплекс мер позволит Вьетнаму существенно сократить разрыв с развитыми странами и вывести экономику на новый уровень. В то время как текущее развитие страны обеспечит ей только стабильный экономический рост в определенных пределах.

Ключевые слова: Вьетнам, страны догоняющего типа, экономическое развитие, производство, инвестиции.

ЭКОНОМИКА ТРУДА И ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Прижигалинская Т.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики, декан факультета заочного обучения

Каплунова И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Ткачева А.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

Концептуальные направления мотивационной политики работников организации в условиях кризисных ситуаций. С. 141-152.

Аннотация. Проблемы субъектов хозяйствования в сложившейся экономической ситуации, отличающейся нестабильностью и высоким уровнем конкуренции, могут решаться на основе различных механизмов, в числе которых доминируют управленческие решения, связанные с организацией деятельности персонала. Совокупность данных решений не может быть эффективной при низкой мотивации персонала к работе. В связи с этим возникает объективная необходимость разработки новых научных подходов к формированию системы мотивации труда персонала. Целью настоящего исследования является обоснование концептуальных направлений формирования системы мотивации труда работников на основе обобщения существующих в экономической литературе методик и эмпирического опыта адекватно существующим потребностям организаций в условиях преодоления кризисных ситуаций. В исследовании обоснована концептуальная модель, формирование которой осуществлялось в соответствии с указанными принципами стимулирования работников в условиях преодоления кризисных ситуаций и факторами конкурентоспособности трудовой деятельности, что позволило определить, с учетом выделения индивидуального, субъективного и личностного аспектов, монетарные и нематериальные способы управления мотивацией работников. В статье, исходя из группировки ценностей работников, характеризующей восприятие труда как средства и как цели, определены атрибутивные составляющие удовлетворенности трудом (уровень и система заработной платы, санитарно-гигиенические условия труда, качество и уровень организации работы, важность и содержательность работы, отношения в коллективе как возможность удовлетворения социальных потребностей, престижность работы как фактор повышения личностного статуса). Рекомендована адаптированная методика анализа побудительных мотивов к труду работников, охватывающая социально-трудовую активность, социальное действие и исполнительскую деятельность и позволяющая количественно оценить уровень влияния отдельных слагаемых на динамику интегрального коэффициента побудительных мотивов к труду.

Ключевые слова: оплата труда, мотивация труда работников, кризисные ситуации, мотивационная политика, удовлетворенность трудом, побудительные мотивы к труду.

Роздольская И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга и менеджмента

Ледовская М.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Мозговая Ю.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Реализация компетенций HR-бизнес-партнеров в формате проактивного сотрудничества при осуществлении стратегических проектов в системе менеджмента предприятия. С. 153-165.

Аннотация. Современные практики управления персоналом оказывают значительное влияние на эффективность бизнеса. В условиях инновационных возможностей в новой экономической реальности бизнесу нужны стратегические партнеры, профессионально разбирающиеся в экономике предприятия и умеющие эффективно управлять человеческими ресурсами, человеческим капиталом организации, что несомненно повышает роль и статус HR-бизнес-партнеров. Вышесказанное позволяет утверждать, что HR-бизнес-партнер в управлении человеческими ресурсами – это реальность, которую необходимо глубоко осмыслить, чтобы своевременно принимать профессионально грамотные решения. Обсуждение HR-бизнес-партнерства, HR как

стратегического партнера в кругу специалистов по управлению человеческими ресурсами, консультантов, а также топ-менеджмента крупных компаний в настоящее время является значимой и несомненно актуальной. Цель работы – проанализировать компетентностную составляющую HR-бизнес-партнеров при осуществлении стратегических проектов в системе менеджмента предприятия, оценить реальность и перспективы развития института HR-бизнес-партнерства. Представленные результаты выполнены на основе обобщения существующих теоретических исследований по проблеме реализации компетенций HR-бизнес-партнеров при осуществлении стратегических проектов в системе менеджмента предприятия с использованием статистических данных последних лет, с применением диагностического инструментария. Рассмотрено становление и развитие HR-бизнес-партнерства, проанализировано сущностное содержание бизнес-партнерства и HR-бизнес-партнера с различных позиций, выявлено основное преимущество HR-бизнес-партнерства, описан функционал HR-бизнес-партнера. Продемонстрированы примеры практической направленности HR-бизнес-партнерства. Путем анализа теоретического материала и рассмотрения практических примеров определен формат проактивного сотрудничества при осуществлении стратегических проектов в системе менеджмента предприятия. Результатом проведенного исследования стало выявление наиболее актуальных и значимых для современных крупных предприятий, функционирующих в пространственной экономике, направлений HR-бизнес-партнерства как важного элемента ведения бизнеса. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в менеджменте современных крупных предприятий.

