

## **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

**Чичерин Ю.А.**

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

**Кравченко Е.Ю.**

Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

**Факторная значимость управления проектами как новой культурой управлеченческой деятельности в системе государственного и муниципального управления.  
С. 9-22.**

**Аннотация.** В условиях постоянно усиливающейся конкуренции необходимо постоянно развиваться, опираясь на результативные составляющие менеджмента. В связи с этим появляется все больше задач, выполнение которых требует проектной формы управления. Одной из наиболее эффективных управлеченческих культур и методологий, имеющих результативность в рыночных условиях, является проектный менеджмент. Цель исследования – аргументированно продемонстрировать факторную значимость управления проектами как новой культурой управлеченческой деятельности в системе государственного и муниципального управления, используя массив современного инструментария: методы сравнительного теоретического анализа и анализа официальных статистических данных, метод сравнительно-сопоставительного анализа, инструменты и приемы системного подхода. В статье показан неуклонно растущий интерес к проектному менеджменту как со стороны теоретиков, так и практических работников. Акцентируется внимание на развитии проектного подхода как перспективной формы управления и широкого и активного его использования в деятельности государственных органов власти. Обобщена информация по внедрению проектного управления в Белгородской области. Результатом проведенного исследования стало выявление наиболее актуальных и значимых для системы государственного и муниципального управления направлений и мероприятий. Обоснована возрастающая роль маркетинговых проектов, для успешной реализации которых необходимы знания методологии управления проектами. Сделан вывод о необходимости внедрения мультипроектного управления, в процессе которого наряду с изменением сущности и функций управления персоналом, подвергается изменениям и система внутрифирменного обучения персонала, а также приоритеты в стратегии развития. Показана актуальность и практическая значимость использования масштабных инфраструктурных проектов, имеющих важное значение для развития ключевых отраслей экономики и обеспечения региональной финансовой стабильности в довольно сложных экономических условиях. Прикладной аспект исследуемой проблемы может быть реализован в системе государственного и муниципального управления регионов. Выявлена целесообразность распространения опыта посредством проектного и проектно-аналитического семинаров, которые способствуют формированию новых знаний в области инноваций, проведению анализа существующих проблем, выработке новых идей и проектов, а также навыков проектной работы.

**Ключевые слова:** проектное управление, проектная деятельность, проектные команды, индекс проектной деятельности, проектное мышление, проектный семинар, мультипроектный менеджмент, инфраструктурный проект.

***Сидельников Г.Л.***

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, д-р физ.-мат. наук, профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета

***Комарова А.В.***

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой финансов и бухгалтерского учета

***Оптимальное распределение трансферабельной полезности. С. 23-31.***

**Аннотация.** В статье представлен анализ способов формирования устойчивых коопераций управления коллективной формой собственности и сформулированы принципы оптимального распределения побочных платежей. Методами теории игр исследованы особенности взаимодействия игроков коалиции с различным статусом и влияние внутригрупповой иерархии на эффективность принятия коллективных стратегий. Показано, что первичный анализ достижения максимальной полезности может быть проведен матричными (биматричными) методами некоалиционных игр и теории оптимальных стратегий равновесия по Нэшу путем редукции игры большой коалиции к игре двух лиц. Показано, что обладающее двумя недостатками: пустотой и множественностью, ядро дележей, основанное на идеологии построения недоминируемых стратегий, можно эффективно преодолеть процедурой формирования единственного дележа в форме вектора Шепли, который *a priori* лишен указанных недостатков. Способ формирования единственного дележа трансферабельной полезности, основан на строгих математических принципах и может быть использован как метод «справедливого» распределения побочных платежей в любой кооперативной игре, адаптированной к аксиомам Шепли. Важной особенностью предлагаемого подхода к дележу суммарной прибыли является его независимость от психологических издержек переговорного процесса по вопросам «справедливого» распределения.

**Ключевые слова:** устойчивая кооперация, коллективная собственность, коалиционная игра, трансферабельная полезность, побочные платежи, оптимальное распределение, коллективная стратегия, дележ, вектор Шепли.

***Клименко Т.И.***

Казанский национальный исследовательский технологический университет, канд. экон. наук, доцент кафедры логистики и управления

***Шинкевич А.И.***

Казанский национальный исследовательский технологический университет, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой логистики и управления

***Влияние сферы инжиниринговых услуг на развитие реального сектора экономики. С. 32-41.***

**Аннотация.** Целью исследования является выявление роли сферы инжиниринговых услуг на развитие реального сектора экономики. Одним из прикладных аспектов сферы услуг является оказание консультационных услуг или сервисизация реального сектора экономики. В данной связи сектор услуг способен внести свой вклад в достижение устойчивого производства за счет использования такого инструментария как инжиниринг. Методологической основой исследования послужили общенаучные подходы к исследованию сервисной экономики – системного анализа, описания, методы анализа, синтеза, структурно-функционального анализа и причинно-следственных связей. Для достижения поставленной цели проведен обзор сегментов рынка технологического инжиниринга по секторам экономики; определены основные комплексные направления инжиниринга устойчивых химических производств и цепей поставок нефтегазохимического комплекса как один из активно развивающихся областей в сфере

инжиниринговых услуг, а также выявлены ключевые стратегические направления развития предприятий в условиях перехода к цифровой экономике; предложена схема организации деятельности инжинирингового центра. Сделан вывод, что инжиниринговая деятельность является одним из драйверов развития сферы услуг промышленного комплекса. Одной из форм поддержки сферы инжиниринга в условиях глобализации является использование открытых инновационных моделей, объединяющих усилия государства, науки, поставщиков, заказчиков, техноброкеров и других заинтересованных лиц в процессе создания высокотехнологичных цепочек стоимости и знаний, позволяющих достигать глобального оптимума. Развитие сервисной экономики предполагает интеграцию инновационно-инжиниринговой деятельности реального сектора экономики и сферы услуг для достижения устойчивого производства посредством инноваций, где первичным фактором будет выступать кооперация сетевых партнеров при осуществлении консультационно-управленческой и инженерной деятельности.

