

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГО ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

ТОРГОВЛЯ И РЫНОК

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Выпуск 2 (66)

Донецк - 2023

УДК 339
ББК 65.422

Коллектив авторов

Торговля и рынок: научный журнал, выпуск №2'(66), 2023 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2023. – 136 с.

Основан в 1994 году

Выходит четыре раза в год

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» рассчитан на научных и практических работников, руководителей торговых и других отраслевых предприятий, преподавателей высшей школы, аспирантов, магистрантов, студентов.

В научном журнале «Торговля и рынок» рассматриваются вопросы современной стратегии реформ в торговле, стабилизации экономики в отрасли и восстановления экономического роста и улучшения на этой основе благосостояния людей. Освещаются актуальные вопросы высшей школы, предпринимательства, менеджмента, маркетинга, экономики торговли и услуг, рассматриваются проблемы финансов, бухгалтерского учета, анализа и контроля, а также актуальных аспектов инвестиционной деятельности.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Азарян Е.М., д-р экон. наук, профессор,
главный редактор
Мальгина В.Д., д-р экон. наук, профессор,
зам. главного редактора
Омельянович Л.А., д-р экон. наук, профессор
Балабанова Л.В., д-р экон. наук, профессор
Бакунов А.А., канд. экон. наук, профессор
Возиянова Н.Ю., д-р экон. наук, профессор
Петренко С.Н., д-р экон. наук, профессор

Сардак Е.В., д-р экон. наук, доцент
Сименко И.В., д-р экон. наук, профессор
Фомина М.В., д-р экон. наук, профессор
Германчук А.Н., д-р экон. наук, доцент
Максимова Т.С., д-р экон. наук, профессор
Курочкина А.А., д-р экон. наук, профессор
Иванова Т.Л. канд. экон. наук, доцент, профессор
Антошина К.А., канд. экон. наук, доцент, отв. секр.

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в перечень рецензируемых научных изданий Высшей аттестационной комиссии Донецкой Народной Республики как специализированное издание, публикующее научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора экономических наук (Приказ №1134 от 01.11.2016 г.).

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в цитируемую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) и в Международную наукометрическую базу IndexCopernicusJournalsMasterList.

Научный журнал «Торговля и рынок» рекомендован к печати Ученым Советом ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (протокол №4 от 30.11.2022 г.).

Тексты статей представлены в авторской редакции. Авторы несут полную ответственность за содержание публикаций и точность приведенных фактов, цитат, собственных имен и других сведений.

ISSN 2079-4762

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ	
Волкова Л.Н. Формализация показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования	5
Германчук А.Н. Логистический сервис в системе управления взаимоотношениями с клиентами	10
Доля Е.А. Сущность и концептуальные основы цифровой аналитики	16
Возиянова Н.Ю., Возиянова Е.А. Институциональная информационно-маркетинговая среда сетевого общества: сети, информация, инфобизнес и информкетинг	25
Пенькова И.В. Цифровые инновации в маркетинговой деятельности банков на этапе внедрения Маркетинг 5.0	32
Свиридок Е.В. Маркетинговая конъюнктура высшего образования Донецкой Народной Республики	38
Скибенко Г.Г., Подгайная Е.В. Этические проблемы как элемент деструкции функции контроля в организациях	44
Сухарева Л.А., Пальцун И.Н., Ильина Д.А. Логико-лингвистический и системный подходы к исследованию аудиторской диагностики допущения непрерывности	51
Топольник В.Г. Системный подход к сервисной деятельности	60
Чижова Н.Е. Сущность инновационной логистической стратегии	67
ЭКОНОМИКА СФЕРЫ УСЛУГ	
Малкин В.Ю. Экономическая диагностика эффективности единых государственных услуг	74
Кулешов Д.К. Формирование конкурентной среды в сфере услуг в условиях кризиса	80
Половян А.В., Сеницына К.И. Алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации	85

Салита С.В., Ефременко Е.В. Расширение границ консалтинговых услуг на этапе цифровой трансформации	93
Дещенко А.Ю. Стратегирование развития знаниевых услуг во внутреннем и внешнем контурах предприятия как транзакционная ценность	100
Содух С.С. Системный подход к регулированию и поддержке сферы образовательных услуг	109
ФИНАНСЫ И ИНВЕСТИЦИИ	
Броварь Н.А. Реализация модели интегрированного государственного регулирования финансовой системы: методический подход	115
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ	
Приходько В.В., Колодяжная И.В. Глобальная экономическая безопасность: теория и практика	125
Фомина М.В., Василенко Е.В. Теоретико-методологический базис социального предпринимательства	131

CONTENT

USINESS, MANAGEMENT, MARKETING	
Volkova L.N. Formalization of the indicator of the effectiveness of the use of digital technologies in the activities of secondary vocational education organizations	5
Germanchuk A.N. Logistics service in the system of management of relationships with customers	10
Dolya E.A. The essence and conceptual foundations of digital analytics	16
Voziyanova N.Yu., Voziyanova E.A. Network society institutional information and marketing environment: networks, information, information business and information packaging	25
Penkova I.V. Digital innovations in the marketing activities of banks at the stage of implementation of Marketing 5.0	32
Sviridok E.V. Marketing conjuncture of higher education of the Donetsk People's Republic	38
Skibenko G.G., Podgainaia E.V. Ethical problems as an element of the destruction of the control function in organizations	44
Sukhareva L.A., Paltsun I.N., Ilina D.A. Logical-linguistic and systematic approaches to the study of audit diagnostics of the going concern	51
Topolnik V.G. A systematic approach to service activities	60
Chizhova N.E. Essence of innovative logistics strategy	67
ECONOMY OF THE SERVICE SECTOR	
Malkin V.Yu. Economic diagnostics of the effectiveness of unified public services	74
Kuleshov D.K. Formation of a competitive environment in the service sector in a crisis	80
Polovyan A.V., Sinitsyna K.I. Algorithm of decision-making on outsourcing of public services under the conditions of digitalization	85
Salita S.V., Efremenko E.V. Expanding the boundaries of consulting services at the stage of digital transformation	93

Deshchenko A.Yu. Strategizing the development of knowledge services in the inner and outer contours of the enterprise as a transaction value	100
Sodukh S.S. Systematic approach to the regulation and support of educational services	109
FINANCES AND INVESTMENTS	
Brovar' N.A. Implementation of the financial system integrated government regulation model: methodological approach	115
ECONOMIC THEORY	
Prihodco V.V., Kolodyazhnaya I.V. Global economic security: theory and practice	125
Fomina M.V., Vasilenko E.V. Theoretical and methodological basis of social entrepreneurship	131

УДК 377.014.54:004

**ФОРМАЛИЗАЦИЯ ПОКАЗАТЕЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОРГАНИЗАЦИЙ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

Л.Н. Волкова,
Заместитель Министра
образования и науки
Донецкой Народной Республики

Министерство образования и науки
Донецкой Народной Республики,
г. Донецк, ДНР
e - mail: vl0405@mail.ru

**FORMALIZATION OF THE INDICATOR OF THE EFFECTIVENESS OF
THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF
SECONDARY VOCATIONAL EDUCATION ORGANIZATIONS**

L.N. Volkova,
Deputy Minister of Education and
Science Donetsk People's Republic

Ministry of Education and Science
Donetsk People 's Republic,
Donetsk, DPR
e-mail: vl0405@mail.ru

Реферат

Цель. Обосновать формализацию показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования.

Методика. В ходе исследований применены методы системного поиска, синтеза информации, экспертной оценки и использования математических формул для отображения выявленных зависимостей.

Результаты. В статье предложена формализация показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования. Показатель эффективности $P_{эф}$ является относительным интегральным показателем, основанным на экспертных оценках ряда качественных и количественных показателей. Его особенность заключается в расширении его метрики экономической составляющей.

Научная новизна. Усовершенствована формализация показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования, которая отличается введением не только качественных, а и количественных показателей, позволяет подтвердить или скоординировать размер бюджета маркетинга.

Практическая значимость. Результаты исследования позволяют

расчетным методом на основе формализации показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования доказать целесообразность размера бюджета маркетинга или обосновать его изменение.

Ключевые слова: *формула, показатель эффективности, цифровые технологии, маркетинг, конкурентоспособность, количественный показатель, качественный показатель, интегральный показатель, коэффициент весомости.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Формализация маркетинговых исследований является достаточно сложным, но одновременно необходимым процессом. Применяемый математический аппарат, с целью упорядочивания оценки и расчета количественного показателя, позволяет статистическими и эконометрическими методами формировать модели и давать прогнозы относительно объектов исследований. Кроме этого, отличительным и существенным преимуществом метода формализации признают его точность и доказуемость [1]. Использование формулярного аппарата также позволяет выявить неочевидные, на первый взгляд, закономерности, присутствие которых является неотъемлемым признаком научности и развития.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что ученые отечественной науки активно занимаются проблемами формализации маркетинговых исследований в направлении разработки методик и методологии расчета рейтингов как вузов, так и организаций среднего профессионального образования [2-4]. Такие методики: расчета рейтинга вузов; построения рейтинга субъектов Российской Федерации по критериям направленности систем среднего профессионального образования на потребности социально-экономического развития; расчета независимой оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам среднего профессионального образования Орловской области, находятся в открытом доступе в глобальной сети Интернет и разрешены к использованию широкой общественности. Авторами Н.Е. Астафьевой, Л.В. Филатьевой, Н.Н. Юмашевой, М.Ш. Соседовой и О.Н. Кудрявцевой разработан рейтинг образовательных учреждений среднего профессионального образования Тамбовской области [5].

Однако, результаты формализации эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования требуют доработки и совершенствования. Они базируются на результативности формирования рейтингов образовательных учреждений и управления данным процессом, но метрика маркетинга по оценке эффективности показателей нуждается в ее дополнении экономической составляющей.

Изложение основного материала исследования. Отображение соотношения качественно-количественного баланса («результат-затраты») в применении цифровых технологий в деятельности организаций среднего

профессионального образования возможно через усовершенствованный показатель эффективности. Данный показатель показывает взаимозависимость количественных и качественных показателей в сфере среднего профессионального образования с привлечением маркетинговых инструментов.

Показатель эффективности $P_{эф}$ является относительным интегральным показателем, основанным на экспертных оценках ряда качественных и количественных показателей.

$$P_{эф} = \frac{\sum_{i=1}^n K_i * N_i}{\sum_{i=1}^n R_i * F_i}, \text{ где} \quad (1)$$

$P_{эф}$ – показатель эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования;

K_i – коэффициент весомости показателя N_i , формирующего качественную характеристику деятельности организаций среднего профессионального образования;

N_i – показатель из качественного массива характеристик деятельности организаций среднего профессионального образования;

R_i – коэффициент весомости показателя F_i , формирующего количественную характеристику деятельности организаций среднего профессионального образования;

F_i – показатель из количественного массива характеристик деятельности организаций среднего профессионального образования.

Чем выше значение $P_{эф}$, тем более целесообразным является размер затрат на применение цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования и более конкурентоспособным является рассматриваемое учреждение. Логично использование условия $0 < P_{эф} < \infty$.

Предлагаемый показатель эффективности применения цифровых технологий также следует использовать в сравнении с аналогичными показателями в деятельности организаций среднего профессионального образования и определять их конкурентоспособность относительно друг друга ($L_{эф}$). При чем, если $0 < L_{эф} < 1$, то конкурентоспособность в применении цифровых технологий учреждения по отношению к конкурентам является низкой. А условие $L_{эф} > 1$ свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности относительно других организаций среднего профессионального образования.

Основным комплексным показателем качественного массива является рейтинг организации среднего профессионального образования, который, по своей сути, является косвенным следственным показателем эффективности применения цифровых технологий (в т.ч. маркетинговых). Анализ существующих методик по оценке рейтингов образовательных учреждений [2-5] показал, что комплексность рейтинга состоит в довольно обширном наборе составляющих, как, например, качество образования, трудоустройство выпускников, остепененность преподавательского состава,

материально-техническое обеспечение организации, связи с общественностью, положение официального сайта организации в поисковой выдаче и т.д.

Следует отметить, что номенклатура массива качественных показателей может изменяться в зависимости обстоятельств рейтинга, от точки зрения проверяющих органов, от развития современной образовательной среды. Но обязательным условием является использование интегральной оценки, которая основана на разработке системы коэффициентов весомости определённого набора показателей. Пример распределения коэффициентов весомости приведен в табл. 1. В состав экспертной комиссии вошли абитуриенты (4 чел), их родители (3 чел) и работники сферы среднего профессионального образования (3 чел). Приоритетность распределения показателей основана на шестибальной шкале (от 1 до 6 баллов согласно соотношения: от наименее значимого до наиболее значимого).

Таблица 1 - Пример распределения коэффициентов весомости показателей качественного массива показателя эффективности

№ п/п	Рейтинг организации	Экспертная комиссия										Всего	Коэф. вес.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	качество образования	5	5	6	3	5	6	4	4	6	4	48	0,23
2	остепененность преподавательского состава	3	3	2	2	2	3	6	1	4	3	29	0,14
3	материально-техническое обеспечение организации	4	6	3	1	6	2	1	2	5	5	35	0,17
4	связи с общественностью	2	1	1	6	1	4	2	6	1	2	26	0,12
5	трудоустройство выпускников	6	4	4	5	4	5	5	5	3	6	47	0,22
6	положение официального сайта организации в поисковой выдаче	1	2	5	4	3	1	3	3	2	1	25	0,12
Итого		21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	210	1,00

Отметим, что размерность составляющих показателей качественного массива также рекомендовано перевести в балловую размерность, что возможно с применением экспертного метода балловых оценок.

Количественный массив показателей эффективности применения цифровых технологий может включать такие показатели: стоимость привлечения обучающихся, стоимость действия посетителя на сайте организации среднего профессионального образования, стоимость клика, прибыльность инвестиций и т.п. Номенклатура показателей также не постоянна, по причине изменчивости социально-экономической среды в интернет-технологиях (санкции, нестабильная энергоёмкость процессов). Пример распределения коэффициентов весомости приведен в табл. 2, рассчитанных при аналогичных условиях качественному массиву показателей.

Таблица 2 - Пример распределения коэффициентов весомости показателей количественного массива показателя эффективности

№ п/п	Наименование показателя	Экспертная комиссия										Всего	Коеф. вес.
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Стоимость привлечения обучающихся	1	1	2	2	2	1	4	4	2	1	20	0,20
2	Стоимость действия посетителя на сайте организации СПО	4	3	1	3	1	2	3	3	3	4	27	0,28
3	Стоимость клика	2	2	2	4	3	4	1	1	1	3	23	0,23
4	Прибыльность инвестиций	3	4	3	1	4	3	2	2	4	2	28	0,29
Итого		10	10	8	10	10	10	10	10	10	10	98	1

В анализируемой номенклатуре показателей прослеживается следующая зависимость. При увеличении затрат на использование цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования на привлечение целевой аудитории, она закономерно увеличивается (в преобладающих случаях), что влечет за собой снижение стоимости действия посетителя на сайте и стоимости клика. Размерность количественного массива показателей отображает «рубль».

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Формализация показателя эффективности применения цифровых технологий в деятельности организаций среднего профессионального образования позволила показать его особенность в направлении расширения метрики экономической составляющей. Ее введение показывает целесообразность размера бюджета маркетинга или позволяет обосновать необходимость его изменения. Размерность предложенного показателя отображает «стоимость эффекта в рублях».

Перспективами дальнейших исследований является проведение маркетинговых исследований деятельности организаций среднего профессионального образования.

Список литературы

1. Два направления маркетингового исследования [Электронный ресурс]. – 2015-2022. – Режим доступа: http://www.e-biblio.ru/book/bib/07_marketing/market_isledovaniaj_posob/docs/piece005.htm#:~:text=Формализация%20маркетингового%20исследования%20—%20использование,опыта%20и%20высокой%20квалификации%20работников (дата обращения: 10.10.2022 г.)

2. Методика расчета рейтинга ВУЗов [Электронный ресурс]. – 2020-2022. – Режим доступа: https://russiaedu.ru/documents/Методика_расчета_рейтинга_ВУЗов.pdf (дата обращения: 10.10.2022 г.)

3. Методика расчета независимой оценки качества образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам среднего профессионального образования Орловской области

[Электронный ресурс]. – 2019-2022. – Режим доступа: <http://www.orcoo.ru/wp-content/uploads/2017/05/Методика-независимой-оценки-СПО.pdf> (дата обращения: 10.10.2022 г.)

4. Методика построения рейтинга субъектов РФ по критериям направленности систем СПО на потребности социально-экономического развития [Электронный ресурс]. – 2021-2022. – Режим доступа: https://vid1.ria.ru/ig/ratings/Metodika_SPO-2021.pdf (дата обращения: 10.10.2022 г.)

5. Астафьева Н.Е. Рейтинг образовательных учреждений среднего профессионального образования Тамбовской области / Н.Е. Астафьева, Л.В. Филатьева, Н.Н. Юмашева, М.Ш. Соседова, О.Н. Кудрявцева // Тамбов: Управление образования и науки Тамбовской области, 2007. – 34 с. Режим доступа: <https://textarchive.ru/c-1487126-pall.html> (дата обращения: 10.10.2022 г.)

УДК 351.851:378.1

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ СЕРВИС В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ

А.Н. Германчук,
д-р. экон. наук,
доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: allagerm@rambler.ru

LOGISTICS SERVICE IN THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF RELATIONSHIPS WITH CUSTOMERS

A.N. Germanchuk,
Doctor of Economics,
Associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of Economics
and Trade named after Mykhayilo Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: allagerm@rambler.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является разработка параметров логистического сервиса, обеспечивающего высокий уровень удовлетворенности клиентов.

Методика. В процессе исследования использованы методы системного анализа и синтеза, методы абстракции.

Результаты. Определена последовательность действий по формированию системы обеспечения качества логистического сервиса, обеспечивающего удовлетворенность клиентов качеством предоставляемых услуг.