Ключевые слова: бизнес-партнерство, HR-бизнес-партнерство, HR-бизнес-партнер, проактивность.

Скворцова Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. психол. наук, доцент кафедры гуманитарных, социальных и правовых дисциплин

Анализ мотивационных факторов профессиональной деятельности на основе компетентностного подхода. С. 166-178.

Аннотация. Современная концепция прохождения службы в органах внутренних дел предполагает замещение должностей на основе отбора, комплектования, расстановки кадров в соответствии с принципами объективности, состязательности и антикоррупционности. Недостаток современных исследований профессиографического описания основных видов деятельности в системе МВД России и диктуемое запросами практики совершенствование системы морально-психологического обеспечения оперативно-служебной деятельности органов внутренних дел определили необходимость переосмысления методологического подхода, лежащего в основе управления кадрами правоохранительной системы. Настоящее исследование посвящено профессиографическому описанию деятельности участковых уполномоченных полиции на основе компетентностного подхода. Основной целью работы является анализ мотивационных факторов профессиональной деятельности участковых уполномоченных полиции. В исследовании были использованы следующие методы: метод экспертных оценок, метод «критических инцидентов» Дж. Фланагана, анализ нормативных документов. На основе качественного и количественного анализа, полученных в ходе исследования результатов была разработана модель профессиональных компетенций участкового уполномоченного полиции, выявлена специфика профессиональной мотивации как стержневого компонента в иерархии профессиональных компетенций сотрудника. В статье рассматриваются возможности использования компетентностного подхода в кадровой политике МВД России, что на практике позволяет выявить конкретные пути совершенствования системы стимулирования и мотивации профессиональной деятельности сотрудников. Полученные в ходе исследования результаты и выводы позволяют расширить возможности профессионального

психологического отбора, аттестации и расстановки кадров в подразделениях органов внутренних дел на основе оценки профессиональной компетентности специалистов.

Ключевые слова: профессиональная мотивация, профессиональные компетенции, профиль компетенций, профессиографическое описание деятельности участковых уполномоченных полиции.

Безуглова Ю.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Иголкина Т.Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Высочиненко А.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Кадровая безопасность организации и механизм ее обеспечения. С. 179-189.

Аннотация. Особую значимость в настоящее время приобретают вопросы обеспечения экономической безопасности экономических систем всех уровней. Это обусловлено процессами, происходящими во внешней и внутренней социально-экономической политике государства, что прямо или опосредованно воздействует и на проблемы обеспечения определенной степени экономической безопасности субъектов хозяйствования. Ключевую роль в реализации экономической безопасности организаций играет наличие трудовых ресурсов (кадров) с конкретными качественными характеристиками, соответствующими профилю хозяйственной деятельности и требованиям, предъявляемым современным рынком труда. В этой связи важнейшей задачей на уровне предприятия является формирование соответствующего механизма кадровой безопасности, способного предотвратить и нивелировать возможные угрозы экономической безопасности в целом. Современная экономическая наука не располагает конкретными рекомендациями по формированию механизма обеспечения кадровой безопасности организации, что ставит во главу угла актуальность разработки общего представления о данном механизме и возможностях его реализации. В данной статье рассматриваются теоретические аспекты, характеризующие кадровую безопасность предприятия и ее содержание, предлагается конкретный механизм формирования и обеспечения кадровой безопасности организации. В процессе осуществления исследования были применены такие методы научного познания, как: синтез, анализ, декомпозиция, детализация и обобщение, системность и комплексность и пр.

Ключевые слова: экономическая безопасность, кадровая безопасность, механизм кадровой безопасности организации.

МАРКЕТИНГ, КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА

Тарасова Е.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, первый проректор по научной работе

Лысова И.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. пед. наук, зав. кафедрой иностранных языков

Дводненко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. соц. наук, доцент кафедры иностранных языков

Создание конкурентного преимущества: связь бизнеса и высшей школы. С. 190-204.