**Ключевые слова:** сфера услуг, инжиниринговые услуги, реальный сектор экономики, инжиниринговые центры.

**Маймина Э.В.**

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), д-р экон. наук, профессор, декан экономического факультета

**Пузыня Т.А.**

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории

**Гришина Т.В.**

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), д-р экон. наук, профессор кафедры экономической теории

**Бизнес-перспективы отечественных корпораций в контексте международной стандартизации устойчивого развития. С. 42-54.**

**Аннотация.** Более двадцати лет назад Россия ратифицировала ряд базовых документов Организации Объединенных Наций, определяющих устойчивое развитие цивилизации на стратегическую перспективу. Однако реализация этих документов, как и самой концепции устойчивого развития, на практике происходит медленными темпами. Целью настоящего исследования явились конкретизация концептуальных положений стандартизации устойчивого развития на международном уровне, бенчмаркинг опыта отечественных корпораций («РусГидро», Внешэкономбанк, «Сахалин Энерджи», «Северсталь») по соблюдению требований стандартов, определяющих стратегические перспективы развития бизнеса. Методологическую основу работы составили положения концепции устойчивого развития, системного и диалектического подходов к исследованию взаимосвязи составляющих его компонент: экономической, социальной, экологической. В работе реализованы методы контент-анализа регламентной базы устойчивого развития, целеполагания и целедостижения, стандартизации, индикативного и структурного анализа, бенчмаркинга бизнеса социально ответственных корпораций, стратегического прогнозирования перспектив бизнеса. Конкретизированы базовые положения концепции устойчивого развития в части разработки регламентов экономического, социального и экологического развития, отвечающего критерию устойчивости. Изложены результаты бенчмаркинга опыта отечественных корпораций («РусГидро», Внешэкономбанк, «Сахалин Энерджи», «Северсталь») по реализации требований стандартов устойчивого развития в бизнес-практике. Обозначены стратегические перспективы развития бизнеса корпораций, отвечающие требованиям стандартов устойчивого развития в экономической, социальной и экологической компонентах его структуры.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, социально ответственная корпорация, стандартизация устойчивого развития, цели и перспективы развития бизнеса.

***Кравченко Е.Ю.***

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

***Болотова И.С.***

Белгородский университет кооперации, экономики и права, преподаватель кафедры маркетинга и менеджмента

***Папанова С.Ю.***

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

**Аналитическое обоснование управленческих решений на основе функционально-стоимостного подхода. С. 55-63.**

**Аннотация.** Высокие темпы развития мировой экономики, нестабильная динамика спроса и цен на продукцию вызывают необходимость поиска внутренних резервов оптимизации принятия управленческих решений. Современным методом управления, направленным на решение данной задачи, является функционально-стоимостной подход, позволяющий не только оценить стоимость предлагаемых мероприятий и проектов, но и выявить приоритетные направления и подпроцессы, требующие рационализации. В данной статье приведены результаты выборочного социологического исследования организаций города Белгорода как представителей бизнес-сообщества, направленного на изучение актуальности обоснования управленческих решений на основе функционально-стоимостного подхода. Авторами обоснована необходимость использования функционально-стоимостного подхода для принятия управленческих решений, проведено социологическое исследование по выявлению частоты использования организациями города Белгорода функционально-стоимостного подхода. Для понимания системы наиболее эффективен функциональный подход. Используя функции, возможно определение структуры, распределение прав, полномочий и ответственности в рамках нее. Для того чтобы определить необходимость создания управляющего структурного подразделения, необходимо соотнести функции объекта и субъекта управления. Для того чтобы построить эффективную систему управления предприятием, необходимо определить соответствие функций системы управления функциям общей системы с целью ее эффективного функционирования.

**Ключевые слова:** функционально-стоимостной подход, управленческие решения, функционально-стоимостные методы, бизнес-сообщество, социологическое исследование.

***Логинова Т.П.***

Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского (г. Нижний Новгород), канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории и методологии

**Влияние качества региональных институтов на инновационную активность регионов. С. 64-76.**

**Аннотация.** Изучение опыта развитых стран, демонстрирующих динамичный рост инновационного развития, показывает, что от качества институциональной среды прямо и в значительной степени зависят интенсивность и результативность инновационной деятельности – в среднем, большая инновационная активность наблюдается в странах с более высоким качеством институтов. В статье анализируется специфика влияния качества региональных институтов на различные показатели инновационной активности субъектов РФ. Показателем оценки качества институциональной среды в регионах России предложено использовать индекс «Качество инновационной политики», используемый при расчете российского регионального инновационного индекса. Используя метод

корреляционного анализа, в работе делается вывод о том, что высокие показатели инновационной деятельности субъектов РФ зависят не только от наличия основных институтов и инструментов поддержки инноваций (проработанного нормативно-правового законодательства, специализированного координационного органа, института регионального развития, финансирования инновационных проектов из консолидированного бюджета), но и от особенностей применения и использования существующей в регионе институциональной инфраструктуры. В процессе исследования выявлены меры государственной поддержки, оказавшие наибольшее влияние на инновационную активность в России, определены современные тенденции процесса коммерциализации инноваций и формирования высокого устойчивого спроса на них со стороны крупного бизнеса.

**Ключевые слова:** институциональная среда, инновации, качество институтов, инновационная активность, региональная политика.

**Елагина В.Б.**

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола), канд. экон. наук, доцент

**Малинкин М.Е.**

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола), магистрант

**Стуков С.П.**

Поволжский государственный технологический университет (г. Йошкар-Ола), магистрант

**Применение принципов бережливого производства для достижения высокого качества и конкурентоспособности продукции. С. 77-86.**

**Аннотация.** Современная модель поведения хозяйствующих субъектов, нацеленных на получение положительной экономической динамики, требует поддержания высокого уровня качества и конкурентоспособности продукции. В статье на базе крупного предприятия технологического профиля Республики Марий Эл оцениваются возможности применения концепции бережливого производства на пути снижения потерь и повышения ценности совершаемых операций на основе постоянного улучшения. Выявлен уровень конкурентоспособности предприятия в зависимости от масштабов использования методов бережливого производства. Подчеркнута значимость человеческого фактора, а именно менеджмента, мотивации, инициативы, в рамках подачи предложений по улучшениям персоналом, а также необходимость ориентации на снижение сопутствующих трансакционных издержек при передаче информационных сигналов. На конкретном примере совершенствования технологической операции в рамках проектной деятельности по улучшениям определены виды получаемых экономических преимуществ и оценен их масштаб. Несмотря на обширную документальную базу, разработанную в течение пятилетнего периода функционирования производственной системы, в целях организации внедрения и применения методов бережливого производства требуется в большей степени акцентировать внимание на взаимосвязи потребительской ценности и размера финансовых вложений при реализации проектов по улучшениям, вносимых работниками предприятия.