Научная новизна. Разработана модель формирования качества логистического сервиса, основанная на учете параметров удовлетворенности клиентов и возможностей предприятия к эффективному его осуществлению, что обеспечивает определенную гарантию качества обслуживания.

Практическая значимость. Внедрение эффективной системы логистического сервиса позволяет сократить запасы в снабжении, производстве и сбыте, интенсифицировать процессы движения продукции и ускорить оборачиваемость капитала, снизить издержки производства и обращения.

Ключевые слова: *логистика, логистический сервис, удовлетворенность клиента, гарантия качества обслуживания.*

Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами. Динамичность современных экономических процессов, непредсказуемость и постоянная изменчивость внешней среды требуют от современных предприятий улучшения не только качества продукции, но и соответствующего сервиса с ориентацией на потребности и требования клиентов. Многочисленные исследования свидетельствуют, что логистические затраты на обслуживание занимают значительную долю в себестоимости продукции. Использование преимуществ логистического подхода к деятельности предприятий обеспечивает высокий уровень качества логистического обслуживания при оптимальном уровне затрат. Внедрение эффективной системы логистического сервиса позволяет сократить запасы в снабжении, производстве и сбыте, интенсифицировать процессы движения продукции и ускорить оборачиваемость капитала, снизить издержки производства и обращения. В связи с этим логистическому обслуживанию как сервисному виду экономической деятельности отводится ключевая роль, поскольку внедрение прогрессивных технологий в управление логистическими бизнес-процессами позволяет обеспечить оптимальное удовлетворение потребностей в качественном обслуживании промежуточных и конечных клиентов, оптимизировать производственные процессы, улучшить конкурентные позиции на рынке и обеспечить высокую конкурентоспособность.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует о возрастающем интересе к проблемам повышения качества логистического обслуживания как основы сервисной экономики. Ряд таких авторов, как А. Е. Аликина, Е. Н. Трусова и М. К. Дубровский [1], Т.В. Ибрагимхалилова и А.А. Гвоздик [5], А. Б. Левина и Ю. С. Якунина [7], П.П. Масленников [8], А.В. Минаев, Н. М. Комаров, Н. Г. Томашевская и М. А. Мельникова [6], А. С. Семькина, А.А. Мягченко, Н.А. Загородний [9], П.Я. Тишин [11] рассматривают специфику, виды, проблематику и перспективы развития логистического сервиса, исследуют процессы сервисной логистики. Между тем, несмотря на значительную теоретико-методологическую базу, отдельные вопросы, связанные с повышением удовлетворенностью потребителями и гарантиями качества логистического рассмотрены не в полной мере.

Постановка задачи. Цель статьи – разработать параметры

логистического сервиса, обеспечивающего высокий уровень удовлетворенности клиентов.

Изложение основного материала. Логистический сервис реализуется через процессы логистического обслуживания клиентов. Логистическое обслуживание представляет собой совокупность логистических операций с материальными, информационными и финансовыми потоками, которые обеспечивают максимальное удовлетворение спроса потребителей в процессе управления логистическими потоками, отвечают критерию оптимальности логистических затрат и обеспечивают предприятию конкурентные преимущества.

Логистическое обслуживание потребителей может рассматриваться как сервис клиента, который представляет собой «... баланс между приоритетом высококачественного обслуживания потребителей и сопутствующими издержками [2, с.34]. К тому же, логистический сервис неразрывно связан с распределением и является комплексом услуг, предоставляемых в процессе снабжения товаров потребителям. Следует отметить, что процессы логистического обслуживания потребителей эквивалентны процессам предоставления услуг. Они содержат анализ заказов потребителей, разработку проектов предоставления логистических услуг (технических задач и процесса предоставления), поиск компромиссных решений в условиях многовариантности способов предоставления услуг, установления и обеспечения необходимого качества, согласования, оформления и доведения услуг до потребителей.

Логистический сервис имеет стратегически важное значение, обеспечивая формирование эффективной системы интегрированных связей между поставщиками, производителями, посредниками и клиентами, наличие которой создает предпосылки для обеспечения сотрудничества и взаимодействия участником маркетинговых каналов взаимодействия [3]. Основной задачей служб логистики при этом является оптимизация уровня услуг с позиции общих затрат и оптимизации с позиции полезности для потенциальных клиентов с помощью функции контроллинга логистической деятельности [4].

Высококачественный логистический сервис формирует способность предприятия адаптироваться к конкретным рыночным условиям, обеспечивает ему устойчивое положение на рынке и достижение роста производства и сбыта продукции при условии согласования этих процессов с концепцией сервисного обслуживания.

В последнее время повышаются требования к уровню логистического сервиса, появляются новые критерии оценки его качества, т.е. возникает необходимость формирования клиентоориентированного подхода как ключевого фактора увеличения эффективности функционирования отечественных предприятий. В соответствии с этим на первый план выходит уникальность клиента и необходимость находить в каждом взаимодействии взвешенное решение, учитывающее специфические запросы и особенности этого клиента. Другими словами, обслуживание должно перейти «... от массовой к индивидуальной логике, учитывающей специфику каждого клиента

или его уникальность» [11, с. 26].

Основным клиентом логистического сервиса является потребитель товарных и информационных потоков. Логистический сервис можно оценить, прежде всего, путем измерения удовлетворенности клиентов, которая оказывает существенное влияние на важные факторы создания ценности и создает акционерную стоимость за счет увеличения будущих денежных потоков и снижения их изменчивости. Клиенты, удовлетворенные уровнем качества обслуживания, как правило, более лояльны и со временем увеличивают количество своих покупок, чтобы увеличить доходы компании, что в конечном итоге приводит к более высокому уровню обслуживания по сравнению с конкурентами.

Качество логистического сервиса – комплексная характеристика, предполагающая учет его параметров как с точки зрения удовлетворенности клиентов, так и оценку способностей и возможностей предприятия к эффективному его осуществлению, что обеспечивает определенную гарантию качества обслуживания (рис. 1).

Гарантия качества обслуживания является расширением гарантии на продукцию и может помочь клиентам снизить воспринимаемый ими риск. При этом исследователи выделяют три аспекта гарантии качества: гарантия времени [13], гарантия цены [12] и гарантия возврата товара [14]. Именно гарантия качества обслуживания обеспечивает удовлетворенность и лояльность клиента, формирует высокий уровень доверия и является фактором привлекательности среди конкурентов.

Внедрение на предприятии системы обеспечения качества логистического сервиса, разработанной в соответствии с международными стандартами, является одним из условий конкурентоспособности предприятия на рынке и требует выполнения следующих действий:

- сегментация рынка клиентов с точки зрения особенностей поведения и потребностей отдельных потребителей логистических услуг;
- оценка логистического потенциала предприятия для определения возможностей обеспечения гарантий качества логистического сервиса;
- разработка стратегии логистического сервиса;
- определение перечня наиболее важных для клиента логистических услуг;
- разработка стандартов услуг для отдельных сегментов рынка с указанием приоритетности их предоставления;
- определение уровня логистического сервиса, необходимого для обеспечения устойчивых конкурентных позиций предприятия на рынке;
- проведение стоимостного анализа логистических услуг;
- организация материально-технического и информационно-коммуникационного обеспечения процесса предоставления логистических услуг;
- выбор тактики эффективного обслуживания с учетом общих затрат на осуществление логистического сервиса;

- корректировка уровня логистического сервиса в соответствии с предъявляемыми требованиями клиентов;
- установление обратной связи с потребителями логистических услуг.

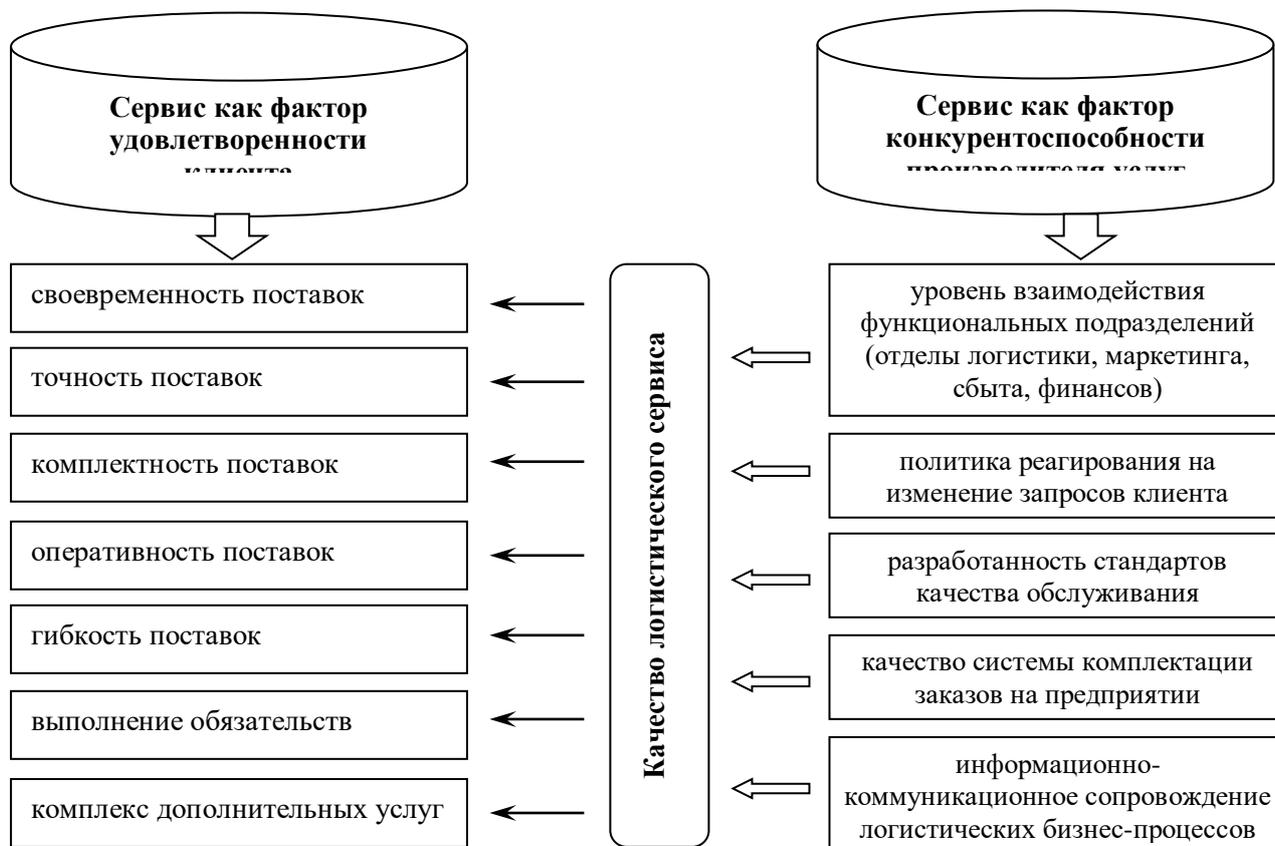


Рисунок 1 – Модель формирования качества логистического сервиса

Конечным результатом формирования системы логистического сервиса является высокий уровень удовлетворенности клиентов, который достигается с помощью надлежащего выполнения заказов, исключения ошибок, сбоев, недопоставок; эффективного предоставления сервисных услуг, обеспечения соответствия уровня обслуживания стандартам клиента, условиям договоров или контрактов.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Логистический сервис реализуется через процессы логистического обслуживания клиентов. Логистический сервис можно оценить, прежде всего, путем измерения удовлетворенности клиентов, которая оказывает существенное влияние на важные факторы создания ценности в цепях поставок продукции. Качество логистического сервиса – комплексная характеристика, предполагающая учет его параметров как с точки зрения удовлетворенности клиентов, так и оценку способностей и возможностей предприятия к эффективному его осуществлению, что обеспечивает определенную гарантию качества обслуживания

Перспективами дальнейших исследований в данном направлении является концептуального подхода к формированию системы логистического

сервиса на предприятии.

Список литературы

1. Аликина, А. Е. Методы организации логистического сервиса в оптовой торговле / А. Е. Аликина, Е. Н. Трусова, М. К. Дубровский // Логистика - евразийский мост : матер. XVII Междунар. науч.-практ. конф., Красноярск, 27–30 апреля 2022 года. Том Часть 2. – Красноярск: Красноярский государственный аграрный университет, 2022. – С. 12-17.

2. Бауэрсокс, Д. Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. – 2-е изд. Пер. с англ. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. – 640 с.

3. Возиянова, Н. Ю. Факторы влияния на кооперативное взаимодействие субъектов в сфере торговле / Н. Ю. Возиянова, М. К. Скороварова // Научный вестник государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики "Луганский национальный аграрный университет". – 2019. – № 5. – С. 606-614.

4. Гасило, Е. А. Концептуальные основы контроллинга логистической деятельности предприятия / Е. А. Гасило // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности. – 2020. – № 9. – С. 146-150.

5. Ибрагимхалилова, Т. В. Сервисное сопровождение как звено производственной цепочки полного цикла / Т. В. Ибрагимхалилова, А. А. Гвоздик // Донецкие чтения 2022: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: матер. VII Междунар. науч. конф., Донецк, 27–28 октября 2022 года. – Донецк: ДонНУ, 2022. – Том 5. Часть 2. – С. 40-42.

6. Интеграция логистического сервиса управляющей компании и стратегии создания промышленного технопарка / А. В. Минаев, Н. М. Комаров, Н. Г. Томашевская, М. А. Мельникова // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14, № 2. – С. 49.

7. Левина, А. Б. Разработка модели управления процессами сервисной логистики / А. Б. Левина, Ю. С. Якунина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2020. – Т. 14, № 1. – С. 180-188.

8. Масленников, П. П. Логистический сервис в период ограничений: итоги и перспективы / П. П. Масленников // Логистика сегодня. – 2021. – № 3. – С. 170-175.

9. Семькина, А. С. Повышение уровня логистического сервиса деятельности логистических компаний / А. С. Семькина, А. А. Мягченко, Н. А. Загородний // Техника и технологии: пути инновационного развития : сб. науч. трудов 7-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 29–30 июня 2018 года. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2018. – С. 260-266. –

10. Тишин, П.Я. Логистическое обслуживание как инструмент влияния на эффективность бизнеса / П.Я. Тишин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2016. – № 10 (1). – С. 169-174.

11. Carvalho, J. Logistics and Supply Chain Management: An Area with a Strategic Service Perspective / J. Carvalho, J. Vilas-Boas. H. Neill // American Journal of Industrial and Business Management. – 2014. – Vol. 4, № 1. - P. 24-30.

12. Carvell, S.A. Exotic reservations-low-price guarantees / S.A. Carvell, D.C. Quan // International Journal of Hospitality Management. – 2008. – № 27 (2). – P. 162-169.

13. Ray, S. Customer lead time management when both demand and price are lead time sensitive / S. Ray, E.M. Jewkes // European Journal of Operational Research. – 2004. – №153 (3). – P. 769-781.

14. Suwelack, T. Understanding money-back guarantees: cognitive, affective and behavioral outcomes / T. Suwelack, J. Hogreve, W.D. Hoyer // Journal of Retailing. – 2011. – № 87 (4). – P. 462-478.

УДК 338.4.62

СУЩНОСТЬ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ЦИФРОВОЙ АНАЛИТИКИ

Е. А. Доля, ГО ВПО «Донецкий национальный университет
старший экономики и торговли имени Михаила Туган-
преподаватель Барановского», г. Донецк, ДНР
e-mail: kchastka@yandex.ru

THE ESSENCE AND CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF DIGITAL ANALYTICS

E. A. Dolya, SO HPE «Donetsk National University of Economics and
Senior Lecturer Trade named after Mykhayilo Tugan-Donetsk, DPR, e-mail:
kchastka@yandex.ru

Реферат

Цель. Цель статьи состоит в обосновании сущности и роли цифровой аналитики, как современного инструментария анализа и оценки уровня адаптации бизнес-структур к условиям цифровой среды.

Методика. Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы исследования: системно-структурный анализ; сравнение и обобщение; систематизация информации; логического обобщения и научной абстракции.

Результаты. В статье на основе анализа современной экономической литературы исследована сущность цифровой аналитики, сформулированы ее особенности как самостоятельной аналитической системы, рекомендуемой для анализа эффективности взаимодействия предприятия с цифровой средой

в контексте теории адаптивного управления.

Научная новизна. Представлена авторская разработка концептуальных основ цифровой аналитики как самостоятельной системы, которая, в отличие от существующих, включает инновационные инструменты анализа эффективности цифрового взаимодействия предприятия. Предложено авторское определение цифровой аналитики, рассмотрены ее когнитивные аналитические возможности для решения задач он-лайн управления.

Практическая значимость. Полученные результаты актуальны для разработки концептуальных основ системы цифровой аналитики, для выявления возможностей роста и оптимизации показателей цифрового взаимодействия бизнеса, с целью решения задач он-лайн управления и прогнозирования определенного результата, а также представляют интерес для дальнейших исследований связанных с формированием механизмов адаптационного управления.

Ключевые слова. *Цифровая аналитика, цифровое взаимодействие, адаптационное управление, электронный бизнес, бизнес аналитика, цифровой анализ, ключевые показатели эффективности (KPI).*

Постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными или практическими задачами. Современная модификация внешней экономической среды, основанная на процессах цифровой интеграции, информатизации и цифровой трансформации социально-экономических систем не только кардинально меняют условия функционирования субъектов предпринимательства, но и формируют новое направления экономической теории, базирующееся на объективных процессах расширения объектов исследования и развития когнитивной функции цифрового анализа, за счет применения цифровых аналитических платформ и инструментов, влияния других наук и устранения стереотипизации.

Важнейшим конкурентным преимуществом современного предприятия становится его гибкость и умение адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды. Самостоятельный процесс адаптации предприятия становится мало результативным без анализа информации, выявления закономерностей, тенденций и установления причин неэффективности принятых решений. Современные процедуры электронного поиска информации, большие объемы неструктурированных данных, предоставляемых различными цифровыми сервисами, разноплановость цифровых платформ и показателей цифрового взаимодействия являясь реалиями цифровой экономики, активизируют научный и практический интерес исследователей, порождая достаточное количество подходов, методов и моделей оценки процессов эффективности деятельности предприятия его адаптивности.