Аннотация. Цель исследования заключается в обосновании необходимости создания конкурентного преимущества организациями высшего образования с целью обеспечения устойчивых конкурентных позиций на рынке образовательных услуг. Исследование базировалось на методологии системного анализа, а также комплексе общенаучных и аналитических методов. В статье рассматривается значимость создания конкурентного преимущества, представлены его характеристики, присущие как бизнес-предприятиям, так и организациям высшего образования. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современных условиях система высшего образования сталкивается с появлением новых вызовов, благодаря тому, что в настоящее время абитуриенты имеют широкий спектр возможностей для продолжения образования. В статье на основе использования модели конкурентной стратегии М.Е. Портера рассмотрены основные блоки конкурентной стратегии организаций высшего образования и дана их характеристика. Особое внимание уделено необходимости развития критического мышления у преподавателей, работающих в инновационном пространстве, и студентов в контексте формирования у них профессиональных компетенций. Взаимосвязь бизнеса и высшей школы показана через формирование организациями высшего образования навыков критического мышления у обучающихся. В статье выделены навыки критического мышления, которые пользуются высокой оценкой у работодателей (аналитические умения, коммуникативные способности, креативность, объективность, принятие решений). На основе проведенного исследования разработаны рекомендации по созданию конкурентного преимущества организациями высшего образования.

Ключевые слова: конкурентное преимущество, организации высшего образования, конкурентные стратегии, стратегический менеджмент, критическое мышление, управление качеством.

Исаенко А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, декан факультета общественного питания и товароведения

Исаенко Е.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, первый проректор

Необходимость разработки стратегии развития общественного питания в Белгородской области. С. 205-218.

Аннотация. Цель исследования – показать необходимость и своевременность разработки Стратегии развития общественного питания Белгородской области с учетом сложившейся ситуации на рынке общественного питания и динамики развития предприятий питания области. Для реализации цели исследования были решены следующие задачи: проведен анализ развития общественного питания Белгородской области, исследованы факторы, влияющие на развитие предприятий питания, определены стратегические направления развития отрасли. В процессе исследования применялись методы: индукция и дедукция, анализ и синтез, метод наблюдений, экономико-статистические методы – сравнения, группировок, относительных и средних величин, индексный, а также методы маркетингового анализа. Были использованы системный и комплексный подходы. В статье представлен краткий анализ состояния рынка общественного питания Белгородской области, показана динамика развития предприятий питания как общедоступной, так и закрытой сети, изменение оборота общественного питания, спроса населения, доли рынка оборота общественного питания Белгородской области в обороте общественного питания России. Проведено исследование показателей эффективности деятельности предприятий питания области, проанализирована обеспеченность населения области предприятиями питания. Показано развитие различных типов и форматов предприятий питания.

Выявлены факторы, влияющие на развитие общественного питания. Рассмотрены методы, используемые предприятиями питания для увеличения посещаемости, определены отдельные направления развития сетевых ресторанов, концептуальных предприятий питания, гастрономического туризма, использование прогрессивных форм и методов обслуживания. В сложившихся условиях с целью более эффективного развития общественного питания, повышения конкурентоспособности предприятий питания, учитывая увеличение активности населения в посещении предприятий питания, в области разработана «Стратегия развития общественного питания в Белгородской области на 2018–2019 годы и период до 2025 года». В исследовании рассмотрена цель разработки стратегии общественного питания Белгородской области и направления ее реализации.

Ключевые слова: общественное питание, предприятия общественного питания, стратегия развития общественного питания.

Петрачкова Ю.Л.

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики и менеджмента

Шатохин М.В.

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и менеджмента

Использование системы ФОССТИС в управлении маркетингом торговой организации как фактора повышения ее конкурентоспособности. С. 219-229.