**Ключевые слова:** бережливое производство, качество, конкурентоспособность, ценность, принцип постоянного улучшения.

**Писарюк С.Н.**

Севастопольский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнес-аналитики

**Потанина М.В.**

Севастопольский государственный университет, канд. техн. наук, доцент кафедры менеджмента и бизнес-аналитики

**Литвинова Р.Н.**

Севастопольский государственный университет, ст. преподаватель кафедры менеджмента и бизнес-аналитики

**Основные факторы, влияющие на посещаемость достопримечательностей. С. 87-97.**

**Аннотация.** Туризм является одной из наиболее перспективных, высокодоходных и динамично развивающихся отраслей экономики. Развитие туризма позволяет обеспечить региону экономическую стабильность. Формированию туристического потока способствует наличие интересных, популярных достопримечательностей. В целом наблюдается повышенный интерес туристического потока к объектам западного и юго-западного Крыма. Определено, что в 2017 г. больше всего туристов с начала года отдохнуло на Южном берегу Крыма – 43,5%, на Западном побережье Крыма – 22,7%, на Восточном побережье Крыма – 20,3% от общего количества туристов. Отражено распределение туристов по регионам Крыма. Туристический интерес на рассматриваемой территории требует постоянной оценки и анализа для обеспечения улучшения ключевых количественных и качественных показателей туристического климата в регионе, вследствие чего был сформирован перечень целевых объектов достопримечательностей. Произведена оценка каждого объекта достопримечательности по десяти критериям. Представлено размещение объектов с учетом уровня их посещаемости. Установлены уровни посещения достопримечательностей, возраст основных посетителей, доля объектов по видам и доступности, периоды их посещаемости. Произведена оценка стоимости посещения и транспортной инфраструктуры. В результате проведенного исследования установлено, что большая часть объектов не имеет достаточного обеспечения комфортной инфраструктурой; необходимо формирование культуры отдыха, устанавливая приоритет семейного времяпрепровождения; предлагается создание культурно-развлекательных объектов на участке п. Фротовое до п. Любимовка для того, чтобы повысить интенсивность туристического потока этого участка.

**Ключевые слова:** туризм, туризм Крыма, достопримечательности Крыма, размещение объектов достопримечательностей, факторы, влияющие на посещаемость достопримечательностей.

**Прудковская Е.Е.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

**Повышение качества контроля таможенного транзита с учетом законодательства евразийского экономического союза. С. 98-105.**

**Аннотация.** В условиях развития интеграционных процессов, образования единого таможенного пространства особое внимание уделяется таможенному контролю при применении таможенной процедуры таможенного транзита. В статье рассмотрены основные изменения в таможенном законодательстве в связи с принятием Таможенного кодекса Евразийского экономического союза (ТК ЕАЭС) в отношении таможенной процедуры таможенного транзита, регламентирующие использование информационных технологий. В связи с этим актуализируется как научная, так и практическая необходимость выполнения исследования, посвященного исследованию повышения качества контроля таможенного транзита на основе применения электронного декларирования таможенного транзита. В статье рассмотрены методические подходы к повышению качества контроля таможенного транзита на основе применения электронного декларирования, раскрыты их преимущества и недостатки. Целью статьи является исследование методических подходов к повышению качества контроля таможенного транзита на основе применения электронного декларирования, выявление их преимуществ и недостатков, изучение опыта

применения на практике. В ходе исследования использовались общенаучные методы (наблюдение, сравнение; экономико-статистические методы обработки данных (группировка, сравнение). В результате исследования выявлены преимущества и недостатки предлагаемых в экономической литературе методических подходов к оценке качества контроля таможенного транзита с использованием электронного декларирования. Определены показатели, позволяющие сделать вывод о повышении качества контроля таможенного транзита с использованием электронного декларирования.

**Ключевые слова:** Евразийский экономический союз, таможенное регулирование, предварительное информирование, электронное декларирование.

**Чурсина Е.В.**

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

**Непрерывное обучение персонала как фактор успешной деятельности организаций в сфере гостеприимства. С. 106-117.**

**Аннотация.** Задача повышения конкурентоспособности гостиниц в сложившихся рыночных условиях актуализирует вопросы, связанные с обучением и развитием компетенций персонала. Высококвалифицированный персонал способен предложить способы и методы оказания дополнительных услуг для привлечения и удержания клиентов, повышения эффективности деятельности гостиничного предприятия. Цель исследования заключается в изучении современных направлений обучения персонала в гостиничной индустрии. Автором показана динамика количества средств размещения в Белгородской области, обосновано значение непрерывного обучения персонала в сфере гостеприимства, изучен опыт мировых гостиничных цепей, предложены направления совершенствования процесса обучения. В статье указаны возможные последствия несвоевременного обучения персонала гостиниц и других средств размещения, приведен пример основных компетенций сотрудников контактной зоны и соответствующие программы обучения. Выявлены основные причины выбора программ обучения руководством. Предложен алгоритм работы HR-отдела предприятия гостиничной индустрии, который включает определение главных задач обучения, составление перечня необходимых навыков, умений для различных должностей, выделение приоритетных направлений обучения для каждого сотрудника, подбор специалиста по обучению и согласование с ним формата работы. Реализация программ непрерывного обучения персонала средств размещения позволит улучшить уровень сервиса в сфере гостеприимства Белгородской области, активизировать малый и средний бизнес и способствует социально-экономическому развитию региона.

**Ключевые слова:** обучение персонала гостиниц, обеспечение лояльности персонала, конкурентоспособность.

**Титова И.Н.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, ст. преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга

**Оценка среды функционирования регионов РФ. С. 118-127.**

**Аннотация.** Важную роль в функционировании региона играют прогнозы, при разработке которых необходимо учитывать влияние внешних и внутренних факторов развития. Региональное прогнозирование является основным инструментом обоснования и разработки перспектив развития для выработки экономической и социальной политики и принятия соответствующих управленческих решений. В связи с этим возникает необходимость оценки среды функционирования региона и ее роли в развитии теории прогнозирования. В статье рассматриваются актуальные вопросы прогнозирования социально-экономического развития регионов России в современных условиях.