Сегодняшней особенностью научно-практических процессов является широкое применение междисциплинарного подхода, унификация и

разнообразии терминов и терминосистем в области экономической теории и практики. Это обостряет проблему формирования единой онтологической базы современной экономики и порождает множество концептуальных моделей и схем управления эффективностью современного бизнеса, основанных на авторских подходах к адаптации предпринимательских структур к сложным условиям изменчивости внешней среды.

Обоснованный выбор критериев оценки, параметров и согласованность направлений исследования позволят идентифицировать адаптационные возможности и потенциал предприятия, прогнозировать и управлять ими в он-лайн режиме, тем самым обеспечив достижение желаемого результата.

Анализ последних исследований и публикаций показал что, что комплексные теоретико-методологические исследования в области цифровой аналитики, практически не представлены отечественными авторами, большинство исследований затрагивают определенные аспекты категории «цифровая аналитика» в работах, посвященных процессам цифровой трансформации и инструментам бизнес-аналитики, а именно в научных изданиях под редакцией: О. Ю. Ильяшенко, Д. Д. Болобонова, И. В. Ильина [2], Н. Г. Мамедовой [6], Р.Г. Осиповой [7] и др.

Следует отметить, что определенное внимание уделено цифровой аналитике, как инструменту инновационного анализа в научных дискуссиях по вопросам исследования методических подходов к оценке адаптивности предпринимательских структур в цифровой среде, в работах отечественных экономистов: Д.Э. Комаевой, М.Р. Дзагоевой, С.К. Токаевой [3], Т.С. Лукошкиной, Ю.Н. Галицкой [5], Л.Ф. Поповой [9], Е.О. Ушаковой, Н.В. Дегтяревой, С.А. Вдовина [10], Л.М. Чеченовой [11], В.М. Ячменевой, Е.Ф. Ячменева [12] и др. Вышеназванные публикации авторов в основном, предлагают реализовывать отдельные адаптационные мероприятия в разрезе отдельных направлений, в том числе и по направлению цифровой трансформации, при этом акцентируют внимание на целесообразности разработки системы комплексной оценки эффективности адаптивного управления или ее отдельных подсистем.

Достаточно большой объем исследований и публикаций как отечественных, так и зарубежных экономистов посвящается вопросам кардинального изменения и совершенствования бизнес-процессов на основе цифровых технологий. Работы таких авторов как: А.В. Полянин, Т.А. Головина, Ю.В. Вертакова [8], Б.М. Гарифуллин, В.В.Зябриков [3], К.Авинаш [1], К и др. посвящены теоретическим и прикладным аспектам бизнес-моделирования и цифровым алгоритмам анализа и обработки информационных данных в условиях цифровизации.

Изучение публикаций и практических материалов по теме исследования свидетельствуют о недостаточном освещении принципиально важных вопросов, связанных с концептуальными основами цифровой аналитики, и возможностей ее применения в системе адаптивного управления.

Решение задач оперативного и стратегического управления

современным бизнесом в условиях быстрого реагирования и адаптации в цифровой среде требует развития методологии, расширения аналитических инструментов исследования для установления тенденций, выявления потенциальных угроз и стимулов, прогнозирования результатов.

Формирование целей статьи (постановка задачи). Исследование подходов к определению сущности категории «цифровая аналитика» и ее концептуальных особенностей.

Изложение основного материала исследования. Система управления любого современного предприятия, а не только предприятия электронного бизнеса, претерпевает изменения, которые обусловлены встраиванием в бизнес-процессы цифровых технологий.

Современный объем информации, который необходимо переработать для поиска и выработки эффективных управленческих решений, сегодня настолько велик, что давно превышает человеческие возможности. Информационные ресурсы, качество и скорость их обработки, извлечение полезности данных, а также эффективное применение аналитических инструментов и технологий цифрового анализа, для обоснования управленческих решений являются современными конкурентными преимуществами бизнеса.

Компетентное определение вектора необходимых изменений и быстрое принятие решения, характеризует способность предпринимательской структуры приспосабливаться к изменяющимся условиям внешней среды характеризуется понятием «адаптивность».

Мы придерживаемся мнения, что в условиях цифровой трансформации адаптивной является та предпринимательская структура, которая в ходе приспособления к информационной среде не только применяет современные механизмы цифрового взаимодействия и коммуникаций, но и владеет методикой аналитической оценки эффективности и результативности такого взаимодействия.

Современный экономический и финансовый анализ, бизнес аналитика предоставляет множество техник и показателей оценки эффективности деятельности современных предприятий в разрезе направлений деятельности. Однако, обилие коммуникаций между внешней средой и внутренней системой бизнеса, усиление персонализированного контента, разнообразие практического опыта, который реализован в соответствующих цифровых технологиях и инструментах увеличивает потребность в аналитической информации, порождая разнообразие видов (направлений) аналитики.

Можно констатировать, обилие разнообразной терминологии на основе развития IT и других сфер бизнеса, а именно: финансовая, продуктовая, маркетинговая, мобильная аналитика, бизнес аналитика, которые все успешно применяют показатели и инструменты веб-аналитики и сквозной аналитики, технологии обработки и структурирования Big Data.

Выбор в пользу любого из указанных направлений анализа определяется объектом и целевыми установками комплексной оценки

эффективности деятельности предприятия.

Первоначальный этап эмпирического исследования предполагает систематизацию и анализ подходов к определению сущности «цифровой аналитики», ее функции и роли в адаптивном управлении с целью формирования авторского определения рассматриваемой дефиниции.

Проведем сравнительный анализ существенных характеристик понятия «цифровая аналитика» и ее отличительных особенностей от других направлений экономического и финансового анализа, систематизируем информацию в таблице 1.

Так, реализация системного и деятельностного подходов к пониманию сущности цифровой аналитики, позволяет сформулировать определенные выводы:

- в целом, существуют небольшие различия в том, как разные ученые определяют цифровую аналитику, но основная идея в целом одинакова: анализ информации для понимания и оптимизации цифрового взаимодействия предприятия с внешней средой;

- в условиях цифровой трансформации цифровая аналитика набирает популярность как аналитический инструмент изучения поведения клиентов в Интернете, таких как: посещаемость веб-сайтов и мобильных приложений, активность в социальных сетях и операции электронной коммерции и др.

- основными функциями цифровой аналитики является: выявление тенденций и трендов, результатобразующих факторов; оценка в он-лайн режиме степени выполнения стратегических показателей предприятия; накопление и оптимизация цифрового опыта предприятия.

Функции цифровой аналитики заключаются в сборе, структурировании и анализе больших объемов информационных потоков, обработке собранных данных для получения полезной информации и прогнозирования, накопление информации с разных источников для создания информационной базы предприятия. Следует подчеркнуть способность цифровой аналитики к самостоятельному генерированию информации и созданию базы информационных ресурсов, как для внутренних так и для внешних пользователей, что позволяет ей реализовать интеграционную функцию управленческого анализа.

Резюмируя вышеприведенную информацию целесообразно предложить следующее авторское определение цифровой аналитики, как самостоятельной аналитической системы выявления закономерностей и тенденций, исследования возможностей роста и оптимизации показателей цифрового взаимодействия предприятия, с целью решения задач он-лайн управления и прогнозирования определенного результата.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика содержательных элементов цифровой аналитики и направлений анализа (авторская разработка)

Содержательный элемент	Экономический анализ	Финансовый анализ	Бизнес анализ	Цифровая аналитика
Определение	исследование экономических процессов в их взаимосвязи складывающихся под воздействием объективных экономических законов	исследования финансового состояния и основных результатов финансовой деятельности предприятия с целью выявления резервов дальнейшего повышения его рыночной стоимости и обеспечения эффективного развития	набор задач и техник (методов), для оценки структуры, политики организации бизнеса ¹ [17]	анализ качественных и количественных данных бизнеса и его конкурентов для улучшения онлайн-опыта, привлечение клиентов, с целью достижения оптимальной эффективности присутствия предприятия в интернет ресурсах (как онлайн, так и офлайн) [1]
Целевая направленность	повышение эффективности функционирования хозяйствующих субъектов	поиск резервов укрепления финансового состояния предприятия и его платежеспособности	выявление узких мест разрывов между требованиями, предъявляемыми заинтересованными сторонами, и фактически достигнутыми показателями деятельности	сосредоточена на понимании и оптимизации цифровых взаимодействий и поведения клиентов в Интернете анализ данных
Предмет	причинно-следственные связи экономических явлений и процессов	финансовые ресурсы предприятия, их потоки, эффективность их использования.	качество функционирования организации	закономерности, взаимосвязи и причины событий, прогнозировать будущие результаты

¹ Международный институт бизнес-анализа (International Institute of Business Analysis, ИВА) определяет бизнес-анализ как набор задач и техник (методов), используемых для работы в качестве связующего звена между заинтересованными сторонами для того, чтобы понять структуру, политику и операции организации, а также рекомендовать решения, которые позволят организации достичь своих целей

Содержательный элемент	Экономический анализ	Финансовый анализ	Бизнес анализ	Цифровая аналитика
Объект	Процессы и экономические результаты их деятельности	финансовая деятельность предприятия	деятельность предприятия в контексте стратегических задач	цифровое взаимодействие с внешней средой.
Источники данных	Нормативная и фактографическая информация	финансовая отчетность	финансовые системы, операционные системы и базы данных клиентов	Внешние цифровые данные (цифровых каналов и интернет-платформ, облачных сервисов и мобильных приложений); Внутренние цифровые данные (информация ERP, CRM, BI систем), Big Data
Методы	система способов и специальных приемов исследования, которые базируются на диалектическом методе познания	аналитические расчеты, на основе формализованных и неформализованных методов финансового анализа	ситуационный анализ, традиционные методы анализа (статистическое моделирование, прогнозирование и оптимизация)	Интеллектуальный анализ данных (Data mining, Text mining, Web mining, Social mining) в сочетании традиционными методами анализа
Результат	оценка имеющихся резервов повышения эффективности деятельности предприятия и их мобилизация	Предложения по оптимизации финансовых показателей предприятия	Решения, которые позволят организации достичь своих целей	Решения по оптимизации и стимулирование роста эффективности цифровых каналов взаимодействия(цифрового маркетинга)

Учитывая вышеизложенное, считаем что цифровая аналитика может рассматриваться как объект научной теории, практической деятельности, учебной дисциплины.

Выводы и перспективы дальнейших исследований в представленном направлении. Таким образом, процесс адаптации к условиям цифровой среды, применение цифровых технологий сбора, систематизации, обработки и анализа гигантских массивов информации требует переосмысления парадигмы анализа: смещения вектора от ретроспективного анализа к прогнозным показателям; углубления аналитических мероприятий в оценке цифрового взаимодействия предприятия и его присутствия в сети-интернет на основе широкого применению он-лайн аналитики. Современное применение цифровой аналитики как самостоятельной аналитической системы решения задач он-лайн управления и прогнозирования определенного результата, а также в качестве аналитического инструментария для сбора, накопления, обработки информации и оценки позволяет сделать вывод о перспективном развитии данного направления.

Перспективами дальнейших исследований в данной области является разработка концептуальных положений системы цифровой аналитики.

Список литературы

1. Авинаш, К. Веб-аналитика 2.0. на практике; Диалектика, 2019. — 528 с.
2. Ильяшенко О. Ю. Роль BI-систем в совершенствовании процессов обработки и анализа бизнес информации [Текст]: учебник / И. В. Ильин, Д. Д. Болобонов. — Наука и бизнес: пути развития, № 6, 2017. — 124–131 с.
3. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // КЭ. 2018. № 9. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-biznesa-modeli-i-algoritmy> (дата обращения: 20.09.2022).
4. Комаева, Л.Э., Дзгоева, М.Р., Токаева, С.К. Индикаторы уровня адаптивности управления промышленного предприятия / Д.Э. Комаева, М.Р. Дзгоева, С.К. Токаева // Устойчивое развитие горных территорий. 2013. № 1. С. 85–89.
5. Лукошкина, Т.С. Методы комплексной оценки эффективности бизнеса / Т.С. Лукошкина, Ю.Н. Галицкая // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №12-2. – С. 75-78.
6. Мамедова, Н. Г. Анализ данных бизнес-аналитики для организаций в современном мире / Н. Г. Мамедова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2022. — № 24 (419). — С. 63-65. — URL: <https://moluch.ru/archive/419/93287/> (дата обращения: 20.09.2022).

7. Осипова Р.Г. Цифровизация как конкурентное преимущество российских организаций // Вестн. Академии знаний. 2020. № 2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-kak-konkurentnoe-preimuschestvo-rossiyskih-organizatsiy> (дата обращения: 05.09.2022).

8. Полянин А.В., Головина Т.А., Вертакова Ю.В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур // Экономика. Информатика. 2018. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-deyatelnosti-predprinimatelskih-struktur> (дата обращения: 05.09.2022).

9. Попова Л.Ф. Адаптационный механизм управления организационной структурой в системе устойчивого развития промышленного предприятия / Л.Ф. Попова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – № 4. – С. 64–69.

10. Ушакова, Е.О., Дегтярева, Н.В., Вдовин, С.А. Экономические, управленческие и иные аспекты оценки эффективности деятельности предприятия на рынке / Е.О. Ушакова, Н.В. Дегтярева, С.А. Вдовин // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 10-1. – С. 64-71.

11. Чеченова, Л.М. Методика комплексной оценки организации как инструмент планирования и прогнозирования ее эффективного развития // Бюллетень результатов научных исследований. – 2021. – Вып. 2. – С. 69–81.

12. Ячменева, В.М., Ячменев, Е.Ф. Методика оценки уровня адаптации деятельности предприятия к изменяющимся условиям внешней среды / В.М. Ячменева, Е.Ф. Ячменев // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2019. – №4. – С. 90-100.

13. Business Intelligence. Бизнес-аналитика [Электронный ресурс] // TAdvisor. — URL: <http://www.tadviser.ru/index.php/BI> (дата обращения: 12.03.2023)

14. Denison, D. R. Corporate Culture and Organizational Effectiveness / R.. D. Denison. – New York : John Wiley & Sons, Inc., 1990. – 267 p.

15. Kausar S., Oyelere S.S., Salal Ya.K., Hussain S., Cifci M.A., Hilcenko S., Iqbal M.S., Zhu W., Xu H. Mining smart learning analytics data using ensemble classifiers // International Journal of Emerging Technologies in Learning. 2020. T. 15. № 12. С. 81102.

16. Moshchenko, O. V. A complex rating assessment of the financial position of Russian agricultural enterprises: methodological aspects / O. V. Moshchenko, A. V. Smetanko, L. I. Kruglyak, S. V. Romanova, S. A. Maryanova // Revista genero & direito. – 2020. – N 4(9). – P. 807–820.

17. Официальный сайт Международного института бизнес-анализа. [Электронный ресурс] <http://www.iiba.ru> (дата обращения: 20.09.2022).

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВАЯ
СРЕДА СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА: СЕТИ, ИНФОРМАЦИЯ,
ИНФОБИЗНЕС И ИНФОРМАКЕТИНГ**

**Н.Ю. Возиянова,
д-р экон. наук, профессор,¹**

¹ – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: nagasadoo@narod.ru;

**Е.А. Возиянова,
канд-т, экон. наук, ассистент²**

² – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: e.voziyanova@gmail.com

**NETWORK SOCIETY INSTITUTIONAL INFORMATION AND
MARKETING ENVIRONMENT: NETWORKS, INFORMATION,
INFORMATION BUSINESS AND INFORMATION PACKAGING**

**N.Yu. Voziyanova,
Dr. econ. sciences, professor,¹**

¹ – GO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade Named After M. Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: nagasadoo@narod.ru;

**E.A. Voziyanova,
Candidate of Economic Sciences,
Assistent²**

² – GO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade Named After M. Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: e.voziyanova@gmail.com

Реферат

Цель. Исследование институциональной информационно-маркетинговой среды сетевого общества.

Методика. При проведении исследования использованы диалектические, общенаучные методы (анализ синтез, индукция, дедукция), теоретического обобщения, систематизации и группировки, системный и институциональный подходы.

Результаты. В результате исследования определены аспекты развития сетевого общества, его особенности; определена сущность институциональной информационно-маркетинговой среды, инфобизнеса, его форматов, а также информмаркетинга.

Научная новизна. Дано определение понятию «институциональная информационно-маркетинговая среда», «инфобизнес», «инфомаркетинг»; –

предложена модель «З-М» во взаимосвязи с инфобизнесом.

Практическая значимость. Результаты исследования представляют интерес для руководителей вузов, предприятий, представителей Министерства образования и науки ДНР, а также ученых, исследующих проблемы развития предприятий и маркетинга в современных условиях развития «экономики знаний».

Ключевые слова: *маркетинг, институты, среда, сетевое общество, информация, сети, инфобизнес.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Экономка знаний получает все большее развитие. Формируются и институционализируются основы, характеризующие общество, как нетократическое в терминологии А. Барда и Я. Зокерквиста. Формируется институциональная информационно-маркетинговая среда, в которой предприятия и частные лица не только непосредственно связаны друг с другом ввиду потребления ими информации, но и являются объектами инфомаркетинга, что определяет актуальность темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что в исследованиях зарубежных и отечественных ученых рассмотрены аспекты формирования будущего общества, основанного на информационных технологиях, ноономических подходах к технологиям и мирохозяйственного уклада в исследованиях А. Бардта и Я. Зодерквиста [1], С. Бодрунова [2], С. Глазьева [4], Л. Савицкой [8], Е.А. Сысоевой [10], А. Чулок [11]; изменяющейся системы управления и маркетинга предприятий в новых условиях – А.Н. Германчук [3], Ф. Котлера [6], Т.А. Стюарта [9], М. Ньюмейера [7]. Однако требуют углубленного изучения вопросы, связанные с формированием и развитием институциональной информационно-маркетинговой среды сетевого общества.