Аннотация. В настоящее время становится актуальным управление предприятием, подчиняемое требованиям рынка. В своей финансово-хозяйственной деятельности современное предприятие должно опираться не только на внутренние возможности, но и учитывать внешние условия эффективного функционирования. Эти и другие задачи эффективного функционирования организации представляется возможным решить с помощью маркетинговых коммуникаций в рамках системы ФОССТИС (система формирования спроса и стимулирования сбыта). Инструменты системы ФОССТИС обеспечивают эффективное продвижение продукции организации на потребительский рынок путем доведения информации о товарах до покупателей. Мероприятия по формированию сбыта направлены на потенциальных покупателей, которые еще не владеют информацией о предлагаемом товаре, о его возможностях и достоинствах. Мероприятия по стимулированию сбыта направлены на уже состоявшихся и постоянных клиентов, которые приняли решение о покупке, но еще не владеют информацией об акциях или дополнительных услугах. Целью данной работы явилось исследование влияния различных инструментов маркетингового воздействия на покупателей потребительского общества «Черемисиновское» Курской области с целью повышения его конкурентоспособности. Для достижения поставленной цели рассмотрены сущность и понятие системы ФОССТИС, обоснована актуальность системы ФОССТИС, указана ее структура, критерии выбора, проведено анкетирование покупателей, изучена степень охвата населения поселка Черемисиновское рекламными материалами потребительского общества, проранжированы полученные показатели. В работе представлена социально-экономическая характеристика исследуемого потребительского общества, проанализированы возможные направления повышения конкурентоспособности организации с использованием маркетинговых инструментов формирования спроса и стимулирования сбыта. В работе были использованы экономико-статистические методы, методы индукции и дедукции, анкетирование населения, включающее опрос как постоянных покупателей магазинов потребительского общества «Черемисиновское», так и интервьюирование приверженцев иных торговых ритейлов. По результатам проведенного исследования следует отметить, что наиболее результативными маркетинговыми инструментами стимулирования спроса и формирования сбыта в сложившихся условиях являются установка рекламных щитов на территории поселка и визуализация рекламных роликов на местном телевидении. Меньшую лояльность проявили потребители к таким инструментам ФОССТИС, как сообщения в прессе и бегущая строка вследствие их меньшего перцептивного восприятия.

Ключевые слова: торговля, стимулирование сбыта, потребительский рынок реклама, конкурентоспособность, лояльность потребителей, торговая организация.

Данько Т.П.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва), д-р экон. наук, профессор кафедры маркетинга

Поджарый А.К.

Научно-исследовательский и конструкторский институт энерготехники имени Н.А. Доллежала (НИКИЭТ) (г. Москва), ведущий специалист

Конкурентный анализ поисковых систем на российском IT-рынке. С. 230-240.

Аннотация. В условиях тотальной информатизации общества использование поисковых систем в экономике, социальной сфере и межличностном коммуникационном общении стало повседневной практикой. Сформировался конкурентный IT-рынок, на котором созданы разнообразные поисковые системы, отличающиеся географией, сервисом и масштабом охвата пользовательской аудитории. Целью настоящей статьи является проведение конкурентного анализа поисковых систем в российском сегменте IT-рынка по модели «пяти конкурентных сил» М. Портера для выявления лидирующих поисковиков и определения рыночных возможностей и угроз их развития. В основу исследования положена методология маркетингового анализа, позволяющая определять позиции однородных объектов сравнения в идентичном сегменте рынка. Оценка конкурентных позиций поисковых систем на российском IT-рынке проводилась по модели «пяти конкурентных сил» М. Портера. В исследовании реализованы методы конкурентного позиционирования, сравнения, построения лепестковых диаграмм для визуализации результатов оценки, анализа рыночных возможностей и угроз. В статье актуализировано значение поисковых систем для общества, приведена краткая маркетинговая характеристика поисковых систем на международном IT-рынке. Сформирован «топ-5» поисковых систем в российском сегменте рынка («Яндекс», «Google», «Mail», «Rambler», «Bing») и проведен их конкурентный анализ, результаты которого представлены в виде лепестковых диаграмм. Определены рыночные возможности и угрозы для лидирующих поисковых систем исходя из специфики российского IT-рынка и трендов его развития.

Ключевые слова: конкурентный анализ, IT-рынок, поисковые системы, модель «пяти конкурентных сил» М. Портера.

Жерукова А.Б.

Кабардино-Балкарской государственной университет им. Х.М. Бербекова (г. Нальчик), д-р экон. наук, профессор кафедры экономики и менеджмента в туризме

Туменова С.А.

Институт информатики и проблем регионального управления (филиал) Федерального научного центра «Кабардино-Балкарский научный центр Российской академии наук» (г. Нальчик), канд. экон. наук, ст. научный сотрудник отдела «Экономика знаний и опережающее региональное развитие»

Формирование устойчивых конкурентных преимуществ на основе реализации бенчмаркинг-проекта. С. 241-251.