Определены критерии оценки специфики развития регионов России. Выявлены внутренние и внешние факторы, которые обозначают перспективы развития региона. Для оценки среды функционирования регионов России был использован факторный анализ, а также методы обработки и анализа временных рядов, что позволило выявить причины диспропорции социально-экономического развития. Кроме этого были выявлены факторы, которые оказывают влияние на формирование перспектив развития региона. Было определено, что наибольшее влияние оказывают внутренние факторы, среди которых: производственный потенциал региона, демографическая ситуация и трудовой потенциал региона, инвестиционный потенциал региона, инновационный потенциал региона, уровень цифровизации экономики региона и инфраструктура региона. Автором предложена система ключевых характеристик, которая отражает роль каждого фактора в развитии региона и с помощью которой можно строить различные варианты прогнозов социально-экономических процессов в регионе.

**Ключевые слова:** региональное развитие, среда функционирования региона, прогнозирование, дифференциация регионов.

### **Захарова Е.Н.**

Уральский институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Екатеринбург), аспирант

### **Региональные особенности состояния здоровья населения и организации системы здравоохранения Свердловской области. С. 128-137.**

**Аннотация.** Здравоохранение России является важной отраслью народного хозяйства, влияющей на социально-экономическое развитие страны. В настоящее время, в условиях постоянного недофинансирования отрасли, проблема качества и доступности медицинской помощи продолжает оставаться одной из главных проблем отрасли. Принятые в последние годы программы и проекты, направленные на повышение качества медицинской помощи, социально-экономической устойчивости страны, имели положительные результаты по ряду показателей: в ходе реализации Государственной программы «Развитие здравоохранения» увеличилась продолжительность жизни населения, однако по данному показателю регион отстает от аналогичных показателей по стране. В статье представлен анализ основных показателей здравоохранения за период с 2005 по 2017 год. Проанализированы и выявлены основные проблемы, требующие регулирования со стороны органов власти, корректировки реализации государственных программ с учетом выявленных особенностей региона. Теоретической и методологической базой послужили приказы, постановления Правительства РФ, региональные нормативно-правовые акты. Был проведен анализ статистических данных, в результате которого были сформулированы проблемы состояния здравоохранения региона, основными среди которых являются проблема снижения численности участковых педиатров и терапевтов, а также снижение численности населения трудоспособного возраста.

**Ключевые слова:** здравоохранение региона, проблемы, государственное регулирование.

### **Экономика труда и трудовые отношения**

### **Клименко О.И.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, профессор, руководитель научно-образовательного центра глобальной экономики и кооперации

### **Оберемко В.В.**

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

***Шупило О.М.***

НАН ЧОУ ВО Академия ИМСИТ (г. Краснодар), канд. экон. наук, доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности

**К развитию функционала кадровой службы в управлении интеллектуальным капиталом высокотехнологичного предприятия. С. 138-150.**

**Аннотация.** Новые тренды экономического развития, обусловленные формированием экономики знаний, ее информатизацией и цифровизацией, стремительным развитием научно-технического прогресса, актуализируют роль интеллектуального капитала, который в настоящее время трансформируется в ведущий фактор конкурентоспособности высокотехнологичных предприятий, требующий переосмыслиния функционального содержания деятельности кадровой службы. Целью настоящего исследования явилось обоснование нового функционала кадровой службы высокотехнологичного предприятия в управлении его интеллектуальным капиталом с использованием положений перспективных концепций менеджмента. Методологической основой работы выступил функциональный подход к обоснованию содержания деятельности кадровой службы высокотехнологичного предприятия в контексте управления его интеллектуальным капиталом. В исследовании реализованы методологические положения концепций «сбалансированной системы показателей», «ключевых показателей эффективности», Международного стандарта интегрированной отчетности применительно к управлению интеллектуальным капиталом высокотехнологичного предприятия. Использованы методы анализа терминологического аппарата, научной полемики, логических умозаключений, абстрактного мышления. Проанализированы существующие подходы к толкованию сущности и природы интеллектуального капитала, аргументировано его ресурсное значение для высокотехнологичного предприятия. Доказана перспективность использования концепций «сбалансированной системы показателей», «ключевых показателей эффективности», Международного стандарта интегрированной отчетности в управлении интеллектуальным капиталом высокотехнологичного предприятия. Обоснована необходимость расширения функционала кадровой службы высокотехнологичного предприятия в управлении его интеллектуальным капиталом.

**Ключевые слова:** кадровая служба, высокотехнологичное предприятие, интеллектуальный капитал.

***Снимко Л.Т.***

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

***Храбан Г.С.***

Институт бизнеса Белорусского государственного университета, канд. техн. наук, доцент кафедры маркетинга

***Тарасов В.С.***

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

**Концептуальные подходы к развитию трудового потенциала организации. С. 151-160.**

**Аннотация.** Целью статьи является определение концептуальных подходов к развитию трудового потенциала организаций в современных социально-экономических условиях. В статье обобщены научные подходы к сущности трудового потенциала организации и его структуре. Обосновано, что решение задачи развития трудового потенциала должно происходить на разных уровнях, начиная с реализации государственных программ, позволяющих повысить качество и степень адаптированности трудовых ресурсов к современным рыночным реалиям, заканчивая внутренней политикой отдельно взятой организации, направленной на раскрытие

трудового потенциала. Предложен методический подход к оценке трудового потенциала организации. Обоснована возможность формирования определенной стратегии развития трудового потенциала, в зависимости от сложившейся в организации исходной ситуации: стратегия отставания развития трудового потенциала, стратегия сбалансированного развития трудового потенциала, стратегия опережения развития трудового потенциала. Основными элементами созданного концептуального подхода к развитию трудового потенциала является интегральная модель определения уровня сформированности трудового потенциала, суть которой заключается в поэтапном анализе уровня трудового потенциала посредством расчета совокупности показателей, анализе корреляционных связей, построении корреляционно-регрессионной модели, идентификации влияния факторов, что обеспечивает получение достоверной информации для разработки и реализации управленческих решений по развитию трудового потенциала.

**Ключевые слова:** трудовой потенциал организации, управление трудовым потенциалом, концепция развития трудового потенциала.