Изложение основного материала исследования. Проблема воздействия информационных технологий на общество, исследуемая А. Бардом и Я. Зокерквистом [1], по своей сути выделяется из массы изданий, освещающих эту проблему. Проводя достаточно обстоятельный анализ того, почему «технологический прорыв может кардинально изменить общество» и разделить на два класса – класс нетократов и консьюмтариата приходят к выводу, что общество вступает «...в новую культурную и экономическую эру» [2, с. 98]. Место традиционных, более чем несовершенных, но все же привычных государственных институтов займут безликие порталы власти. А общество будет разделено на нетократов (изобретательных изоощренных манипуляторов, которые возвели в ранг искусства механизм создания сетевых связей), и всех остальных, кто подобным даром не обладает – консьюмтариат (консьюмтариат – соединение понятий «потребителя» и «пролетариата» – англ. consumer, proletariat). Современное общество совершило переход в стадию «общества потребления», где компаниями стран капиталистического ядра (США,

Британия, Франция и, Германия и др.) особое внимание уделяется потребителю уже в текущее время. Сформированная институциональная среда нацелена именно на удержание человека-пользователя любыми средствами онлайн или офлайн в статусе потребителя, предлагая ему простые действия и решения, не требующие осмысления и обдумывания.

Любая среда представляет собой некий ареал функционирования, опосредованный институтами.

Институциональная информационно-маркетинговая среда – совокупность институтов, субъектов и факторов, действующих на предприятия и влияющих на конъюнктуру рынка и эффективность деятельности субъектов, а также на возможности предприятия устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами успешные взаимовыгодные отношения сотрудничества, приводящие к сделке и получению выгод.

Изменению подлежит сама природа власти, которая во все большей степени проявляется в форме сетевых пирамид, приходящим на смену традиционным пирамидам власти.

Верхние уровни таких сетевых пирамид состоят из нетократических сетей, а нижние – из сетей потребителей (консьюмтариата). Понято, что власть концентрируется на верхних уровнях, что означает «...принадлежность к сетям высших уровней» [2, с. 99].

Следовательно, доступ к власти смогут иметь только те организации или отдельные индивиды, которым удастся войти в нетократические сети, расположенные на верхних ярусах сетевой пирамиды. Таким образом, особенностью власти становится:

децентрализация власти («...само понятие «централизованная власть» вообще перестанет существовать – и в обществе в целом, и в отдельных организациях» [2, с. 99]);

распределение/«рассеивание» власти («...принцип действия сетевой пирамиды – скорее в децентрализации, нежели в концентрации власти» [1]).

По мнению А. Барда и Я. Зодерквеста сетевые пирамиды «...не бывают устойчивыми» [1], а источник власти (кроющийся в принадлежности ее вершителей к нетократическим сетям) предполагает вхождение в сетевые альянсы, в большинстве своем весьма и весьма нестабильные. Они создаются, видоизменяются (меняют свой состав), распадаются, заключаются вновь, то есть границы сетей – очень динамичны. Таким образом, характерной чертой пирамиды нетократической организации становится отсутствие в ней устоявшихся образований, в которых была бы сосредоточена власть. Налицо распределение власти, то есть «...власть становится более абстрактной и невидимой. Но это не означает, что она исчезает или слабеет, скорее наоборот – она укрепляется» [1]. Следовательно, можно констатировать, что иерархия видоизменяется и обретет новые формы, но не отмирает.

Распространение информационных технологий влечет за собой неизбежное отмирание иерархии. В исследованиях Томаса Стюарта отмечается,

что «...компьютеризация свергнет централизованную власть в компаниях. Технологическая сеть влияет на характер социальных сетей, они больше не придают иерархии, а ее замена» [3, с. 108].

Значимость социальных сетей возрастет, или точнее они станут всем. Иначе будет выглядеть и карьерная лестница. Продвижение по ней будет определяться степенью полезности того или иного сотрудника сетям высших уровней. Руководителям, которым не удастся занять видное место в сетях, будет отведена роль «свадебных генералов» [2, с. 99].

Путь в высшее нетократическое общество будет определяться наличием у компании или отдельного индивида ценной информации, и которым удастся стать полезными для власти имущих. Полезность, по нашему мнению, будет проявляться в уникальности (знаниях, умениях индивидов).

Полезность по мнению А. Барда и Я. Зокерквеста будут являть собой те, кто сможет «ухватить» по-настоящему ценную информацию. Что это будет за информация? И на этот счет у авторов есть свое мнение: «Информация, которую вы решили придержать для себя, не имеет привлекательной ценности. А информация, которую вы продаете за деньги, представляет недолговечную и весьма ограниченную ценность. Только информация, приносящая пользу вашей сети, способна существенно повысить ваш статус как ее носителя. Именно в этом случае у вас появляется шанс попасть в сеть более высокого уровня» [1].

Исследования [9,10] показали, что лозунг «знание – сила» актуален во все времена. Знания и информация всегда открывали дорогу к власти, а значит, доступ к ним тщательно контролировался властью имущими [2, с. 99]. Кажущаяся доступность информации в нетократическую эру – это только видимость. Действительно информация и обладание ею выдвигается на передний план. Власть нетократии будет держаться на эксклюзивном праве на информацию. И для того чтобы защитить себя, обеспечив секретность «своих знаний», она будет «сливать» на нижние ярусы сетевой пирамиды информационную лавину, сбивающую с толку консьюмтариат, устраивая фактически PR-спектакли, которые в глазах представителей нетократического общества будут выглядеть так, как в наших глазах – детские утренники [2, с. 99].

В исследованиях А. Бардта и Я. Зодерквиста отмечается, что «...уже теперь, в переходной период, когда нетократия вступает в свои права информация напоминает все обволакивающую дымовую завесу, сквозь которую трудно рассмотреть, что же на самом деле происходит на поле боя. Единственное последствие непрерывного бесконтрольного потока информации – это увеличение интеллектуального загрязнения общества» [1], например, через телевидение, различные социальные сети, ютуб-канал и т.п., где ширятся «...искусственные дискуссии, риторические вопросы и личная жизнь политиков» [1]. В дальнейшем подобное информационное загрязнение будет лишь нарастать, чтобы использовать его для «...отвлечения и анестезии неоднородного консьюмтариата» [1; 2]. Корпоративные нетократы также будут

сознательно наращивать в компаниях потоки информационного загрязнения, уже сегодня захлестывающие их. И не исключено, что главное управленческое умение руководителей недалекого будущего – это способность остановить распространение в компании как бесполезной, так и вредной, нежелательной информации, чтобы в первую очередь самому не оказаться свергнутым новыми властью имущими [2, с. 99]. Стать сильным сетевым игроком сможет только тот, кто сумеет полностью раствориться в системе, стать одной из ячеек, составляющих сеть; «...старомодный индивидуализм – теперь не что иное, как атрибут низшего класса. Неспособность выйти за пределы собственного «я» и своих желаний означает принадлежность к низшему классу. Самовыражение как цель бытия становится своеобразной терапией для буржуазии и консьюмеризма. Каждый, кто продолжает «верить в себя», – беспомощный неудачник в обществе, в котором правят нетократы. Участие в работе важнейших сетей не оставляет возможностей, ни времени прислушиваться к себе» [1].

Инфобизнес – бизнес, который сформирован на основе информации.

Форматы, в которых может осуществляться продажа информации:

- книги, статьи, обзоры;
- уроки, лекции;
- инструкции;
- семинары, конференции и т.п.

При реализации контентного проекта важными аспектами являются следующие [4]:

- показать (преподнести) производителя контента;
- в интернете действует железное правило: доверие – равно продажам, вне зависимости от сферы деятельности;
- каждый элемент этого проекта (сайта, канала, публика) должен служить повышению доверия.

Основой является тот факт, что в качестве товара выступает информация, которая может иметь различную упаковку в виде предлагаемого формата.

Перспективность инфобизнеса заключается в следующем:

1. Ценность вовремя полученной информации, на которую всегда будет спрос (вне зависимости от сферы деятельности);
2. Наличие целевой аудитории на все типы контента;
3. Широкий охват инфопродуктами всех сфер приложения усилий человека (диеты, разработка сайтов, операции с валютой/криптовалютой и т.п.);
4. Предпочтительность покупки инфопродукта, чем ее поиск в сетях паутины (покупка объяснений и разъяснений – предпочтительнее самостоятельного труда по приобретению, отбору и накоплению интересующей информации);

5. Конкретность инфопродукта, как концентрированная, понятная и удобная информация для потребителя, соответствующая его взгляду, уровню развития;

6. Наличие быстрой обратной связи с производителем/автором инфопродукта.

В любом случае информация тут выступает как товар, и этот товар может быть упакован в абсолютно разные форматы. Все большее значение станет отводиться маркетингу, в т.ч. информмаркетингу.

Инфомаркетинг – институт, технология, процесс, позволяющие субъекту хозяйствования осуществлять воздействие на поведение и реакцию человека через целенаправленно используемые им информации, упакованного в форме инфопродукта для получения выгоды.

Формирование и донесение четких посланий может быть реализовано в маркетинге в соответствии с моделью «З-М», включающую три элемента: рынок – М1 – the Market, послание – М2 – the Message и средство донесения послания – М3 – the Medium, где может быть использованы возможности инфобизнеса (табл. 1).

Таблица 1 – Модель «З-М» и взаимосвязь с инфобизнесом

Элемент	Идентификатор	Характеристика элемента	Способ	Возможность применения инфомаркетинга
Рынок	М1	Определение «своего» рынка или рынков	Мониторинг, анализ	+
Послание	М2	Формулирование четкого послания для рынка или каждого из рынков	Креативная идея, НЛП-семантика	+
Средства донесения послания	М3	Установление наилучшего способа донесения послания до целевых потребителей в целом и каждого клиента в отдельности.	Мультисенсорное воздействие, инфотехнологии	+

Составлено авторами

Предложенный алгоритм действий субъектов хозяйствования позволяет сформировать четкую и ясную коммуникацию в разрезе каждой целевой аудитории и каждой категории товара/услуги. Использование метода «З-М» в правильной последовательности позволяет сделать работу в сфере маркетинговых коммуникаций более целенаправленной и эффективной. Маркетинг в своей основе является социально-экономическим институтом. Маркетинговые коммуникации направлены на людей.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Исследование институциональной информационно-маркетинговой среды сетевого общества

позволило изучить аспекты развития современных сетей, информации в них, роль которой лишь возрастает. Информация как товар предоставляется частными лицами и предприятиями, все большее развитие получает инфобизнес, который непосредственно связан с информкетингом. Даны определения.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на изучение инфраструктуры развития инфобизнеса и его маркетинга на современных рынках товаров и услуг.

Литература

1. Бардт, А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма / А. Бардт, Я. Зодерквист. – Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004. – 252 с.
2. Бодрунов С. Ноономика : монография / Бодрунов С. – М.: Культурная революция, 2018. – 432 с.
3. Германчук, А.Н. Комплексное маркетинговое взаимодействие в рыночно-ориентированной деятельности предприятий / А. Н. Германчук // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2019. – Вып. 15. – С. 75-83.
4. Глазьев С. Ноономика как стержень формирования нового технологического и мирохозяйственного укладов / С. Глазьев // По пути к возрождению. – С. 15-32.
5. Инфобизнес – что это такое и как создать рабочую схему / ktonanovenkogo.ru [сайт] 11.11.2018. – URL: https://ktonanovenkogo.ru/zarabotok_na_saite/monetizaciy/infobiznes-chto-eto-takoe-sozdat-rabochuyu-sxemu.html
6. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0 от продуктов к потребителям и далее к человеческой душе. М.: Эксмо, 2011 – 240 с.
7. Ньюмейер, М. Zag. Манифест другого маркетинга / Марти Ньюмейер / пер. А. Вапнярчук. – М.: Изд-во: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 192 с.
8. Савицкая, Л. Общество и организация: что будет послезавтра? / Л. Савицкая // Управление компанией, № 7. 2004. – с. 98-99.
9. Стюарт, Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т.А. Стюарт : пер. с англ. В. Ноздриной. – М.: Поколение, 2007. – 368 с.
10. Сысоева Е.А. Проблемы модернизации и перехода к инновационной экономике / Е.А. Сысоева / Проблемы современной экономики, N 3 (67), 2018 : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=6399>
11. Чулок А. Базовые предпосылки экономики будущего / А. Чулок / ПостНаука [сайт] 30.11.2017 : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://postnauka.ru/video/82498>

**ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ НА ЭТАПЕ ВНЕДРЕНИЯ
МАРКЕТИНГ 5.0**

**И.В. Пенькова, доктор
экономических наук,
профессор**

ФГБОУ ВО «Балтийский государственный
технический университет «Военмех» им.
Д.Ф. Устинова»
г. Санкт-Петербург, Россия
e-mail: panacea_inessa@mail.ru

**DIGITAL INNOVATIONS IN THE MARKETING ACTIVITIES OF
BANKS AT THE STAGE OF IMPLEMENTATION OF MARKETING 5.0**

**I.V. Penkova, Doctor of
Economics, Professor**

Baltic State Technical University «Voenmeh»
named after D.F. Ustinov
St. Petersburg, Russia
email: panacea_inessa@mail.ru

Реферат

Цель. Исследовать цифровые инновации в маркетинговой деятельности банков на этапе внедрения Маркетинг 5.0.

Методика. Исследования проводились с помощью методов эмпирического анализа, теоретического обобщения и систематизации информации, сравнительного анализа.

Результаты. Ключевым моментом является переход банков к маркетинговым технологиям нативной интеграции – современному виду прогрессивной рекламы, которая по итогам 2022 года занимает долю 5,6% от всех digital-инструментов, применяемых в финансовом сегменте России. Задачами данного направления является расширение охвата аудитории, формирование лояльного отношения клиентов, представление новых продуктов и работа на SEO-площадках.

Научная новизна. С помощью новейших банковских технологий клиенты банков могут выполнять передовые цифровые операции самообслуживания, такие как: самостоятельная регистрация, удаленное открытие счета, предоставление кредита, покупка страховки и многое другое. Для проектирования таких процессов используются передовые цифровые технологии, в том числе: соответствие требованиям KYC, проверка личности в режиме реального времени, верификация, проверка устройства, биометрия лица и отпечатков пальцев, многоканальные возможности (внутри филиала, мобильное приложение, веб-сайт), проверки кредитного бюро в режиме реального времени, мгновенное одобрение, интерактивные формы,

электронные подписи и другие.

Практическая значимость. Развитие цифровых технологий стимулирует появление пространственных связей между предприятиями, создает беспрецедентные возможности в установлении взаимовыгодных отношений с клиентами. В связи с быстрым распространением беспроводных сетей, смартфонов и планшетов, мобильных приложений и технологий облачных вычислений происходят значительные изменения в образе жизни потребителей, активизация электронной коммерции.

Знание и умелое использование информационных технологий, ресурсов, систем предоставляют неограниченные возможности для успешной работы маркетолога, позволяя ему ориентироваться в информационном пространстве, находить и эффективно использовать ценную информацию для достижения целей фирмы.

Ключевые слова: *маркетинговая деятельность, технологии следующего поколения, цифровые технологии, цифровые инновации, Маркетинг 5.0, поколение Y и поколение Z, пользовательский опыт, цифровая готовность.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Молодое поколение – это новые лидеры, когда дело доходит до цифровой трансформации. Поколение Y и поколение Z вместе – это крупнейший рынок потребителей в истории. Бизнес подстраивает свои стратегии под предпочтения этих поколений. Также они являются самой большой частью занятого населения и влияют на компании изнутри.

Таким образом, они оказывают огромное влияние на процесс массового внедрения цифровых технологий. Но чтобы цифровой стиль жизни стал нормой, изменения должны быть массивными и равным образом распределяться между поколениями и людьми разного социального и экономического статуса [1, С. 56-103].

Процесс цифровизации идет о миру довольно быстрыми темпами. С одной стороны, кажется, что люди дружелюбно встречают цифровой стиль жизни и не могут себе представить жизнь без цифровых технологий.

Однако все еще сохраняется косность в обращении и отношении к цифровым технологиям. Многим людям пока привычнее традиционные способы покупки и наслаждения покупками и услугами. Аналогичным образом прокрастинирует и бизнес, когда дело доходит до цифровой трансформации – обязательного условия для Маркетинга 5.0.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди известных ученых в области цифровых технологий и развития IT индустрии в банковской сфере хотелось бы выделить таких ученых, как: Филипп Котлер, Хермаван Картаджайа, Айвен Сетиаван, В.С. Токарев, О.В. Ваганова, Т.Н. Флигинских, Л.А. Коньшина, Н.И. Быканова, И.А. Науменко, К.В. Молчанов.

Целью статьи является исследование цифровых инноваций в маркетинговой деятельности банков на этапе внедрения Маркетинг 5.0.

Изложение материала исследования. Цифровые технологии прочно вошли не только в организацию деятельности крупных предприятий и

деятельности финансовых организаций и учреждений, они перевернули сознание населения и изменили дизайн мышления клиентов банков.

Особенно это стало очевидным для клиентов банков, когда существуют интуитивно понятные цифровые банковские решения самообслуживания, которые обеспечивают малозатратный, быстрый и приятный пользовательский опыт с помощью выбранного потребительского устройства [2].

В связи с активным развитием цифровых технологий за последние несколько десятилетий значительно изменились потребности и ожидания пользователей финансовых услуг.

В условиях пандемии со стороны потребителей увеличился спрос на удаленные сервисы, а участники финансового рынка ускорили переход к новым бизнес-моделям. Так, использование дистанционных банковских услуг в мире увеличилось на 23%, а мобильных банковских приложений – на 30%.

Клиенты стали более требовательными, и большое значение приобретает потребительский опыт, который напрямую связан с цифровизацией и использованием технологий. 68% пользователей финансовых услуг в мире отметили, что COVID-19 повысил их ожидания от цифровых возможностей компаний.