Аннотация. Рассматриваются вопросы управления развитием устойчивых конкурентных преимуществ. Отмечается актуальность формирования такой системы управления современными компаниями, которая была бы ориентирована на поддержание собственной конкурентоспособности в результате постоянной организационной самооценки, в том числе за счет творческого заимствования опыта лидеров отрасли, освоивших принципы непрерывного совершенствования. Цель работы – выработка научно-прикладных рекомендаций по развитию и удержанию долгосрочных конкурентных преимуществ компаниями на основе использования потенциала бенчмаркетинга как эффективного инструмента управления конкурентоспособностью. В ходе реализации данной цели решались задачи, связанные с исследованием современных проблем управления конкурентоспособностью компаний, с определением концептуальной модели мониторинга и оценки их системы управления, с реализацией бенчмаркетингового проекта, направленного на изучение возможностей формирования устойчивых конкурентных преимуществ. В работе использованы методы сравнительного, абстрактно-логического, факторного анализа и синтеза, методы экспертных оценок, социологические и экономико-статистические методы. Использована функциональная модель оценки менеджмента конкурентоспособности, адаптированная к специфике малых и средних предприятия рекреационной сферы. Опыт

прикладного использования предложенной модели в ходе реализации конкурентно-интеграционного бенчмаркенгового проекта показал ее эффективность, наличие определенного потенциала для обучения менеджеров на лучшем отраслевом опыте. Модель, помогая фокусированно решать выявленные проблемы системы управления конкурентоспособностью, способствует повышению бизнес-показателей исследуемого предприятия.

Ключевые слова: устойчивые конкурентные преимущества, система управления конкурентоспособностью, самодиагностика, модель оценки менеджмента, методика, бенчмаркетинговый проект.

Прушковский Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Глазунова О.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

Критерии и классификация сервиса в сфере логистических услуг. С. 252-263.

Аннотация. Цель данного исследования заключается в изучении сущности содержания логистических услуг, их классификации. Предприятие, производящее товар или его реализующее, является устойчивой экономической системой, если имеется управление его доходами и расходами, выпуском товаров и предоставлением услуг, реализацией в соответствии с требованиями рынка. Однако рынок не ограничивается только спросом на товар. Покупатель предоставляет поставщику требования по содержанию услуг, которые ему оказываются в процессе поставок и продажи товаров, в свою очередь поставщик ставит себе целью удовлетворить его потребности. Следует констатировать, что логистический сервис является собой целый комплекс услуг, оказываемых покупателю товаров. Потребители материального потока являются объектом логистического сервиса. Совокупность субъектов экономической деятельности, которые заняты оказанием услуг, представляют собой сферу услуг. Исследование основано на использовании научно-познавательных инструментов, приемов и методов. В статье рассмотрено определение логистической услуги, представленное отечественными и зарубежными авторами, изучающими данный вид услуги. Кроме того, дана характеристика видов сервисного обслуживания, которые рассматриваются в логистике производственных и торговых хозяйствующих субъектов; представлены отдельные критерии оценки сервисного обслуживания и применяемая методика их расчета; отражены составляющие качества; рассмотрены два типа мышления – технократическое и гуманитарное, – которые в значительной степени влияют на понимание ценности качества как фактора конкурентоспособности хозяйствующего субъекта, товара, услуги. При этом полагается, что качество должно опережать существующие потребности и ожидания. На основании проведенного исследования авторы констатировали, что в настоящее время проблема оценки качества обслуживания в логистике еще недостаточно разработана.

Ключевые слова: услуга, экономика услуг, логистическая услуга, критерии услуги, сервисная услуга, рынок услуг.

Кузьмина Ю.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры информационных систем и технологий

Использование digital-инструментов для повышения результативности стратегии маркетинговых коммуникаций. С. 264-272.

Аннотация. В статье рассматривается использование digital-инструментов для повышения результативности стратегии маркетинговых коммуникаций. На рынке товаров и услуг конкретная цель достигается путем осведомления покупателя и выбора средств коммуникации. Исходя из этого актуальность данной тематики направлена на выбор и согласованность новых инструментов продвижения товаров/услуг. Зачастую стратегия маркетинговых коммуникаций разделена и формируется исходя из целей внутреннего воздействия и внешнего воздействия. На основании данного факта автором выявлены цели организации, преследуемые посредством маркетинговых коммуникаций. Также отмечено, что в менеджменте в основном делается акцент на применение

совокупности средств коммуникаций при определенном бюджете, исходя из использования их максимального количества и частоты контактов с потребителями. В статье перечислены основные виды коммуникаций и инструменты, применяемые относительно организаций (как традиционные, так и посредством Интернета). В статье определены элементы digital, способствующие продвижению товаров/услуг в широкие массы посредством цифровых каналов и выявляющие преимущества данных инструментов. Представленные в статье digital инструменты ориентированы на повышение результативности стратегии маркетинговых коммуникаций. В общем понимании развитие digital-инструментов характеризуется переходом к онлайн-коммуникациям или непрерывным коммуникациям за счет использования различных средств мобильной связи.