**Маймина Э.В.**

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), д-р экон. наук, профессор, декан экономического факультета

**Пузыня Т.А.**

Академия труда и социальных отношений (г. Москва), канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории

**Влияние искусственного интеллекта на рынок труда. С. 161-172.**

**Аннотация.** Рынок труда оперативно отражает изменения, происходящие в экономической системе общества. Современный этап развития экономики характеризуется комплексом новых явлений, обусловленных процессами ее информатизации и интеллектуализации труда. Цель настоящего исследования заключалась в обосновании влияния искусственного интеллекта на профессиональную структуру рынка труда, требующего изменения подходов к переподготовке занятого в экономике населения, переосмысления ее задач и направлений в контексте стратегической задачи построения цифровой экономики. Основными методами исследования проблемы выступили обзор международного опыта в реализации программ переподготовки граждан в условиях развития искусственного интеллекта и оценка возможностей его адаптации к российской экономической практике. В исследовании реализованы методы констатирующего и формирующего эксперимента, экспертных оценок, стратегического прогнозирования трендов развития рынка труда, анализа профессиональной занятости населения в экономике. Доказано положение о наличии объективных предпосылок для появления новых профессий, функционально взаимосвязанных с процессами цифровизации экономики, выделены положительные эффекты развития рынка труда под влиянием искусственного интеллекта, требующие изменения содержания и технологий профессиональной переподготовки. Раскрыты сущность, преимущества и функциональные задачи системы искусственного интеллекта в переподготовке кадров для цифровой экономики. Обобщен международный опыт реализации программ переподготовки граждан, с учетом которого обозначены ожидаемые социальные эффекты развития рынка труда от внедрения системы искусственного интеллекта.

**Ключевые слова:** рынок труда, искусственный интеллект, программы повышения квалификации, переподготовка кадров, цифровая экономика.

***Кононенко Р.В.***

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

***Белокопытова О.А.***

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

**Развитие трудового потенциала организации в современных условиях. С. 173-184.**

**Аннотация.** Целью представленной статьи явилось исследование «трудового потенциала» и условий его развития в России в современных условиях. Трудовой потенциал оказывает существенное влияние на деятельность предприятия по достижению поставленных целей. Следует отметить, что трудовой потенциал является сложным явлением, что подчеркивается наличием достаточно широкого круга трактовок данного понятия. С практической точки зрения очевидна необходимость создания условий на предприятии для развития трудового потенциала в интересах повышения эффективности его использования. Его формирование и использование происходит под воздействием различных факторов, что создает необходимость изучения как самого трудового потенциала, так и факторов, его определяющих на предприятии. В интересах исследования была поставлена цель – развитие теоретического и методического обеспечения развития трудового потенциала организации и разработка рекомендаций по их реализации на практике. Для достижения поставленной в исследовании цели были использованы специальные методы, в том числе диалектический, системный и комплексный подходы к изучению экономических явлений и процессов, общенаучные методы (наблюдение, анализ, синтез, сравнение), что позволило обеспечить аргументированность и достоверность выводов. В рамках проведенного исследования были изучены сущность и условия развития трудового потенциала. Проведено исследование состояния, динамики и эффективности использования трудового потенциала АО «Белгородэнергосбыт». Была разработана концепция развития трудового потенциала АО «Белгородэнергосбыт».

**Ключевые слова:** трудовой потенциал, развитие трудового потенциала, концепция, количественные изменения, качественные изменения.

## **Маркетинг, коммерция и логистика**

***Роздольская И.В.***

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

***Висторобская Е.Н.***

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

***Мозговая Ю.А.***

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

**Стратегическая направленность менеджмента профессиональных сообществ как коммуникационно-образовательной площадки для реализации инновационных идей и практической результативности в организациях. С. 185-196.**

**Аннотация.** В статье продемонстрированы значимость и ключевая роль профессиональных сообществ в качестве инструмента реализации инновационных идей и

лучших практик организаций. Даётся теоретическая интерпретация категории «профессиональное сообщество». Изложен теоретический материал, отражающий развитие различных видов профессиональных сообществ. В качестве ресурса управления персоналом рассмотрены сетевые профессиональные сообщества. При этом одним из инструментов, направленных на эффективное управление персоналом, имеющим отношение к сетевым профессиональным сообществам, обозначен краудсорсинг. Подчеркиваются значимость и актуальность сочетания онлайн- и офлайн-активности в работе профессионального сообщества. Используя теоретический материал и рассматривая практические примеры, выявлены особенности профессиональных сообществ в управляемой сфере, в числе которых: Ассоциация Менеджеров России (AMP), Российское тайм-менеджерское сообщество, ВКК – Национальный союз кадровиков», Национальный союз «Управление персоналом» – НаСОУП. Также отражены и другие значимые и результативные профессиональные сообщества. Акцент делается на бизнес-сообщества, которые дают возможность через общение с единомышленниками развиваться как личности, так и бизнесу. Обозначена проблемно-ориентированная направленность научного сообщества как коммуникативной системы. Представлены результаты эмпирического исследования, выполненного на основе обобщения существующих теоретических исследований по проблеме менеджмента профессиональных сообществ как коммуникационно-образовательной площадки в условиях активного развития информационно-коммуникационной среды с применением логического и сравнительного анализа. В качестве результата авторами представлена концепция построения профессионального сообщества.

**Ключевые слова:** профессиональные сообщества, сетевые профессиональные сообщества, профессиональное взаимодействие, профессиональное общение, онлайн-сотрудничество, краудсорсинг, интернет-сообщества профессионалов, бизнес-сообщества, профессиональные педагогические сообщества, стажировочная площадка.