При этом стоимость и ценность продукта или услуги становятся первостепенным фактором, влияющим на выбор потребителей. Также важными элементами потребительского опыта, влияющими на выбор клиента, стали безопасность личных данных и доверие к бренду [3, С. 185-189].

В настоящее время клиентов интересует возможность дистанционного получения широкого спектра услуг, охватывающих все сферы жизнедеятельности. Потребители отдают предпочтение удобным, простым и быстрым сервисам, для получения которых не нужно повторно проходить авторизацию и вводить свои личные данные. Финансовые организации также адаптируются к этим изменениям, предлагая клиентоцентричные сервисы и интегрируя финансовые услуги и традиционно нефинансовые продукты [4].

Кризис с Covid-19 сделал потребителей всех поколений еще более уверенными в использовании цифровых банковских каналов, и многие из них больше не вернутся в отделение.

Цифровые технологии во время мировой пандемии значительно трансформировались во всех отраслях деятельности предприятий и жизнедеятельности населения и получили широкое внедрение такие цифровые технологии, как: онлайн-покупки, доставка еды, цифровой банкинг, электронный кошелек, онлайн-встречи, потребление контента, онлайн-обучение, телемедицина, домашние услуги, онлайн-игры, онлайн-фитнес, виртуальный туризм.

Возможности самообслуживания больше не относятся только к обычным действиям, таким как возможность переводить деньги и проверять баланс счета онлайн.

С помощью новейших банковских технологий клиенты банков могут выполнять передовые цифровые операции самообслуживания, такие как: самостоятельная регистрация, удаленное открытие счета, предоставление

кредита, покупка страховки и многое другое.

Банковские решения с самообслуживанием мирового класса - это те, которые доступны пользователям в любое время и из любого места - быстро, просто и прозрачно.

Для проектирования таких процессов используются передовые цифровые технологии, в том числе: соответствие требованиям КҮС, проверка личности в режиме реального времени, верификация, проверка устройства, биометрия лица и отпечатков пальцев, многоканальные возможности (внутри филиала, мобильное приложение, веб-сайт), проверки кредитного бюро в режиме реального времени, мгновенное одобрение, интерактивные формы, электронные подписи и другие.

Любой цифровой процесс должен быть спроектирован таким образом, чтобы выходить за рамки заполнения формы и обеспечивать беспрепятственный переход клиента по каналам связи.

Маркетинговые инновации направлены на наилучшее удовлетворение потребностей клиентов-потребителей, открытие новых рынков или завоевание новых позиций продукцией предприятия на рынке для увеличения продаж [5].

Отличительной особенностью маркетинговой инновации по сравнению с другими изменениями в маркетинговых инструментах является внедрение маркетингового метода. Внедрение цифровых технологий для решения маркетинговых задач (анализ потребителей, выбор товара по запросу отдельных покупателей и т.д.) также можно считать маркетинговой инновацией [6, С. 37-49.].

Развитие цифровых технологий стимулирует появление пространственных связей между предприятиями, создает беспрецедентные возможности в установлении взаимовыгодных отношений с клиентами. В связи с быстрым распространением беспроводных сетей, смартфонов и планшетов, мобильных приложений и технологий облачных вычислений происходят значительные изменения в образе жизни потребителей, активизация электронной коммерции.

Знание и умелое использование информационных технологий, ресурсов, систем предоставляют неограниченные возможности для успешной работы маркетолога, позволяя ему ориентироваться в информационном пространстве, находить и эффективно использовать ценную информацию для достижения целей фирмы.

Навыки обращения с информацией могут стать важным конкурентным преимуществом маркетолога на современном рынке труда.

С повышением роли поколений Z и Альфа пришло время для следующего эволюционного скачка. Основные интересы и опасения этих двух самых молодых поколений нацелены на два направления.

Во-первых, на позитивные изменения для человечества и улучшения качества жизни людей.

Во-вторых, на стимулирование дальнейшего технологического продвижения во всех аспектах человечества.

Для обслуживания поколений Z и Альфа маркетологи должны

продолжить применять технологии нового поколения для улучшения жизни людей. Другими словами, маркетинг 5.0 (технологии следующего поколения) соединит воедино маркетинг 3.0 (человекоцентризм) и маркетинг 4.0 (движимый технологиями) [7, С. 48-63.].

Следующее десятилетие поколение X займет большую часть лидерских позиций в мире маркетинга. Как маркетологи, они представляют собой единственное поколение, принявшее Маркетинг 1.0, Маркетинг 2.0, Маркетинг 3.0, Маркетинг 4.0 на разных стадиях своей жизни. Поддерживаемые менеджерами среднего звена из поколения Y, поколение X станет теми людьми, которые будут предлагать маркетинговые инициативы для обслуживания поколений Z и Альфа.

Эти два самых молодых поколения будут катализатором Маркетинга 5.0, который соединит воедино Маркетинг 3.0 и Маркетинг 4.0. Они сильно обеспокоены тем, как технологии расширят возможности и укрепят человечество: улучшат качество жизни и сделают людей счастливее. Компании, которые смогут завоевать доверие поколений Z и Альфа, смогут победить в конкурентной борьбе в эру Маркетинга 5.0.

Ключевым моментом является переход банков к маркетинговым технологиям нативной интеграции – современному виду прогрессивной рекламы, которая по итогам 2022 года занимает долю 5,6% от всех digital-инструментов, применяемых в финансовом сегменте России. Задачами данного направления является расширение охвата аудитории, формирование лояльного отношения клиентов, представление новых продуктов и работа на SEO-площадках.

После освоения этого этапа планируется выход за пределы интернет-банкинга и реализация продаж банковских продуктов уже на внешних платформах.

На текущий момент банки активно используют технологии единой однократной аутентификации (SSO), возрастает число автоматизированных бизнес-процессов. Перспективной технологией по-прежнему остается привязка UX (user experience), что дословно переводится как «пользовательский опыт». В большей степени это конкуренция банков в разработке наиболее доступного и удобного интерфейса приложений и сайтов, их функциональности и навигации [8, С. 88-97.].

Главная тема новых бизнес-проектов — кибербезопасность, импортозамещение продуктов, которые ее обеспечивали, и создание стандартов для новых российских решений, заменяющих международные прикладные программы. Это направление Ассоциация Финтех должна возглавить вместе с Министерством цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [9], поскольку это будут стандарты не только для финансовой отрасли, но и для цифровой [10].

Цифровой профиль человека выходит на первый план. Он позволяет быстро получить информацию о человеке и принять решение, какую, например, посылную сумму можно одобрить для его кредита. Важно использовать API, чтобы была простая интеграция, переключение с одного партнера на другого, и

чтобы подключение это осуществлялось в один клик.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Расширяющееся использование цифровых технологий в маркетинговых процессах объясняется стремлением предприятий повысить конкурентоспособность и прибыль за счет эффективной обработки маркетинговой информации и создания новых направлений бизнеса. Системный подход к использованию ИКТ становится важным конкурентным преимуществом компании, позволяющим ей занимать лидирующие позиции на рынке. Изменения в элементах маркетингового комплекса позволяют выявить и включить инновационные мероприятия в маркетинговую стратегию, направленную на повышение экономической эффективности и обеспечение долгосрочных конкурентных преимуществ компании.

Считаем актуальным и своевременным в будущем уделить внимание научному исследованию, которое будет направлено на изучение подходов к формированию лояльности физических и юридических лиц, которые значительно различаются и это играет важную роль при формировании маркетинговой стратегии банков по повышению качества обслуживания клиентов.

Поэтому даже в рамках программ, базирующихся преимущественно на материальном поощрении, нужно выделять различные подходы к формированию лояльности двух основных потребительских аудиторий банковского сектора — юридических и физических лиц.

Список литературы

1. Котлер, Филипп Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филипп Котлер, Хермаван Картаджайа, Айвен Сетиаван ; [перевод с английского М. Хорошиловой]. – Москва : Эксмо, 2021. – С. 56-103.

2. 10 Innovations That Deliver the Digital Banking of the Future [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.softwaregroup.com/insights/blog/article/10-innovations-that-deliver-the-digital-banking-of-the-future-today>

3. Токарев, В.С. Факторы, влияющие на цифровизацию банковской деятельности, и их особенности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета, 2021. – С. 185-189.

4. Проект основных направлений цифровизации финансового рынка на период 2022–2024 годов [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cbr.ru/press/event/?id=12518>

5. Alex Krasnov Digital platforms based marketing innovations new development trends / Alex Krasnov, Valentin Nikonorov, Marina Yanenko // SHS Web of Conferences CC-TESSC. – 2018. – № 44, 00049 (2018) [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2018/05/shsconf_cc-tesc2018_00049.pdf

6. Ваганова, О.В. Современный подход к исследованию цифровой

трансформации финансового сектора РФ / О.В. Ваганова, Т.Н. Флигинских, Л.А. Коньшина // Экономические и гуманитарные науки. – 2021. – № 6 (353). – С. 37-49.

7. Котлер, Филип Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван ; [перевод с английского А. Горман]. – Москва : Эксмо, 2022. – С. 48-63.

8. Быканова, Н.И. Тенденции развития Digital-маркетинга на рынке банковских услуг / Н.И. Быканова, И.А. Науменко, К.В. Молчанов // Научный результат. Экономические исследования. – 2022. – Т. 8. – № 4. – С. 88-97.

9. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/ministry/structure/>

10. Как IT-технологии меняют банки в 2022 году [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/cmrm/63737d5e9a7947de9452b2b6>

УДК 338.12.017

МАРКЕТИНГОВАЯ КОНЪЮНКТУРА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

Е.В. Свиридок, Начальник отдела государственной политики в сфере высшего и дополнительного профессионального образования	Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики г. Донецк, Донецкая Народная Республика e - mail: sviridok_elena@mail.ru
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

MARKETING CONJUNCTURE OF HIGHER EDUCATION OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

E.V. Sviridok, Head of the Department of State Policy in the field of higher and additional professional Education	Ministry of Education and Science of the Donetsk People's Republic, Donetsk, DRP, e-mail: sviridok_elena@mail.ru
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Реферат

Цель. Проанализировать маркетинговую конъюнктуру высшего образования Донецкой Народной Республики.

Методика. При исследовании использованы традиционные методы аналитического поиска, информационного синтеза, дедукции и индукции.

Результаты. В статье проанализирована маркетинговая конъюнктура высшего образования Донецкой Народной Республики. С точки зрения

научного подхода она систематизирована и визуализирована. Обоснована проблематика исследования и представлена ее связь с важными научными и практическими задачами. Приведен анализ последних исследований и публикаций в рамках научной проблемы. Анализ маркетинговой конъюнктуры высшего образования Донецкой Народной Республики показал, что в ней выделяются объекты и субъекты, которые взаимодействуют в рамках «спроса-предложения» образовательных услуг и рынка труда. Выявлено влияние факторов внешней среды на процессы, происходящие в высшем образовании в контексте маркетинга. Отмечено влияние государственного регулирования и нормативного правового аспекта на исследуемую маркетинговую конъюнктуру.

Научная новизна. Получил дальнейшее развитие научный подход к систематизации маркетинговой конъюнктуры высшего образования Донецкой Народной Республики, который позволит стандартизировать номенклатуру факторов, виды взаимосвязей, характер влияния ее компонентов, спроса и предложения на функционирование и развитие сферы высшего образования.

Практическая значимость. Систематизация маркетинговой конъюнктуры будет полезна органам сферы высшего образования и профильным министерствам с целью регулирования и контроля функционирования рынка образовательных услуг.

Ключевые слова: *маркетинговая конъюнктура, высшее образование, спрос, предложение, факторы внешней среды, интеграция, научный подход, систематизация.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Конъюнктура, в широком смысле слова, рассматривается как «обстановка, ситуация, состояние вещей... стечение обстоятельств или событий» [5]. В этом понимании термин «конъюнктура» широко используется во всех областях деятельности человека, и сам по себе не несет экономической нагрузки. Термин «конъюнктура» часто используют для характеристики разных политических, социальных процессов, а также он встречается и в быту. Основной сферой применения является экономическая деятельность, где данный термин служит для характеристики экономического положения, ситуации, складывающейся в определенный момент или период времени на рынке. Именно с этим связано появление категории «конъюнктура рынка» [1].

Конъюнктурные особенности сферы высшего образования обусловлены рядом факторов, которые определяются набором показателей, имеющих разнообразную смысловую нагрузку, направленность и вид влияния [2]. Исследования конъюнктуры рынка образовательных услуг в сфере высшего образования представляют собой проведение маркетингового анализа, с целью изучения баланса спроса и предложения, а также взаимодействия субъектов и объектов рынка под воздействием различных факторов внешней среды в рамках государственного регулирования и нормативного правового поля региона и страны.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что среди

отечественных ученых исследование конъюнктуры и ее трансформаций является популярным направлением научной деятельности. Авторы Гриненко С.В. [3], Кучерявенко С.А. [4], Пузыревская А.А. [5], Сорокина Ю.В. [6] и другие занимаются разработкой системы маркетинговых коммуникаций на рынке труда выпускников системы профессионального образования, изучением особенностей конкурентного позиционирования образовательных организаций высшего образования, формированию подходов к анализу и оценке конъюнктуры рынка образовательных услуг.

Однако, недостаточно исследованной проблематикой остается формирование научного подхода к систематизации маркетинговой конъюнктуры высшего образования Донецкой Народной Республики, который позволит стандартизировать номенклатуру факторов, виды взаимосвязей, характер влияния ее компонентов, спроса и предложения на функционирование и развитие сферы высшего образования.

Изложение основного материала исследования. Конъюнктура сферы высшего образования (рис.) представляет собой своеобразное взаимоотношение между спросом и предложением на рынке высшего образования. Конъюнктурные особенности высшего образования преимущественно обусловлены конъюнктурой рынка труда, который своей структурой вакансий квалифицированного и неквалифицированного труда, формируется социальными, экономическими и другими факторами. К ним можно отнести специфику циклического развития экономики региона/страны, состояние окружающей среды, интенсивность инфляции, степень научно-технического прогресса, цифровизацию, социальные настроения, финансирование НИОКР, интеграционная деятельность в образовательное пространство РФ, международное взаимодействие.

Состояние окружающей среды региона и страны в целом постоянно находится под государственным контролем и выявленные проблемы нуждаются, если не в оперативном, то в непреклонном решении. Оперативность устранения экологических проблем зависит, в первую очередь, от научного обоснования путей их решения. Даже, если выделены необходимые объемы финансирования, то отсутствие профильных специалистов и плана борьбы с определенной проблемой сыграют главную роль в ее не устранении.

Именно поэтому высшие учебные заведения должны открывать новые профили экологических профессий, развивать материально-техническую базу и уровень научно-технологического оснащения кафедр, с целью поиска путей решения как постоянно возникающих, так и нерешенных экологических проблем. Направленность профилей должна координироваться государственным управлением, которое в том числе и на основе маркетинговых инструментов будет иметь подтверждение необходимости в подготовке определенных специалистов высокого уровня.

Аналогичная проблематика касается и других сфер функционирования государства – социально-экономическая среда регионов, развитие международных отношений, решение аспектов импортозамещения и т.д.

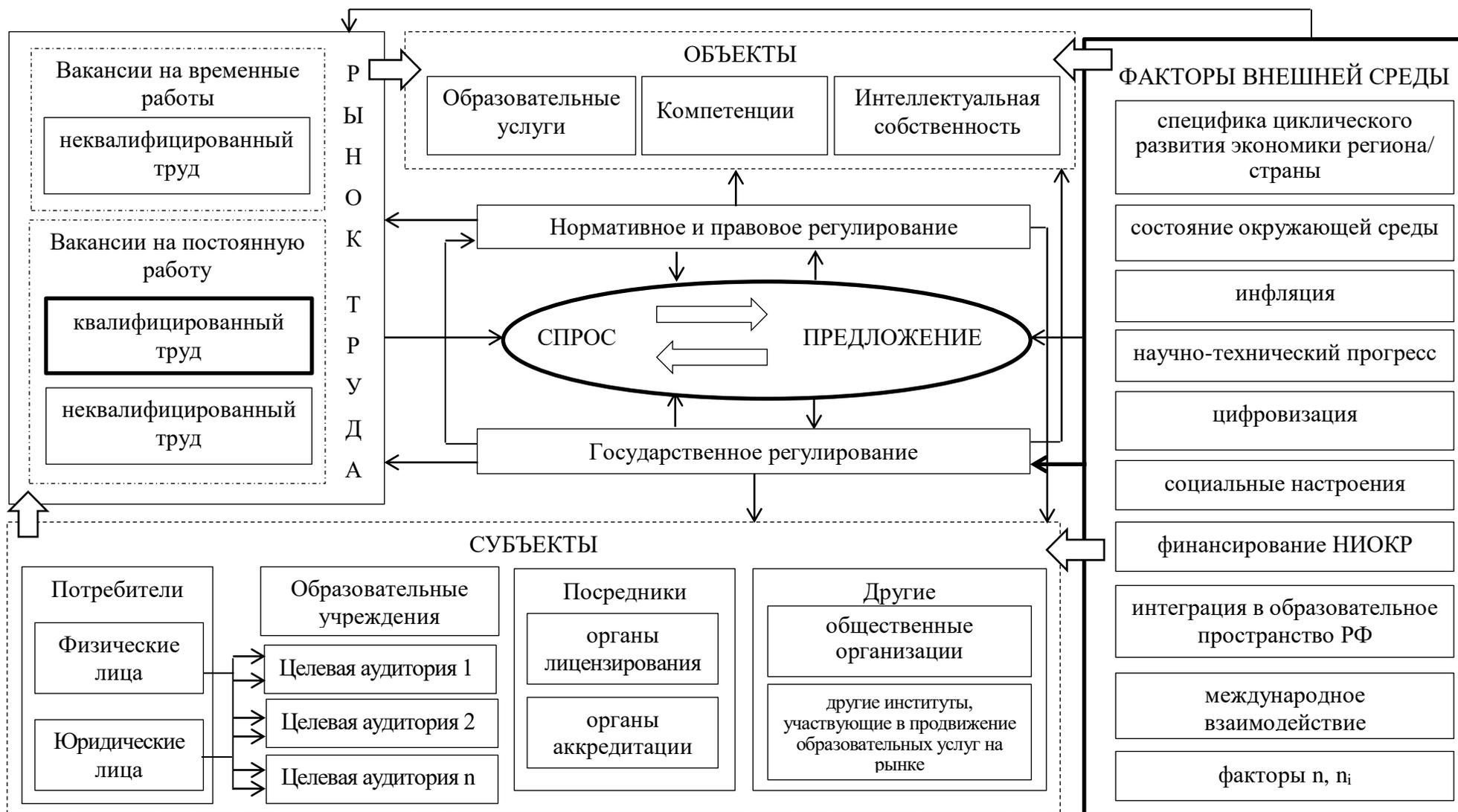


Рисунок – Маркетинговая конъюнктура высшего образования Донецкой Народной Республики

Перечень профессий, по которым вузы ведут подготовку, должен быть стратегически обоснован, поскольку в связи с цифровизацией мирового сообщества и степенью научно-технического прогресса, ряд профессий становится «умирающими», а инноватика высшего образования является самым эффективным направлением перестройки государства под новые вызовы современности. В этом случае неотъемлемым фактором, обуславливающим колебания «спроса-предложения», является объём и интенсификация финансирования НИОКР.