Ключевые слова: коммуникации, маркетинговые коммуникации, стратегия маркетинговых коммуникаций, digital-инструменты, продвижение.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА

Терешкина Н.Е.

Новосибирский государственный университет экономики и управления, канд. экон. наук, доцент кафедры корпоративного управления и финансов

Риски при формировании финансовых механизмов реализации инновационной стратегии региона. С. 273-280.

Аннотация. Одним из наиболее весомых и важных элементов механизмов реализации инновационной стратегии являются ее финансовые аспекты. Роль финансовой составляющей невозможно переоценить, т.к. она является краеугольным камнем при достижении консенсуса как между субъектами инновационной деятельности, так и при распределении их ограниченных ресурсов, причем достижение консенсуса сопровождается анализом потенциальных рисков финансовых механизмов реализации инновационной стратегии в границах инновационной системы региона. Целью статьи является систематизация и развитие типологии рисков в финансовых механизмах реализации инновационной стратегии региона при принятии решения об их выполнении заинтересованными группами лиц. Исследование основывается на использовании диалектического метода анализа экономических процессов и системного подхода к изучению категории финансовых рисков. В статье рассмотрены особенности и возможные результаты принятия решения о формировании финансовых механизмов реализации заинтересованной целевой совокупностью региона (органы власти, бизнес-структуры и общественность), которые позволяют выделить три их уровня сформированности: высокий, средний и низкий. Выделены основные группы рисков при разработке финансовых механизмов реализации для целевой совокупности региона: которые разделены по специфике институтов и возможности диверсификации.

Ключевые слова: инновационная стратегия, риски реализации, финансовые механизмы, регион.

Шалунаева Н.С.

Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины, ст. преподаватель кафедры экономической теории и мировой экономики

Методика оценки воздействия прямых иностранных инвестиций на развитие внешней торговли страны-реципиента: авторский подход. С. 281-292.

Аннотация. В современной мировой экономике прямые иностранные инвестиции являются одним из важнейших факторов развития внешней торговли большинства стран мира, во многом определяющим их международную специализацию и конкурентоспособность экспорта, что и предопределило постановку цели исследования как предложение способа комплексной оценки влияния прямых иностранных инвестиций на внешнюю торговлю принимающего государства, как в количественном, так и в качественном аспектах. Методологической основой исследования послужил системный подход и подход к учету международной торговли в терминах добавленной стоимости, а также эконометрические методы исследования, логико-исторический метод, которые наряду с другими стандартными методами экономической науки позволили

осуществить научное обоснование предлагаемой в статье авторской методики оценки воздействия прямых иностранных инвестиций на развитие внешней торговли страны-реципиента, которая в отличие от существующих подходов, учитывающих вклад привлекаемых прямых инвестиций в динамику отдельных экономических показателей страны, носит комплексный характер и предполагает: во-первых, оценку потенциала страны в привлечении прямых инвестиций в целях развития ее внешней торговли; во-вторых, оценку воздействия привлеченных прямых инвестиций на внешнюю торговлю страны.

Ключевые слова: прямые иностранные инвестиции, транснациональная корпорация, внешняя торговля, глобальные производственные сети, добавленная стоимость, методика.

Панфиль Л.А.

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (г. Москва), ассистент кафедры математических методов в экономике

К вопросу финансового стимулирования рождаемости первенцев в России. С. 293-306.