### **Меньшикова М.А.**

Курский государственный университет, д-р экон. наук, доцент, зав. кафедрой маркетинга и управления персоналом

### **Трубникова В.В.**

Курский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и управления персоналом

### **Рюмин А.В.**

Курский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и управления персоналом

### **Маркетинговые инструменты анализа системы стратегического управления. С. 197-206.**

**Аннотация.** Руководители современных предприятий достаточно часто сталкиваются с определенными экономическими проблемами, значительно снижающими эффективность принятия различных управляемых решений для достижения стратегических целей организации. К данным проблемам можно отнести: увеличившийся поток циркулирующей экономической информации, причем значительная часть которой не структурирована, противоречива и чаще всего поступает с задержкой; значительная ориентацию только лишь на финансовые показатели деятельности организации, которые позволяют оценить экономическую ситуацию, а именно результат принятых управляемых решений; усложнение организационной структуры управления современных организаций; отсутствие полной и достоверной информации о различных направлениях деятельности организации, играющих важнейшую роль в росте их конкурентоспособности; практика показала, что использование только лишь традиционных показателей, таких как рентабельность деятельности, объем продаж и пр., в настоящее время недостаточно для принятия долгосрочных управляемых решений; мало внимания

уделяется внешней среде, так как существующая система показателей зачастую не учитывает поведение потребителей и действующих конкурентов в будущем. Цель исследования заключается в обосновании применения набора маркетинговых инструментов при проведении анализа стратегического управления. В статье использованы следующие методы: индукции и дедукции, SWOT-анализ, деловой экран Ансоффа, матрица Томпсона-Стрикланда. Выделен динамический процесс стратегического управления в организации на основе сбалансированной системы показателей. Определены основные направления развития стратегии предприятия, предполагающие поэтапное решение задач стратегического управления.

**Ключевые слова:** маркетинговые инструменты, анализ, стратегическое управление, конкуренция, сбалансированная система показателей, стратегия предприятия.

**Щетинина Е.Д.**

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга

**Дагман Сара**

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, аспирант

**Сравнительная характеристика и развитие методов маркетингового анализа и планирования туристического бизнеса региона. С. 207-221.**

Статья выполнена в рамках реализации Программы развития опорного университета и гранта № А-86/17 на базе БГТУ им. В.Г. Шухова с использованием оборудования на базе Центра высоких технологий БГТУ им. В.Г. Шухова

**Аннотация.** В настоящей статье представлен сравнительный анализ существующих методов маркетингового анализа с точки зрения возможности их использования для исследований рынка туризма, а также их роли при разработке современных маркетинговых стратегий для туристических дестинаций и организации в регионе. Методологической посылкой служит социально-этичный маркетинг и маркетинг территорий с его инструментальным аппаратом, в частности, целеполагание, функционал и сегментирование потребителей территории. Факторы эффективности регионального развития оценивались путем проведения SWOT-анализа в туристическом секторе Белгородской области, но, в развитие этого классического метода, авторами предложено отбирать факторы по принципу соответствия их интегрированной модели развития и ранжировать их, чтобы точнее оценивать внутренний и внешний потенциал территории, формируемый системно на основе стратегического выбора будущих сфер деятельности в регионе. Интегрированная маркетинговая модель развития предполагает координацию действий различных отраслей бизнеса, власти и социума вокруг туризма как драйвера развития территории. Кроме известных методов предложено применять для анализа туристического рынка и его среды трехмерный коэффициент устойчивости развития рынка, включающий рыночно-коммерческую, социальную и экологическую составляющую. С учетом текущего значения и будущей динамики данного коэффициента следует оценивать и отбирать совместные проекты в сфере регионального развития, прежде всего, объединяющие инновационные, маркетинговые, социальные, инфраструктурные аспекты. Обоснован вывод о том, что местные и региональные стратегии развития туризма должны основываться на исследовании расширенных и проранжированных факторов макросреды, микроокружения и внутренней среды турфирм путем использования рассмотренных в настоящей статье методов маркетингового анализа, и их модификации в новых условиях: глобализации, интеграции, кластеризации и прочих тенденций.

**Ключевые слова:** туризм, методы, маркетинг территорий, маркетинговый анализ, SWOT-анализ, PEST-анализ, GAP-анализ, матрицы Ансоффа, матрицы BCG, матрицы МакКинси, интегрированная модель маркетинга, коэффициент устойчивости туризма (КУТ).

***Авилова Ж.Н.***

Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, канд. социол. наук, доцент кафедры социологии и управления

***Агаева А.Н.***

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

***Дубская А.С.***

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, менеджер Высшей школы управления

**Применение инструментов маркетинга в деятельности консалтинговой компании. С. 222-236.**

**Аннотация.** Развитие рынка консалтинга и рост конкурентной борьбы на нем требуют современных подходов к представлению стратегий маркетинга консультационных услуг. В статье представлены виды маркетинга, рекомендованы схемы организации системы маркетинга, а также предложены методы по формированию лояльности клиентов консультационной фирмы (консультанта). Целью исследования является обоснование применения инструментов маркетинга в деятельности консалтинговых компаний при реализации маркетинговой политики, направленной на построение таких коммуникаций с клиентами, которые позволяют продемонстрировать высокий интеллектуальный потенциал и профессионализм консультантов, их независимость и объективность. Для достижения указанной цели использовались такие методы, как: диалектический (исследование процессов и явлений во взаимосвязи и развитии), структурно-функциональный, ситуационный, компаративный, графическое и табличное картирование экономико-факторологических данных. Исследование показало, что консультанты при продвижении своих услуг должны быть представлены во всех сферах и направлениях рекламы – и в Интернете (сайт, форум, рассылка), и в онлайн (в газетах, журналах, радио, ТВ, наружной рекламе). Применение инструментов маркетинга, направленных на продвижение консалтинговых услуг, дает возможность получать реальных клиентов, способствует формированию лояльности к консалтингу в сфере бизнеса, формирует поток информации о необходимости использования консалтинговых услуг с целью развития и укрепления бизнеса. В связи с этим быть высокопрофессиональным консультантом уже недостаточно, необходимо также уметь продавать свои услуги, используя весь диапазон маркетинговых технологий и инструментов.

**Ключевые слова:** консалтинг, консультирование, маркетинг, деловая услуга.

***Возяинова Н.Ю.***

Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского (ДонНУЭТ), канд. экон. наук, доцент, и.о. начальника научно-исследовательской части

***Чугункина И.В.***

Ухтинский государственный технический университет (г. Усинск), зам. директора по дополнительному образованию филиала, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского (ДонНУЭТ), аспирант

**Интернет-ресурсы как инструмент реализации коммуникационной маркетинговой стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования. С. 237-251.**

**Аннотация.** Цель исследования заключается в изучении вопросов применения интернет-ресурсов как инструментов реализации коммуникационной маркетинговой