Для Донецкой Народной Республики на этапе вхождения в состав Российской Федерации архиактуальной становится интеграционная деятельность в образовательное пространство РФ. В связи с этим конъюнктура высшего образования будет трансформироваться и дополняться нормативно иными взаимодействиями с органами государственной власти, перестраивать структуру профессиональных стандартов и ученых специальностей, подвергаться влиянию новых факторов внешней и среды и эффективно решать существующие и возникающие проблемы с помощью маркетингового инструментария. Его применение будет способствовать построению стратегически обоснованных решений на основе изучения колебаний «спроса-предложения» и конъюнктурных изменений в сфере высшего образования.

Маркетинговая конъюнктура сферы высшего образования является многофакторным явлением и характеризуется определенными конъюнктурообразующими показателями, которые имеют количественное и качественное значения, классифицированные в соответствии с целями исследований [6].

Отметим, что номенклатура факторов внешней среды в контексте маркетинговых аспектов, находится в постоянном развитии, может, как уменьшаться, так и увеличиваться, иногда – трансформироваться и видоизменяться. Например, спад и депрессивные тенденции экономики сопровождаются ростом объемов образовательных услуг [7]. Структуризация и систематизация факторов, оказывающих влияние на конъюнктуру сферы высшего образования, является отдельным научным направлением исследований, которое планируется развивать.

Маркетинговая конъюнктура высшего образования основана на взаимодействии субъектов рынка посредством обмена объектами, которыми являются образовательные услуги, интеллектуальная собственность (научные открытия – патенты и полезные модели, разработка научно-методических материалов и т.д.), а также компетенции, приобретаемые потребителями образовательных услуг в сфере высшего образования.

Субъектами сферы высшего образования являются потребители образовательных услуг (как физические, так и юридические лица), которые в различных комбинациях формируют целевые аудитории; посредники, вовлекаемые в лицензирование и аккредитационные процессы; другие общественные организации и институты, участвующие в продвижении образовательных услуг на рынке.

Все взаимовлияния и взаимодействия внутри конъюнктуры рынка в сфере высшего образования находятся под государственным регулированием и в нормативном правовом поле региона/страны, обусловлены применением

маркетинговых инструментов по изучению спроса и предложения на рынке образовательных услуг, трансформации потребностей целевых групп потребителей, исследованию изменений на рынке труда, а также идентификации факторов внешней среды и их влияния на конъюнктуру.

Коллектив зарубежных авторов [8] высказывает точку зрения относительно политики в области образования, как и почему она разрабатывается и реализуется. С этой целью они изучают пространственные теории и методы, которые охватывают критические и количественные исследования, а также применяют их в исследованиях образовательной политики. Т.е. государственное регулирование должно осуществляться на основе маркетинговых исследований конъюнктуры сферы высшего образования.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Исследование конъюнктуры сферы высшего образования является одной из стадий маркетингового анализа. Анализ маркетинговой конъюнктуры высшего образования Донецкой Народной Республики показал, что в ней выделяются объекты и субъекты, которые взаимодействуют в рамках «спроса-предложения» образовательных услуг и рынка труда. Выявлено влияние факторов внешней среды на процессы, происходящие в высшем образовании в контексте маркетинга. Отмечено влияние государственного регулирования и нормативного правового аспекта на исследуемую маркетинговую конъюнктуру.

Перспективами дальнейших исследований является исследование инфраструктурных особенностей сферы высшего образования обусловленных его конъюнктурой.

Список литературы

1. Хоменко, А.Д. Тенденции конъюнктуры рынка образовательных услуг высших учебных заведений // АНИ: экономика и управление. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-konyunktury-rynka-obrazovatelnyh-uslug-vysshih-uchebnyh-zavedeniy> (дата обращения: 14.11.2022).

2. Барабанова, А.Д. Организация изучения конъюнктуры рынка образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Барабанова Анна Дмитриевна ; Моск. гос. ун-т. приборостр. и инф. - М., 2007. - 15 с. : ил. - Библиогр. : с.15

3. Гриненко, С.В. Разработка системы маркетинговых коммуникаций на рынке труда выпускников системы профессионального образования // Университетское управление: практика и анализ. 2012. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-sistemy-marketingovyh-kommunikatsiy-na-rynke-truda-vypusknikov-sistemy-professionalnogo-obrazovaniya> (дата обращения: 14.11.2022).

4. Кучерявенко, С.А. Особенности конкурентного позиционирования образовательных организаций высшего образования // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2022. № 5 (96). С. 85-91.

5. Пузыревская, А.А. Подходы к оценке конъюнктуры рынка образовательных услуг / А.А. Пузыревская, О.С. Артюшкова // Высшее техническое образование. 2019. №1. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-otsenke-konyunktury-rynka-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения: 14.11.2022).

6. Сорокина, Ю.В. Анализ конъюнктуры рынка образовательных услуг на примере учреждений высшей школы Ростовской области / Ю.В. Сорокина, В.В. Баклакова, В.И. Егоров, В.В. Цыбулько, Л.С. Шабельник, А.В. Монова // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 5 (часть 3) – С. 640-644. URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40356> (дата обращения: 14.11.2022)

7. Потребители и продавцы, емкость и конъюнктура рынка образовательных услуг [Электронный ресурс]. – 2022. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5707581/page:42/> (дата обращения: 14.11.2022).

8. Gulson, K.N. Spatial theories, methods and education policy / K.N.Gulson, D.Cohen, S.Lewis, E. Rowe, Ee-S. Yoon, Ch. Lubienski // *Share Cite*. - <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.01008-3> (date of application: 14.11.2022).

УДК 658:17

ЭТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КАК ЭЛЕМЕНТ ДЕСТРУКЦИИ ФУНКЦИИ КОНТРОЛЯ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

**Г.Г. Скибенко,
ст. преподаватель**

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
e-mail: galina_skibenko@mail.ru

**Е.В. Подгайна,
студентка**

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР
e-mail: podgaynayaliza@mail.ru

ETHICAL PROBLEMS AS AN ELEMENT OF THE DESTRUCTION OF THE CONTROL FUNCTION IN ORGANIZATIONS

**G.G. Skibenko,
senior lecturer**

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky» Donetsk, DPR
e-mail: galina_skibenko@mail.ru

**E.V. Podgainaia,
student**

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky» Donetsk, DPR
e-mail: podgaynayaliza@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является исследование этических вопросов, связанных с реализацией контрольной функции в организациях, а также

предоставление рекомендаций по обеспечению добросовестного и эффективного выполнения функций контроля.

Методика. Для реализации целей исследования использованы методы, включающие в себя обзор литературы соответствующих академических и отраслевых публикаций.

Результаты. На основе проведенного исследования можно резюмировать следующее: противоречие между надзором и регулированием деятельности сотрудников и уважением их прав на неприкосновенность частной жизни может привести к возникновению этических проблем в надзорной функции. Внедрение четких политик и руководящих принципов, обеспечение прозрачности, уважение прав, обучение и подготовка персонала, поощрение обратной связи и коммуникации, а также мониторинг и аудит надзорной функции могут помочь в повышении эффективности этих этических проблем.

Научная новизна. Впервые представлен всесторонний анализ этических проблем, связанных с функцией контроля в организациях, а также практические рекомендации по их устранению. Внесен вклад в разработку этических руководящих принципов и правил выполнения надзорной функции.

Практическая значимость. Результаты исследования представляют интерес для руководителей организаций, менеджеров и сотрудников, отвечающих за внедрение и мониторинг функции контроля.

Ключевые слова: *функция контроля, этические проблемы, конфиденциальность, надзор, политика, прозрачность.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В современных условиях расширяющейся глобализации организации сталкиваются с растущим давлением с целью мониторинга и регулирования деятельности сотрудников для обеспечения соблюдения организационных политик и процедур. Однако это может привести к этическим проблемам, включая нарушения прав сотрудников на неприкосновенность частной жизни и потенциальное злоупотребление надзорной функцией. Урегулирование данных этических проблем имеет решающее значение для организаций, поддерживающих позитивную культуру работы, укрепляющих доверие заинтересованных сторон и предотвращающих негативные последствия.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что этические вопросы, связанные с функцией контроля в организациях, становятся все более существенными по мере того, как все больше организаций внедряют инструменты надзора для обеспечения соблюдения политик и процедур. Однако отсутствуют четкие этические руководящие принципы и правила выполнения контрольной функции, что приводит к возможным злоупотреблениям и нарушениям прав сотрудников.

Изложение основного материала исследования. Функция контроля в организациях является важнейшим аспектом обеспечения того, чтобы организационные цели достигались добросовестно и прозрачно. Она относится к набору процессов и процедур, которые организации используют для

мониторинга и регулирования своей деятельности с целью обеспечения соответствия нормативным актам, политике и стандартам. Однако эффективная реализация функции контроля требует этического подхода для обеспечения целостности и успеха в работе любой организации. Важность решения этических вопросов подчеркивает тот факт, что в последние годы было зарегистрировано несколько громких случаев неэтичного поведения, связанного с функцией контроля, в организациях, включая Enron, Wells Fargo, Volkswagen, Uber и Boeing.

Этика является фундаментальным аспектом организационного поведения, который играет решающую роль в определении успеха или неудачи организации. Она связана с моральными принципами и ценностями, определяющими поведение человека в социальных и профессиональных условиях. Способность поощрять ответственное поведение, укреплять доверие с заинтересованными сторонами и повышать репутацию организации – это все то, что акцентирует внимание на значении этики в организациях. Следовательно, этические соображения имеют решающее значение для обеспечения успеха любой организации. Организации, придерживающиеся этического поведения, не только избегают негативной огласки и юридических последствий, но и развивают культуру доверия и уважения среди своих заинтересованных сторон.

Функция контроля, с другой стороны, относится к набору процессов и процедур, которые организации используют для мониторинга и регулирования своей деятельности. Она включает в себя такие виды деятельности, как внутренние аудиты, управление рисками, мониторинг соответствия требованиям и контроль качества, и играет решающую роль в обеспечении достижения целей организации посредством эффективного управления рисками и соблюдения нормативных актов, политик и стандартов.

Взаимосвязь между этикой и функцией контроля сложна и переплетена. Этические соображения играют решающую роль в осуществлении функции контроля, поскольку они обеспечивают моральный компас, направляющий функцию контроля к достижению целей организации при сохранении ее репутации и этических стандартов. Кроме того, функция контроля имеет возможность оказывать значительное влияние на этическую культуру организации, что может усилить этическое поведение, способствуя соблюдению правил и стандартов, или подорвать этическое поведение, создавая культуру страха и контроля. Из этого следует, что важно осуществлять функцию контроля таким образом, чтобы это соответствовало этическим ценностям и культуре организации.

Одной из этических проблем, связанных с реализацией контрольной функции в организациях, является противоречие между контролем и неприкосновенностью частной жизни сотрудников. Функция контроля часто требует мониторинга и регулирования деятельности сотрудников, что в некоторых случаях нарушает их права на неприкосновенность частной жизни. Сотрудники могут чувствовать вторжение в их личное пространство, что приводит к чувству недоверия и обиды по отношению к организации. Эта

напряженность особенно очевидна в контексте мониторинга сотрудников, где организации используют различные инструменты – камеры наблюдения, мониторинг нажатий клавиш и GPS-отслеживание – для мониторинга действий сотрудников. Хотя эти инструменты могут быть необходимы для обеспечения соблюдения правил и нормативных установок, они также способны быть навязчивыми и нарушать конфиденциальность сотрудников.

Другой этической проблемой, связанной с функцией контроля в организациях, является противоречие между контролем и организационной культурой, что способно создать напряженность и привести к конфликту. В качестве примера можно привести ситуацию, в которой слишком жесткая и ограничительная функция контроля может подавить инновации и креативность, если в организации существует такая культура. Чтобы поддерживать эффективность функции контроля, необходимо достичь гармоничного баланса с культурой организации, обеспечив такую реализацию функции, которая соответствовала бы ценностям и целям организации. Без такого согласования функция контроля может стать препятствием для нормального функционирования организации и создать противоречие между ее целями и установленными процедурами их достижения. Сочетая функцию контроля с организационной культурой, организации могут применять более последовательный и целостный подход к достижению своих целей при соблюдении этических норм.

Контрольной функцией также могут злоупотреблять те, кто занимает руководящие посты, что приводит к неэтичному поведению. Например, менеджеры могут использовать свои полномочия для мониторинга и регулирования сотрудников в личных целях, отдавая предпочтение определенным сотрудникам или наказывая тех, кто не выполняет их требования. Подобное положение дел приводит к созданию токсичной рабочей среды, когда сотрудники чувствуют, что их не ценят и их вклад не признается. Следует внедрять этические принципы и нормативные акты для предотвращения злоупотреблением функцией контроля и гарантии, что она используется по назначению.

Помимо прочего, функция контроля может вступать в противоречие с потребностью организации в инновациях и творчестве, требуя строгого соблюдения правил и норм. Как следствие, могут возникнуть проблемы с ограниченной способностью организации внедрять инновации и создавать новые продукты или услуги. Директивные органы в целях сохранения творческого потенциала сотрудников должны соблюдать баланс между инновациями и функцией контроля, гарантируя реализацию таким образом, который допускает творческий подход при сохранении соответствия соответствующим нормативным актам и политике.

Наконец, функция контроля может оказать значительное влияние на доверие и репутацию заинтересованных сторон. То есть если функция контроля не реализуется этично, это может привести к потере доверия со стороны причастных сторон и нанесению ущерба репутации организации, что в свою очередь может иметь долгосрочные последствия, приводящие к снижению

прибыльности и конкурентоспособности на рынке.

Этические проблемы, связанные с функцией контроля в организациях, сложны и многогранны. Организации должны разрабатывать стратегии решения этих проблем, чтобы гарантировать соблюдение этических норм, а также укрепить доверие заинтересованных сторон, повысить свою репутацию и добиться долгосрочного успеха.

Одной из стратегий решения этических проблем в функции контроля является внедрение этических руководящих принципов и регламентов, которые должны быть разработаны таким образом, чтобы гарантировать, что функция контроля реализуется добросовестно и что права сотрудников на неприкосновенность частной жизни соблюдаются. Этические рекомендации и нормативные акты также могут помочь предотвратить злоупотребление функцией контроля и гарантировать ее использование по назначению.

В рамках реализации данной стратегии организациям следует привлекать сотрудников к разработке вышеупомянутых этических руководящих принципов и нормативных актов, чтобы обеспечить их практичность и эффективность. Кроме того, необходимо четко доводить разработанные принципы и регламенты до сведения сотрудников, а также проводить обучение по их применению.

Другая стратегия решения этических проблем в функции контроля заключается в том, чтобы сбалансировать контроль с конфиденциальностью сотрудников. Иначе говоря, руководящие органы должны найти баланс между мониторингом и регулированием деятельности сотрудников и уважением их прав на неприкосновенность частной жизни. Этого позволит достичь внедрение прозрачных политик мониторинга, в которых четко описываются типы используемых инструментов мониторинга и то, как они используются. В процессе осуществления такой методики необходимо предоставлять сотрудникам возможность высказать свои опасения по поводу мониторинга и решить любые проблемы конфиденциальности, которые у них могут возникнуть.

Наряду с уже изложенными стратегиями для устранения противоречия между функцией контроля и организационной культурой, организации должны привести функцию контроля в соответствие с этой самой культурой. В ходе осуществления методики следует вовлекать сотрудников в разработку функции контроля, а также позаботиться об обеспечении достаточной гибкости контрольной функции, чтобы учитывать изменения в организационной культуре. Так, например, если организация переживает культурный сдвиг в сторону инноваций и креативности, функция контроля должна быть адаптирована таким образом, чтобы поддерживать этот сдвиг, а не подавлять его.

Еще одна стратегия решения этических проблем в функции контроля – формирование культуры этики, в рамках которой следует уделять приоритетное внимание этике и обеспечивать, чтобы все сотрудники понимали её важность в своей повседневной деятельности. Этого можно достичь путем проведения тренингов по этике, внедрения горячей линии по этике и поощрения этического

поведения посредством признания и вознаграждений. Также рекомендуется поощрять сотрудников высказывать любые опасения, которые у них могут возникнуть по поводу функции контроля, или любое неэтичное поведение, которое они наблюдают, так как, создавая культуру этики, организации могут предотвращать неэтичное поведение, укреплять доверие с заинтересованными сторонами и повышать свою репутацию.

В конечном итоге, организации могут решать этические проблемы в функции контроля, инвестируя в технологии и инновации – в таком случае становится возможным внедрение более эффективных мер контроля. Например, организации могут инвестировать в программное обеспечение, позволяющее прозрачно отслеживать действия сотрудников, или в инструменты искусственного интеллекта, которые могут выявлять и предотвращать неэтичное поведение.