Аннотация. Основная цель научно-исследовательской работы заключена в оценке финансовой меры поддержки рождаемости первенцев в России, предложенной президентом В.В. Путиным на заседании Координационного совета по реализации Национальной стратегии действий в интересах детей, состоявшемся в ноябре 2017 г., как инструмента стимулирования рождаемости в стране. С использованием метода теоретического анализа и синтеза, экономико-математических методов обработки статистических данных определена верхняя граница численности населения целевого сегмента для предложенной меры поддержки рождаемости первенцев, а также установлены изменения законов распределения рядов коэффициентов рождаемости в зависимости от временных периодов и типов территории поселения женщин. Основными причинами этих изменений являлись модернизация системы образования и изменение спроса на рынке труда. Анализом показателей рождаемости первенцев в реальных поколениях женщин установлено, что к 32-летнему возрасту имеет хотя бы одного ребенка 80% женщин городского населения и 88% – сельского населения. В связи с тем, что количество женщин с диагнозом бесплодия в расчете на 10^5 женщин фертильного возраста в период с 2005 г. увеличилось в 2 раза, основным источником, способствующим увеличению рождаемости первых, а также последующих детей в реальных поколениях женщин, должна стать реформа системы здравоохранения и ее переход на качественно новый уровень. Из вышеизложенного следует, что адресную поддержку населения при рождении первенца стоит рассматривать как финансовую помощь населению с низкими доходами, а не как инструмент, способствующий увеличению рождаемости в реальных поколениях женщин.

Ключевые слова: демография, десятилетие детства, распределение рождаемости, финансовое стимулирование.

КООПЕРАЦИЯ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Наговицина Л.П.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики

Соловьева В.Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Состояние и перспективы интеграции заготовительной и производственной деятельности потребительской кооперации. С. 307-319.

Аннотация. Цель статьи состоит в анализе состояния заготовительной и производственной деятельности потребительской кооперации и возможности их интеграции для обеспечения продовольственной безопасности. Снижение объемов кооперативной деятельности вызвано не только кризисным состоянием экономики страны, но и внутренними причинами

кооперативных организаций. Негативное влияние на состояние заготовок и производства оказали устаревшая материально-техническая база, высокая конкуренция на рынке, ограниченность рынка и падение спроса на отдельные виды продукции. Дальнейшее развитие заготовительной деятельности предполагает строительство новых и реконструкцию имеющихся заготовительных пунктов; сотрудничество с производителями сельскохозяйственной продукции, направленное на выстраивание механизмов заготовок у мелких производителей, пайщиков. Для повышения конкурентоспособности кооперативной промышленности требуется техническая и технологическая модернизация производств, освоение новых видов сырья, расширение рынков сбыта продукции, включая международные. Авторы рекомендуют для этих объективно связанных кооперативных отраслей деятельности объединительные трансформации в кластеры (комплексы, ассоциации), создающие интегральный синергетический эффект и эффективность. Реализация мероприятий, направленных на развитие заготовок и промышленности, показана на примере Томского облпотребсоюза – одного из лучших в стране по эффективности заготовительной деятельности и первичной переработке, особенно недревесной продукции леса. Он выступает в качестве эталона во взаимодействии с администрацией области и населением. Укрепление экономического положения организации повышает занятость, содействует росту доходов населения, развитию сельских территорий. Полученные результаты могут в дальнейшем использоваться при разработке программ развития потребительской кооперации региона.

Ключевые слова: потребительская кооперация, заготовки, дикоросы, модернизация материально-технической базы, производство пищевых продуктов, продовольственная безопасность.

Семенов Г.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой теории и истории кооперативного движения

Афанасьева Л.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Каплунова И.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры теории и истории кооперативного движения

Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации как основа предпринимательской деятельности на селе. С. 320-333.

Аннотация. Целью исследования явилось определение роли и значения крестьянских (фермерских) хозяйств в современном агропромышленном комплексе России. В статье проведен анализ трактовки понятий «крестьянское хозяйство» и «фермерское хозяйство» с позиции различных авторов. Выделены отличительные особенности данных категорий. В современных реалиях основным назначением крестьянских (фермерских) хозяйств является обеспечение рынков качественным натуральным сырьем и готовой продукцией. В исследовании делается акцент на росте их доли в производстве сельскохозяйственной продукции и освоении малозаселенных сельских территорий. Подчеркивается необходимость более значимой государственной поддержки крестьянских хозяйств в части кредитования и предоставления льготных условий для начального развития своей деятельности. В статье выделены проблемы, с которыми сталкиваются сельскохозяйственные потребительские кооперативы и обоснованы направления эффективного взаимодействия крестьянских (фермерских) хозяйств с сельскохозяйственными потребительскими кооперативами. Представлен опыт мировой практики, свидетельствующий о том, что поступательное развитие сельского хозяйства будет определяться использованием преимуществ кооперации. В работе выявлен механизм совершенствования размеров и форм грантовой поддержки фермеров и малых хозяйств и субсидирования сельскохозяйственных кооперативов. На основании статистических данных по производству и переработке продукции растениеводства и животноводства Белгородской области представлен рейтинг региона в агропромышленном комплексе страны. Как результат исследования, фермерские и крестьянские хозяйства, перерабатывающие предприятия и рынки могут создать схемы успешных взаимоотношений с сельскохозяйственными потребительскими кооперативами.