стратегии формирования имиджа услуг дополнительного профессионального образования. В ходе исследования использовались общенаучные методы (метод анализа, синтеза, индукции и дедукции), а также специальные экономические методы исследования. В ходе исследования было определено мнение потенциальных потребителей образовательных услуг об ожиданиях относительно наполнения сайта образовательной организации дополнительного профессионального образования (ДПО) путем статистического опроса жителей в г. Усинске в возрасте от 24 до 55 лет. В целях выяснения фактической ситуации на сайтах учебных учреждений ДПО были проанализированы сайты пяти ведущих образовательных учреждений, реализующих программы дополнительного профессионального образования в Республике Коми. В результате было выяснено, что ожидания потенциальных потребителей образовательных услуг ДПО и фактическое исполнение сайтов образовательных учреждений имеют несоответствия, в частности большинство потенциальных клиентов ожидают увидеть на сайте информацию о программах, их стоимости и связи учебных программ со сферой труда, перспективах, открывающихся перед ними на рынке труда после обучения. Образовательные учреждения размещают информацию о названии программ и, в лучшем случае, о стоимости. В качестве элемента маркетинговой коммуникационной стратегии формирования имиджа предложена типовая карта сайта образовательного учреждения ДПО, построенная на персонализации клиентов, даны рекомендации по наполнению контента сайтов. Ввиду распространенности мобильных телефонов предложена типовая карта мобильного приложения образовательного учреждения ДПО. В то же время актуализирован вопрос финансирования мероприятий, направленных на реализацию маркетинговой стратегии.

**Ключевые слова:** услуги, дополнительное профессиональное образование, маркетинговые стратегии, имидж, критерии оценки, информация, сайт, мобильное приложение, карта (сайта, мобильного приложения).

**Афанасьева Л.А.**

Курский государственный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и управления персоналом

**Коптева Ж.Ю.**

Юго-Западный государственный университет (г. Курск), канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры экономики, управления и аудита

**Тубольцева Г.И.**

Курский государственный техникум технологий и сервиса, преподаватель

**Разработка методических аспектов и механизмов по совершенствованию комплекса маркетинговых коммуникаций. С. 252-260.**

**Аннотация.** Результаты данного исследования направлены на решение вопросов по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельностью фирмы. Авторы отмечают, что современные организации используют сложные коммуникационные системы для поддержания контактов с посредниками, клиентами, с различными общественными, государственными организациями и структурами, при проведении процесса маркетинговых коммуникаций должна быть составлена четкая программа в соответствии со стратегией фирмы, планом маркетинга и его целями. Таким образом, совершенствование комплекса маркетинговых коммуникаций фирм является актуальным направлением научных исследований. Авторы отмечают, что главные усилия по улучшению системы продвижения фирмы следует сконцентрировать на совершенствовании процесса создания и поддержания развитого комплекса маркетинга. Для достижения данной цели необходимо выявление перспективных путей развития маркетинговых коммуникаций. Для эффективной реализации всех предложенных изменений и нововведений необходимо использование системного подхода. Для этого необходимо консолидировать разработанные предложения в единый механизм

совершенствования комплекса маркетинговых коммуникаций. Таким образом, можно сделать вывод о том, что современные компании должны использовать ряд сложных коммуникационных систем, направленных на поддержание разработанных контактов со своими клиентами, также посредниками и различными государственными и общественными организациями. В результате проведения процесса маркетинговых коммуникаций в соответствии со стратегией компании необходимо составить конкретную программу, направленную на совершенствование и развитие комплекса маркетинговых мероприятий.

**Ключевые слова:** экономика, маркетинг, реклама, маркетинговые коммуникации, эффективность, системный подход.

## **Кооперация и предпринимательство**

### ***Наговицна Л.П.***

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

### ***Дроздова М.И.***

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

### ***Наговицин А.А.***

ООО Арматурно-промышленная компания (г. Новосибирск), канд. экон. наук, директор

### **Возможности потребительской кооперации в условиях территориальной экспансии ритейла. С. 261-273.**

**Аннотация.** Цель статьи – показать, что даже в условиях территориальной экспансии ритейла, потребительская кооперация, в том числе ее торговая отрасль, не утратили возможность присутствия на сельском рынке товаров и услуг. Новизна исследования состоит в том, что система потребительской кооперации до перестройки характеризуется как бизнес-сеть, а глубинной причиной кризисного состояния доказывается утрата уникальной двойственной природы. Новым подходом является и сопоставление деятельности потребительской кооперации, практически покинувшей зону социально ответственного бизнеса, и двух крупнейших торговых сетей, которые используют в полной мере кооперативные принципы и ценности, их лучший опыт и вытесняют кооперативы с сельского рынка. Даётся ряд рекомендаций по удержанию своего сегмента рынка и развитию системы. В их числе возрождение заготовок – стратегического драйвера социально-экономического развития переработки, производства, общественного питания. Особое внимание уделено розничной торговле – интегратору всего воспроизводственного процесса кооперации, основному каналу сбыта продукции всех отраслей и видов деятельности. Предусматривается взаимодействие с ритейлом на взаимовыгодных условиях. В качестве положительного примера рассматривается взаимодействие Красноярского крайпотребсоюза и региональных торговых сетей.

**Ключевые слова:** кооперативная модель хозяйствования, социализация, клиентоориентированность, интеграция, ритейл.

***Нитяго И.В.***

Сибирский университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры экономической теории

***Мороз О.Н.***

Сибирский университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

**Особенности оценки риска и критерии выбора экономического решения для кооперативной организации. С. 274-284.**

**Аннотация.** В статье рассматривается сущность бизнес-риска с точки зрения кооперативной организации, представлена интегральная балльная оценка бизнес-риска. Актуальность исследования продиктована тем, что проблемы оценки бизнес-риска кооперативной организации должны быть рассмотрены во взаимосвязи и взаимодействии с основными оценочными показателями финансово-хозяйственной деятельности. Цель исследования заключалась в разработке комплексной методики оценки бизнес-рисков, основанной на моделях бизнес-риска потери ликвидности баланса и финансовой устойчивости кооперативной организации. В настоящей статье авторами обоснованы оценочные показатели бизнес-риска финансово-хозяйственной деятельности потребсоюза Республики Тыва. Основное содержание исследования составляют методы финансового и статистического анализа, а также методы наблюдения, описания и сравнения. В статье представлены авторская методика оценки бизнес-рисков кооперативной организации на основе моделей оценки ликвидности баланса и оценки бизнес-риска потери финансовой устойчивости и независимости. Результатом исследования являются сформулированные базовые правила-ограничения, связанные с применением авторской модели оценки бизнес-риска в кооперативной организации. На основе проведенного исследования разработаны рекомендации по эффективному управлению бизнес- рисками и предложены меры по преодолению рисковых ситуаций.