На основании рассмотренного материала следует отметить, что функция контроля в организациях играет решающую роль в обеспечении соблюдения сотрудниками организационных политик и процедур, однако эта функция также может создавать этические проблемы, которые организации должны решать во избежание негативных последствий.

Внедрение функции контроля может создать этические дилеммы, когда речь заходит о балансе между конфиденциальностью сотрудников и мониторингом их деятельности. Кроме того, потенциальная возможность злоупотребления функцией контроля вызывает опасения относительно ее этического применения. Чтобы решить эти проблемы, организации должны установить этические нормы и руководящие принципы, поддерживать тонкий баланс между контролем и конфиденциальностью, интегрировать функцию контроля в организационную культуру, развивать этическую культуру на рабочем месте и инвестировать в инновационные технологии. Эти меры не только способствуют соблюдению этических норм, но и создают атмосферу доверия и прозрачности, которая повышает репутацию и успех организации.

В целом, функция контроля в организациях является сложной и многогранной областью, которая требует тщательного рассмотрения этических вопросов. Этическое поведение должно выступать приоритетным вектором развития контрольной функции на предприятии и обеспечивать соответствие осуществляемых действий руководства ценностям и целям организации. Поступая только таким образом, возможно создание культуры этики, способствующей доверию, уважению и успеху.

Исходя из отраженных этических проблем, связанных с функцией контроля в организациях, предлагаются следующие рекомендации для обеспечения успешной реализации контрольной функции.

В первую очередь, организациям следует разработать четкие политики и руководящие принципы, в которых описываются цель и объем функции контроля, а также типы используемых инструментов мониторинга. Эти политики и руководящие принципы должны предоставлять сотрудникам информацию о том, как будут защищены их права на неприкосновенность частной жизни и как они могут высказывать опасения или сообщать о любых

потенциальных злоупотреблениях контрольной функцией.

Далее организации должны обеспечивать прозрачность при осуществлении ими функции контроля, достигая этого путем предоставления сотрудникам достоверной информации о типах используемых инструментов мониторинга, его частоте и целях. Важно, чтобы сотрудники имели четкое представление о том, как реализуется функция контроля и почему это необходимо.

Организации также должны уважать права сотрудников на неприкосновенность частной жизни при внедрении функции контроля, что возможно реализовать путем осуществления политики мониторинга, соразмерной рискам, которые необходимо устранить, и путем обеспечения того, чтобы доступ к личной информации сотрудников не осуществлялся и не использовался без их согласия.

Кроме того, организации должны предоставлять сотрудникам образование и тренинг по функции контроля и ее этическим последствиям в рамках обеспечения понимания важности функции контроля для достижения целей организации. Также подобная практика позволит гарантировать осведомленность сотрудников о потенциальных этических рисках, связанных с функцией контроля.

Следующим шагом выступает поощрение обратной связи и общения со стороны сотрудников относительно реализации функции контроля путем предоставления каналов, по которым они могут высказывать свои опасения или задавать вопросы. Поощряя открытое общение, вполне возможно укрепить доверие к своим сотрудникам и продемонстрировать приверженность этическому поведению.

В свою очередь, чтобы убедиться в соответствии функции контроля этическим руководящим принципам и нормативным актам, директивные органы любой организации должны осуществлять мониторинг и аудит выполнения функции контроля. Проведение регулярных аудитов и анализ отзывов сотрудников позволяет не только определить векторы развития этического подхода на предприятии, но и выявить потенциальные проблемные области. Любые проблемы, выявленные в ходе мониторинга и аудита, должны быть оперативно устранены.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Функция контроля в организациях является важным инструментом для обеспечения того, чтобы сотрудники придерживались организационной политики и процедур. Однако эта функция также может создавать этические проблемы, которые организации должны решать, чтобы избежать негативных последствий. Устанавливая четкие политики и руководящие принципы, обеспечивая прозрачность, уважая права на неприкосновенность частной жизни, обеспечивая обучение сотрудников, поощряя обратную связь и коммуникацию, а также осуществляя мониторинг и аудит функции контроля, организации могут гарантировать, что контрольная функция осуществляется справедливо и права сотрудников не подвергаются риску. В дальнейших исследованиях следует изучить влияние культурных различий на этические соображения в функции управления или изучить

потенциал технологических инноваций, таких как искусственный интеллект и блокчейн, для решения этических проблем при реализации контрольной функции.

Литература

1. Касюк, Е. А. К вопросу о контроле как этической проблеме / Е. А. Касюк. – Текст: электронный // Экономические науки. – 2015. – URL: <https://novainfo.ru/article/3607> (дата обращения: 02.03.2023).

2. Ладнушкина, Н. М. Этические основы государственного контроля и позиции контролирующего / Н. М. Ладнушкина. – Текст : электронный // Народное образование. – 2012. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eticheskie-osnovy-gosudarstvennogo-kontrolya-i-rozitsii-kontroliruyuschego> (дата обращения: 04.03.2023). Режим доступа: Научная библиотека «КиберЛенинка».

УДК: 657.3

ЛОГИКО-ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ И СИСТЕМНЫЙ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ АУДИТОРСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ДОПУЩЕНИЯ НЕПРЕРЫВНОСТИ

Л.А. Сухарева, к.э.н., ГО ВПО «Донецкий национальный профессор, университет экономики и торговли имени И.Н. Пальцун, к.э.н., доцент, Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, Д.А. Ильина, студентка e-mail: kaf_kontrol@mail.ru

LOGICAL-LINGUISTIC AND SYSTEMATIC APPROACHES TO THE STUDY OF AUDIT DIAGNOSTICS OF THE GOING CONCERN

L. A. Sukhareva, candidate of economic sciences, Professor, SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail I. N. Paltsun, candidate of economic sciences, associate professor, Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, D. A. Iina, Student e-mail: kaf_kontrol@mail.ru

Реферат

Цель. Целью научного исследования является изучение проблемы построения концепции аудиторской диагностики непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта. Основная рабочая гипотеза исследования построена

на предположении зависимости построения концепции аудиторской диагностики от результатов логико-лингвистического и системного подходов к ее исследованию.

Методика. Методологической основой исследования выступили: логико-лингвистический, системный подход – для анализа теоретических и практических наработок в данной области исследования; сравнение, систематизация и обобщение, анализ, синтез, графический метод – для описания интерпретации системного подхода к исследованию аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия.

Результаты. Главным результатом проведенного исследования является графическая интерпретация системного подхода к исследованию аудиторской диагностики непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта.

Научная новизна. На основе логико-лингвистического и системного подходов комплексно представлены принципиально новые акценты в исследовании концепции аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия.

Практическая значимость. Результаты проведенного исследования создают основу для разработки регламентного обеспечения процесса аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятий.

Ключевые слова: *принцип непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта; аудиторская диагностика; системный подход.*

Постановка проблемы. Актуальность исследования проблемы аудиторского диагностирования непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта обусловлена значимостью современного предупреждения признаков банкротства, прекращения деятельности.

Как известно, бухгалтерский учет как информационная система основывается на ряде базовых принципов. Одним из фундаментальных принципов формирования информации бухгалтерского учета является принцип непрерывности деятельности. Для пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности информация о продолжении ее деятельности в обозримом будущем и рисках ее прекращения не менее важна, чем данные о финансовом состоянии, финансовых результатах и денежных потоках. Значение вероятности прекращения основной деятельности организации по финансовым, производственным, нормативно-правовым причинам, прямо пропорционально рискам принятия неадекватных решений пользователями финансовой информации. И наибольшие потери, связанные с таким информационным риском, угрожают группе внешних пользователей отчетности с прямым финансовым интересом (кредитным организациям, инвесторам и др.).

Реализация такого вектора аудита требует глубокого научного обоснования теоретико-методических основ аудиторской диагностики непрерывности, а также соответствующих комментариев по ее практическому внедрению в процесс осуществления аудита финансовой отчетности предприятия, особенно общественного интереса (публичных акционерных обществ).

Именно поэтому проблема построения концепции аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия, разработки научно-обоснованных рекомендаций и конкретных практических подходов по ее организации и методике требует особенной актуальности.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследование проблем развития теории и практики аудиторской диагностики непрерывности деятельности хозяйствующих субъектов находило определенное отражение в научных трудах англосаксонских ученых (Адамс Р., Арене Л. И Лоббек Дж., Робертсон Дж., Монтгомери Р.) [1,2].

Этап реформирования аудиторской деятельности в Российской Федерации, начиная с 2010 года, сопровождается усилением интереса к проблеме отечественных ученых (Арабян К. [4], Бычкова С., Богатая И., Белоусова И., Давыдов Г., Дмитренко И., Егорова И., Сапунова А., Швырева О. и др.). Необходимо отметить, что одной из фундаментальных работ, отражающих исследование проблемы диагностирования степени соблюдения принципа непрерывности деятельности предприятий по праву необходимо признать работу авторов Белоусовой И.Н. и Дмитренко И.Н. [5]. Позже, в 2013 г. (Жминько С.И.) [6] и 2018 г. (Егорова И.С.) [7] выходят еще две монографии, посвященные данной проблематике.

Отдавая должное научному вкладу предшественников, следует обратить внимание на особую актуальность усиления интереса к решению теоретико-методологических аспектов аудиторского диагностирования достаточно сложного объекта – непрерывность деятельности хозяйствующих субъектов.

В частности при разработке внутрифирменных стандартов аудиторских фирм обратить внимание на:

- не совсем четкое теоретическое обоснование этимологического и лексического содержания термина «допущение непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта»;
- отсутствию формализации процесса диагностики, определении концептуальной основы диагностирования.

Постановка задачи. Целью статьи является обоснование целесообразности применения системного подхода к исследованию непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта при разработке внутрифирменных стандартов, регулирующих деятельность аудиторов.

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- конкретизировать экономическое содержание термина «допущение непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта (предприятия)»;
- формализовать процесс аудиторской оценки допущения непрерывности в пределах аудита финансовой отчетности и структурировать его элементы.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов. В основу исследования сущности термина «допущение непрерывности деятельности предприятия» полагаем структурно логико-лингвистический подход, в соответствии с которым исследование осуществляется по трем уровням: синтаксис, семантика

и прагматика.

На основании изучения информационных ресурсов, первый уровень исследования – синтаксис, доказывает, что изучение синтаксического уровня непрерывности деятельности посредством выделения базовых взаимозаменяемых конструкций подтверждает уместность использования термина «допущение непрерывности деятельности предприятия».

На семантическом этапе исследования термина «допущение непрерывности деятельности предприятия» в официальных документах, научных разработках теоретиков и практиков позволяет констатировать, что его содержание сводится к освещению основных моментов:

- оценка активов и обязательств;
- установление намерений руководства предприятия о дальнейшей деятельности;
- выяснение периода дальнейшей работы предприятия.

На прагматическом уровне проводится исследование взаимосвязи допущения непрерывности с другими принципами бухгалтерского учета.

Допущение непрерывности деятельности предприятия позволяет сформулировать такие необходимые выводы:

- смена владельца или лица, на которого возложена ответственность за функционирование субъекта хозяйствования не должна повлиять на ведение учета предприятия;
- все активы должны рассчитываться с учетом себестоимости;
- капитализация расходов;
- резервирование будущих финансовых расходов;
- финансовые результаты не могут быть отнесены к определенному моменту, они всегда возникают за определенный период времени;
- отчетность должна сдаваться на определенную календарную дату.

Дополнительно, авторы Соколов Я.В. и Бычкова С.М. выделяют седьмой вывод – большинство фактов хозяйственной жизни осуществляется в условиях неопределенности.

При комплексном исследовании термина «допущение непрерывности деятельности предприятия» автором [5] доказано уместность применения именно этого словосочетания. В отличие от существующих подходов, признают непрерывность в качестве концепции, принципа или условности, непрерывность деятельности предприятия признается именно как предположение, поскольку является необязательным для исполнения. Впрочем, его несоблюдение требует пояснений в примечаниях к годовой финансовой отчетности, носит двойственный характер (может соответствовать или не соответствовать реальной действительности), а его несоблюдение не означает факт нарушения правил ведения бухгалтерского учета.

Законодательное закрепление и признание допущения непрерывности как принципа составления финансовой отчетности и обязательность соблюдения МСА определило его объектом исследования в процессе аудита, который предусматривает целенаправленный процесс всестороннего изучения

аудитором отдельных признаков, способных негативно повлиять на дальнейшую деятельность предприятия, толкование результатов и формирования на этой основе профессионального мнения относительно соблюдения аудитором допущения непрерывности при составлении финансовой отчетности.

Основным нормативным документом, регулирующим особенности аудита непрерывности деятельности, является Международный стандарт аудита 570 «Непрерывность» [8]. Условия распространения новой коронавирусной инфекции также внесли свои коррективы: как акцентировано в [9], влияние условий COVID-19 на оценку руководством аудируемого лица способности аудируемого лица продолжать непрерывно свою деятельность может быть значительным, особенно для аудируемых лиц, вид экономической деятельности которых отнесен к наиболее пострадавшим в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции. В условиях COVID-19 аудиторские процедуры, выполняемые аудитором в соответствии с МСА 570, скорее всего, будут более обширными, потребуют более убедительных доказательств, аудитору может потребоваться больше времени, чем в обычных условиях [9].

Аудит допущения непрерывности деятельности предприятий взаимосвязан со всеми этапами процесса аудита [5] и, имеет свою логическую структуру.

На основе реферирования литературы и изучения информационных ресурсов было выявлено, что данная тема «Аудиторская диагностика непрерывности деятельности предприятия» является довольно востребованной в изучении не только зарубежных, но и российских ученых [10-13]. Так же рассматривается семантика термина «допущение непрерывности деятельности», бухгалтерское законодательство РФ не раскрывает понятие «принципы бухгалтерского учета», при этом используя термины: «допущения» и «требования», что вызывает трудности в их применении. Проанализировав имеющиеся формулировки, авторы солидарны с мнением ученых, которые считают принципы исходными положениями учета, развивающимися вместе с историей бухгалтерского учета, представляющими потенциал для решения практических задач и являющимися основой всем последующим утверждениям [10]. Таким образом, «допущение» – это базовый принцип, который не меняется под влиянием внешних и внутренних условий хозяйствования экономического субъекта, заложенный изначально при становлении учета в компании, тогда как «требование» – основной принцип учета, прямо или косвенно определяющий правила учета, без вариантов выбора, диктующие соблюдение правил учета. Непрерывность деятельности в полной мере подходит под определение «допущения», так как не зависит от учетной модели, формируемой на уровне государства или хозяйствующего субъекта, а также имеет двоякий характер, то есть, возможно как соответствие предположения реальной действительности, так и обратная ситуация.

Сущность допущения непрерывности деятельности в целях составления бухгалтерской финансовой отчетности раскрыта в п. 5 ПБУ 1/2008 «Учетная

политика организации»: «Организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации или существенного сокращения деятельности и, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке». Допущение непрерывности деятельности аудируемого лица более детализировано в ФПСАД № 11 «Применимость допущения непрерывности деятельности аудируемого лица», где под обозримым будущим понимается промежуток времени, равный 12 месяцам года, следующего за отчетным [10].

Применение системного подхода как основы современной научной мысли в методологии аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятий предусматривает установление применения его целесообразности по отношению объекта исследования через целостное теоретическое обоснование доказательности системности аудиторской диагностики, параметризации элементов системы и связей между ними.

В основе системного подхода лежит исследование объекта (проблемы, явления, процесса) как целостной системы, представленной совокупностью взаимосвязанных элементов.

Обосновывая возможность и целесообразность применения системного подхода к исследованию непрерывности деятельности предприятия, важно выделить его основные характеристики:

- научное познание объекта по своеобразной технологии исследования, описания, объяснения, предсказания и конструирования;
- видение объекта исследования как целостной системы, представленной совокупностью элементов, находящихся в отношениях и связях между собой и создают свойства системы;
- направления на выявление многообразных типов связей элементов и сведение их в единую теоретическую картину;
- выделение присущих системе общих свойств, функций и характеристик, которыми обладают и составляющие элементы или их «арифметическая сумма»;
- рассмотрения системы как некоторой подсистемы более общей системы.

Целостное представление о системе формируется через призму состава и содержания элементов как минимальных компонент. Уместно выделить четыре элемента системы аудиторских диагностик непрерывности деятельности предприятия: субъект, объект, процесс, коммуникативный блок (рис. 1).