Ключевые слова: крестьянское хозяйство, фермерское хозяйство, кооперация, сельскохозяйственная потребительская кооперация, аграрная сфера, агропромышленный комплекс.

Аминов Х.И.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет, канд. экон. наук, доцент кафедры информационных систем и технологий

Набиев У.Л.

Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции, соискатель

Развитие малого предпринимательства и его влияние на занятость населения в Республике Таджикистан. С. 334-348.

Аннотация. Целью исследования является анализ развития малого предпринимательства и оценка его влияния на занятость населения. Использование статистических методов, методов анализа и сравнения и логического умозаключения позволило проанализировать тенденции развития малого предпринимательства в Республике Таджикистан. В современных условиях одним из главных задач малого предпринимательства становится обеспечение занятости населения. По среднегодовым темпам роста численности населения Республика Таджикистан занимает первое место среди постсоветских государств. В то же время отставание темпов роста занятого населения от темпов роста трудовых ресурсов приводит к росту недоиспользования значительной части рабочей силы в экономике. В исследовании проводится анализ занятости населения в индивидуальной трудовой деятельности, дехканских хозяйствах, домохозяйствах и малых предприятиях. Обосновывается, что с каждым годом роль малого предпринимательства в повышении уровня занятости населения и, в результате, в сокращении степени бедности и повышении благосостояния трудящихся возрастает. Проведенный анализ за 2010–2016 годы показал, что роль дехканских хозяйств все больше увеличивается в производстве продовольственных товаров, особенно продуктов растениеводства. Велика роль личных подсобных хозяйств населения в производстве продуктов животноводства. Растет вклад малых предприятий во всех сферах экономической деятельности, в частности в сферах торговли, ремонта автомобилей, операций с недвижимым имуществом, строительства и т.д. Лица, занятые индивидуальной трудовой деятельностью, все в большей степени решают проблемы транспортного обслуживания, ремонта жилых домов и офисов, бытового пошива одежды, торговли и общественного питания. В результате сформулированы выводы и даны краткие рекомендации по развитию малого предпринимательства в Республике.

Ключевые слова: предпринимательство, занятость населения, развитие экономики, индивидуальная трудовая деятельность, дехканские хозяйства, домохозяйства населения, малые предприятия.

Долгих О.С.

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. с.-х. наук, ст. преподаватель кафедры товароведно-технологических дисциплин

Вахнина Т.Н.

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры экономики и менеджмента

Дедкова Е.В.

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, преподаватель кафедры товароведно-технологических дисциплин

Анализ особенностей и направлений эффективного развития промышленности потребительской кооперации Курского региона. С. 349-361.

Аннотация. Различные виды собственных промышленных предприятий потребительской кооперации, осуществляя переработку сельскохозяйственного сырья, закупленного у местных производителей, являются надежным источником потребительских товаров повседневного спроса,

особенно в сельских районах, способствуя тем самым повышению качества жизни населения. Основной целью проводимого исследования являлось определение наиболее эффективных направлений дальнейшего развития промышленной отрасли Курского облпотребсоюза. Методологическую базу составили общенаучные (сравнение, описание, анализ, обобщение и др.) и специальные (экономико-статистические – табличный, графический и др.) методы. В качестве основных информационных источников использовались показатели деятельности Курского облпотребсоюза и постановления администрации Курской области. Авторами был проведен анализ основных показателей промышленной деятельности Курского облпотребсоюза в период с 2010 по 2016 гг., также были учтены особенности инвестиционной деятельности по техническому переоснащению в рамках комплексной программы развития пищевой и перерабатывающей промышленности Курской области. Вносимые авторами предложения позволят не только значительно укрепить имеющиеся, но и сформировать дополнительные конкурентные преимущества промышленной отрасли Курского облпотребсоюза. Кроме того, они могут быть использованы и для разработки долгосрочной стратегии развития данной отрасли хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: потребительская кооперация, промышленность, инвестирование, потребительское общество, капиталовложения, отрасль деятельности, потребительские товары, качество продукции, система менеджмента качества.