**Ключевые слова:** бизнес-risk потери финансовой устойчивости, бизнес-risk потери ликвидности баланса, финансовая безопасность, модели комплексной оценки бизнес-риска, потребсоюз, интегральная балльная оценка бизнес-риска.

***Беше Бурхард***

Фонд Генриха Кауфманна (Гамбург), д-р экон. наук, управляющий Фондом

***Тихонович Е.В.***

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

***Тихонович Н.В.***

Белгородский университет кооперации, экономики и права, доцент кафедры иностранных языков

**История и актуальность кооперативной идеи в Гамбурге. С. 285-303.**

**Аннотация.** Начало потребительскому кооперативному движению в Германии было положено созданием в Хемнице в 1845 г. потребительской и сберегательной ассоциации «Обновление» («Эрмунтерунг»). Инициатором кооперативного движения был либеральный буржуазный экономист и политический деятель Герман Шульце-Делич, который выступил с планом спасения мелких товаропроизводителей от разорения. История кооперации г. Гамбурга также непосредственно связана с первыми теоретиками и практиками кооперативной идеи. В процессе исследования использовались теоретические и общекономические методы познания: теоретический анализ, формализация, сравнительный и логический анализ, индуктивный и дедуктивный методы. Целью проведенного исследования выступает доказательство того, что появление и развитие различных видов кооперативов неразрывно связаны с профсоюзным движением как непосредственно в данном городе, так и в Германии в

целом. В процессе исследования использовались теоретические и общеэкономические методы познания социально-экономических процессов: теоретический анализ, формализация, сравнительный и логический анализ, индуктивный и дедуктивный методы в их взаимосвязи и взаимообусловленности. Авторы приходят к выводу, что одной из предпосылок успешного создания новой кооперативной организации может служить человеческий фактор. Показывается, что требуется как минимум один человек, который обладает большой выносливостью и высоким порогом сопротивляемости различным трудностям, который реально оценивает свои шансы и возможность возникновения бюрократических барьеров и при этом решает эти проблемы.

**Ключевые слова:** кооперативная идея, потребительские кооперативы, производственные кооперативы, «справедливые пионеры Рочдейла», профсоюзы, страховой фонд.

**Елисеева Т.В.**

ООО «Сибирский заготовительный союз» (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент, директор по развитию

**Капишников А.Ю.**

Новосибирский государственный аграрный университет, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

**Структурные изменения заготовительной деятельности как этап развития регионального рынка продовольствия. С. 304-313.**

**Аннотация.** Переход на рыночные условия развития заготовительной индустрии предопределил значительные структурные изменения в составе экономических субъектов и взаимоотношений между ними. Цель статьи – охарактеризовать произошедшие структурные преобразования заготовительной деятельности на региональном продовольственном рынке и на их основе предложить основные направления ее развития. Исследования проводились на основе анализа нормативно-правовой базы, основываясь на статистических данных, практическом опыте участия в заготовительной деятельности. Изучена существующая законодательная база по вопросам заготовки продовольствия, анализ которой показал отсутствие ее обосновления на федеральном уровне. Выявлена территориальная дислокация заготовки основных продовольственных продуктов в Сибирском федеральном округе. Определен потенциал заготовительной деятельности в регионах СФО на основе дефицита потребления: картофеля, овощей, фруктов и ягод, молока и молокопродуктов, яйца и рыбы. Авторами показана инфраструктура заготовительной деятельности в дореформенный период. Выявлены основные структурные изменения в заготовительной деятельности регионов СФО. Основные проблемы развития заготовительной деятельности объединены в четыре группы: кадровые, учетные, организационные и финансовые. Выделены основные этапы движения товаров-заготовок. Предложены основные направления возрождения заготовительной индустрии в макрорегионе.

**Ключевые слова:** изменения, структура, заготовительная деятельность, продовольствие, рынок, Сибирский федеральный округ.

**Тихонович Н.В.**

Белгородский университет кооперации, экономики и права, доцент кафедры иностранных языков

**Пришковская Е.Е.**

Белгородский университет кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры таможенных операций и таможенного контроля

**Тихонович Е.В.**

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

**К вопросу о кооперативном образовании в странах-членах международного кооперативного альянса. С. 314-322.**

**Аннотация.** Профессиональное кооперативное образование в условиях рыночных отношений рассматривается как отрасль деятельности потребительской кооперации, такая же важная, как розничная, оптовая торговля, общественное питание, кооперативная промышленность. Важность и значение кооперативного образования зафиксированы в Рекомендации № 193 Международной организации труда «О содействии развитию кооперативов» (Вместе с «Выдержками из декларации о кооперативной идентичности, принятой на генеральной ассамблее международного кооперативного альянса в 1995 году»), принятой г. Женеве 20.06.2002 на 90-ой сессии Генеральной конференции МОТ). В частности, в Рекомендацию полностью включен принцип 5: «Образование, повышение квалификации и информация. Кооперативы обучают и обеспечивают подготовку своих членов, избранных представителей, управляющих и работников, с тем чтобы те могли вносить эффективный вклад в развитие своих кооперативов. Они информируют общественность – особенно молодежь и общественных лидеров – о том, что представляют собой кооперативы и какую пользу они приносят». Цель исследования заключается в исследовании форм кооперативного образования на национальном и международном уровнях, проблем кооперативного образования и направлений их решения. Для достижения цели исследования использовались общенаучные методы познания (диалектика, индукция и дедукция, анализ и синтез, системность, комплексность), а также логические обобщения. На сегодняшний день можно говорить о нескольких уровнях кооперативных образовательных программ, а именно: программы кооперативных колледжей, кооперативные программы в университетах, кооперативные программы, предлагаемые на государственном уровне и кооперативные программы на уровне глобального кооперативного движения. Авторы приходят к выводу о признании международным сообществом важности и необходимости кооперативного образования в условиях глобализации, а также о том, что реализация принципа 5 Декларации о кооперативной идентичности должна проводиться на основе национальных и международных кооперативных образовательных программ.

**Ключевые слова:** потребительская кооперація, образование, кооперативное образование, образовательные услуги, система кооперативного образования.