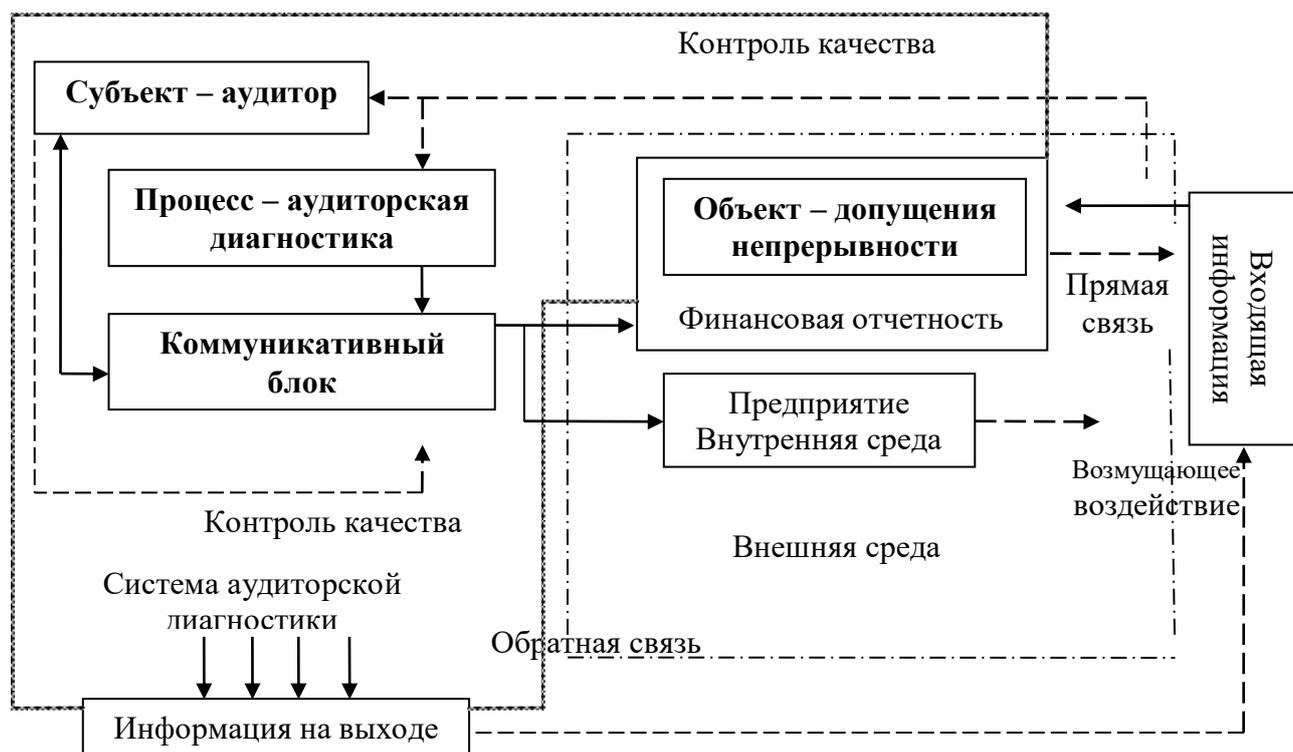


Рисунок 1 – Графическая интерпретация системного подхода к исследованию аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия [5, 10]

В данном исследовании под субъектом понимается аудитор – квалифицированный специалист, имеющий определенный опыт и знания по диагностике непрерывности деятельности предприятия. Выступая внешним субъектом относительно предприятия, аудитор при этом проверяет процесс и результаты самооценки внутренним субъектом (руководством) соблюдение допущения непрерывности.

Следующей составляющей системы аудиторской диагностики непрерывности является объект – элемент, для которого и вокруг которого создается и функционирует система. Объектом исследования в системе аудиторской диагностики выступает допущения непрерывности как основной принцип подготовки финансовой отчетности. Ошибочной будет мнение, что объектом диагностирования является предприятие – публичное акционерное общество как объект обязательного аудита, с которым аудитор выступает в договорные отношения, или его финансовая отчетность, поскольку именно для оценки непрерывности деятельности предприятия применяют диагностические методы. Исследованием деятельности предприятия занимается множество экономических наук (микроэкономика, менеджмент, экономический анализ, статистика и т.д.) из своих специфических, присущих именно этой науке, сторон. Таким образом, логика построения иерархии систем позволяет рассматривать допущения непрерывности как подсистему в рамках более крупной системы.

Следующим элементом системы аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия является действие (процесс) – аудиторская диагностика, которая «служит для определения отклонений и

корректирующих мероприятий».

С онтологической точки зрения, контрольное действие – это разновидность взаимосвязи субъекта с объектом контроля, заключается в освоении подконтрольного объекта в соответствии с потребностями контролирующего субъекта; с гносеологических позиций – это процедура опознания объекта субъектом контроля; с информационной точки зрения – это совокупность процессов получения, обработки и использования релевантных данных о деятельности исследуемого субъекта и объекта, взаимодействующих с ним.

Последним элементом системы аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия является коммуникативный блок, выступает «средством для получения данных на входе системы и доведения информации о необходимости корректирующего воздействия на выходе». Коммуникационные связи отражают активное формирование взаимоотношения между элементами системы по поводу получения, формы подачи и методов передачи информации. Коммуникативный блок на основе закона информированности обеспечивает связь как непосредственно в системе, так и с внешней средой.

Необходимыми условиями функционирования коммуникативного блока является наличие как минимум одного участника – коммуниката, собственные мотивы и цели которого побуждают его к поиску полезной информации по вопросам объектов интереса.

Выводы из указанных проблем и перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Таким образом, классификация типов связей подтверждает существование структуры и организации системы аудиторской диагностики непрерывности деятельности предприятия, а параметризация ее элементов (субъект, объект, диагностический процесс, коммуникативный блок) – правомерность исследования объекта с позиции системного подхода [5].

В ходе проведенного исследования:

- раскрыто содержание дефиниции «допущение непрерывности деятельности хозяйствующего субъекта (предприятия)»;
- интегрирован графически системный подход к исследованию аудиторской диагностики.

Результаты проведенного исследования создают основу для разработки регламентного обеспечения процесса аудиторской диагностики.

Список литературы

1. Адамс Р. Основы аудита: пер. с англ./ Р. Адамс; под ред. Я.В. Соколова. – М.: ЮНИТИ, 1995. – 398 с.
2. Аренс А., Лоббек Дж. Аудит: пер. с англ.; Гл. редактор серии проф. Я.В. Соколов. - М.: Финансы и статистика, 1995. - 560 с.: ил.
3. Робертсон, Дж. К. Аудит. Пер. с англ. под. ред. С.М. Шапигузова. – М.: Аудиторская фирма "Контакт", 1993. – 496 с.

4. Арабян К.К. Проблемы и перспективы российского аудита. - М.: Креативная экономика, 2012. – 194 с.
5. Аудит: диагностика непрерывности деятельности предприятий: [монография] / И.Н. Дмитренко, И.Н. Белоусова; Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк: ДонНУЭТ, 2010. – 320 с.
6. Жминько С.И. Методика аудита непрерывности деятельности организаций: монография/ С.И. Жминько, П.В. Бакланова. - Краснодар: КубГАУ, 2013. - 179 с.
7. Егорова И.С. Оценка допущения непрерывности деятельности: монография / И.С. Егорова. — Брянск: Новый проект, 2018. — 210 с.
8. Приказ Минфина России от 24.10.2016 № 192н (ред. от 30.11.2016) «О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации». – Международный стандарт аудита 570 «Непрерывность». – [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_206927/#dst100008.
9. Рекомендации аудиторским организациям, индивидуальным аудиторам, аудиторам по проведению аудита годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности, годовой консолидированной финансовой отчетности организаций за 2020 год в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (одобрены Советом по аудиторской деятельности 18 декабря 2020 г., протокол № 56). – [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://minfin.gov.ru>.
10. Егорова И.С. Проблематика оценки непрерывности деятельности аудируемого лица // Аудитор. - 2013. - №3. - С.38-44.
11. Международные стандарты финансовой отчетности, учебник 2-е изд. перераб. и доп. / В.Г. Гетьман, О.В. Рожнова, Р.Г. Каспина и др. / Под ред. В.Г. Гетьмана. – Москва: ИНФРА – Москва, 2012.
12. Сапунова А.П. Понятие принципа непрерывности деятельности организации во внутреннем аудите/ А.П. Сапунова// Современное состояние и перспективы развития бухгалтерского учета, экономического анализа и аудита: материалы Международной научно-практической конференции. – Иркутск, 2013. – с. 402-407.
13. Швырёва О.И. Теория и технология аудита предположения непрерывности деятельности организации: проблемы и решения/ Швырёва О.И., Кругляк З.И. –Научный журнал КубГАУ. – 2016. - №118(04). – С. 1-41.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В.Г. Топольник,
д-р техн. наук, проф.

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
г.Донецк, ДНР
e-mail: topolnik.v@gmail.com

A SYSTEMATIC APPROACH TO SERVICE ACTIVITIES

V. G. Topolnik,
Doctor of technical Sciences,
Professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after
Mykhayilo Tugan-Baranovsky»,
Donetsk, DPR,
e-mail: topolnik.v@gmail.com

Реферат

Цель. Цель статьи - применить методы системного анализа к пользующимся большим спросом у населения – парикмахерским услугам.

Методика. В работе применены методы системного анализа, которые заключаются в рассмотрении состава и взаимосвязи частей в целостной общности, предназначенной для достижения конкретной цели.

Результаты. Разработаны модели: сервисной деятельности как системы взаимосвязи потребности, поставщика (исполнителя) услуги, его деятельности, результата деятельности – услуги и потребителя услуги; системы помещений сервисного предприятия «салон-парикмахерская»; операторной схемы технологического процесса оказания услуги по стрижке волос.

Научная новизна. Впервые: разработана концепция сервисной деятельности как целостной системы; систематизирована инфраструктура сервисного предприятия для оказания парикмахерских услуг; предложены графические модели единичных операций, на основании которых разработана операторная схема технологического процесса оказания услуги по стрижке волос.

Практическая значимость. Операторная модель технологического процесса может быть использована для обучения обслуживающего персонала, разработки стандарта предприятия и должностных инструкций.

Ключевые слова: сфера услуг, сервисная деятельность, система, модель, оператор, парикмахерская услуга, технологический процесс, операторная схема.

Постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными или практическими задачами. В последние десятилетия в

экономике активно используется системный подход в исследованиях объектов реальной действительности. Объект исследования рассматривается как самостоятельно функционирующая система, выделенная из окружающей среды. Исходя из этого, при исследованиях отдельные отрасли современной экономики, и в частности сфера услуг, недостаточно применять лишь традиционные для них аналитические исследовательские приемы.

При системном подходе любая система рассматривается как совокупность взаимосвязанных элементов (компонентов), имеющая выход (цель), вход (ресурсы), связывающие объект с внешней средой.

Методологическая специфика системного подхода заключается том, что он ориентирован на:

- ✓ раскрытие целостности объекта и механизмов, его обеспечивающих;
- ✓ выявление многочисленных типов связей в сложном объекте и сведение их в единую теоретическую картину;
- ✓ представление сложного объекта в виде иерархической системы взаимосвязанных моделей (например, языком графики).

Системный подход в прикладном плане выступает в виде системного анализа. Экономическая наука в последнее время активно использует и развивает методологию системного анализа. Системный анализ еще довольно молодое направление в научных исследованиях, его становление продолжается [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Последнее десятилетие методы системного анализа стали применять в исследованиях объектов гостиничного и ресторанного хозяйства.

Так, в гостиничном хозяйстве, проведен системный анализ службы приема и размещения гостиницы [2], оказания информационных [3], административных [4] услуг, услуг временного проживания [5], рекреационных услуг в гостиничном комплексе «Виктория» [6], разработаны операторные модели процесса приемки и размещения [7], оказания услуг «room service» [8].

В ресторанном хозяйстве исследованы вопросы формализации [9], системного представления [10] технологических процессов изготовления кулинарной продукции, разработаны операторные схемы процесса приготовления первых блюд [11], производства замороженных пельменей [12], жареных мясных изделий [13], блюда «блины с грибами» [14] и др.

Публикаций о применении методов системного анализа в сервисной деятельности не обнаружено.

Метод системного подхода позволяет рассматривать сферу услуг, сервисную деятельность как сложную целостную систему, состоящую из элементов разных уровней агрегирования (макроуровень - как область и сектор экономики, микроуровень - как предприятие), а в разрезе предприятия как совокупность выполняемых им функций (маркетинг, предоставление услуг, менеджмент качества, финансы, аудит и т.п.).

Исходя из вышеизложенного, считаем целесообразным применение методологии системного анализа в сервисной деятельности.

Цель статьи – применить методы системного анализа к пользующимся

большим спросом у населения – парикмахерским услугам.

Изложение основного материала исследования. Сфера услуг — часть экономики, которая включает в себя все виды коммерческих и некоммерческих услуг. Это совокупность отраслей, непосредственно удовлетворяющих потребности членов общества.

Сфера услуг обобщает все категории воспроизводства разнообразных видов услуг, которые оказываются предприятиями, организациями, а также физическими лицами. К сфере услуг принято относить культуру, образование, здравоохранение, бытовое обслуживание и т. п. В развитых странах в сфере услуг занято более 60% трудоспособного населения.

Сервисная деятельность или сервис – это совокупность процессов и процедур обслуживания населения с целью удовлетворения его духовных, культурных и материальных потребностей, а также сопровождение произведенных услуг. Специализация деятельности сервисного предприятия зависит от того, каким образом удовлетворяется конкретная потребность, какие услуги оказываются потребителю.

В общем случае наличие потребности инициирует сервисную деятельность. Следовательно, все составные части системы должны быть ориентированы (взаимосвязаны) вокруг потребности.

Как взаимосвязанная система, сервисная деятельность состоит из потребности, поставщика (исполнителя) услуги, его деятельности, результата деятельности – услуги и потребителя услуги (рис. 1).

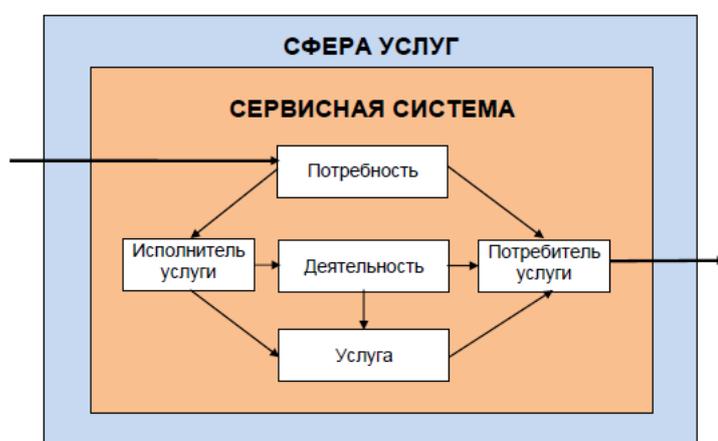


Рисунок 1 – Структурная модель сервисной системы

Любая деятельность, в том числе и сервисных предприятий, требует соответствующей инфраструктуры. Она, прежде всего, обслуживает и обеспечивает основной производственный процесс. Однако, для поддержания основного процесса по производству услуги необходимы и вспомогательные службы.

Достаточно распространенными сервисными предприятиями являются парикмахерские. Они оказывают услуги по уходу за волосами, кожей лица и тела, ногтями, выполняет постижерные работы, косметические услуги.

Рассмотрим состав помещений, обеспечивающих основной производственный процесс салона-парикмахерской.

В зависимости от назначения, в парикмахерских выделяют помещения: для обслуживания посетителей; для приёма посетителей; для обслуживающего персонала; складские и подсобные помещения. В каждом производственном подразделении выполняется определённая функция. Структурная модель помещений парикмахерской, предназначенных для приема и обслуживания потребителей услуг, приведена на рис. 2.

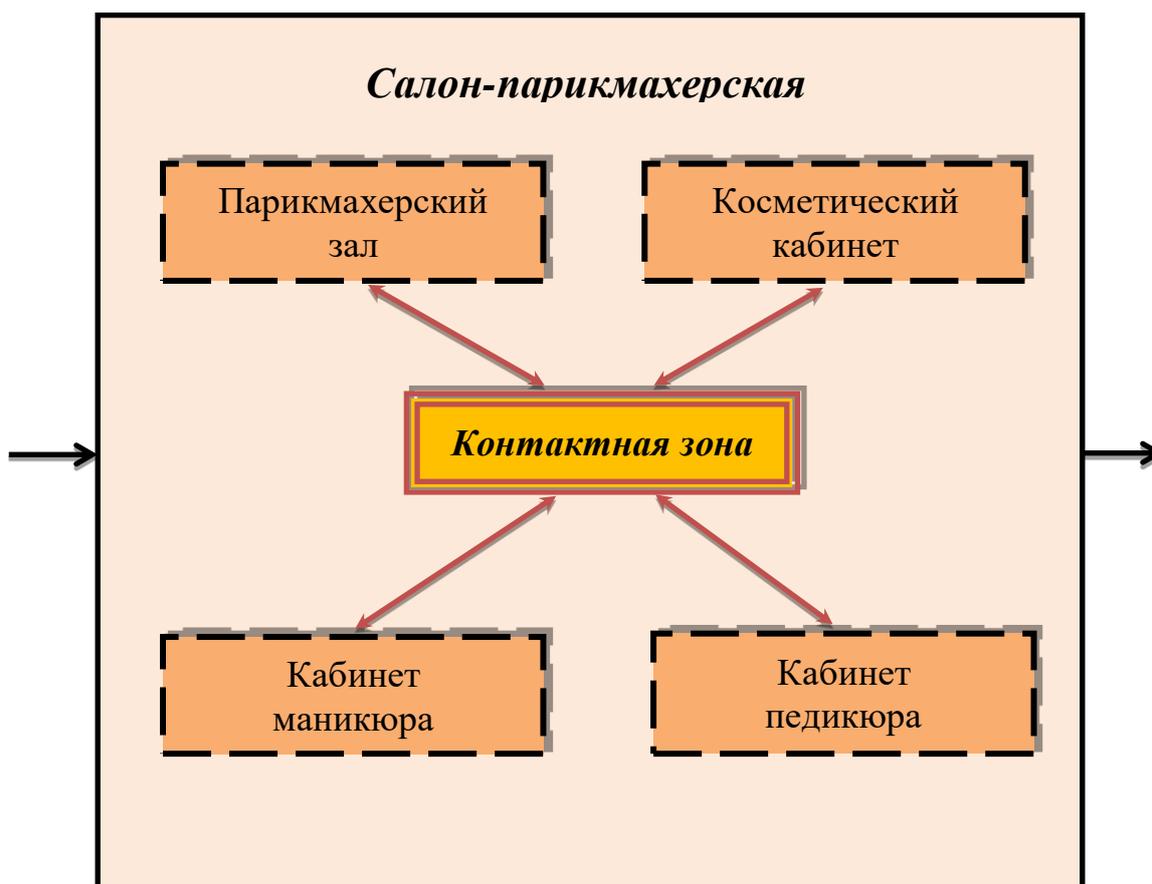


Рисунок 2 – Структурная модель системы помещений салона-парикмахерской

Основной частью производственного процесса является технологический процесс - упорядоченная последовательность взаимосвязанных действий (операций), в ходе реализации которых происходит целенаправленное изменение состояния предмета труда. Технологической операцией называется наименьшая часть технологического процесса, как правило, выполняемая на одном рабочем месте не более, чем одним сотрудником.

Модель системы технологического процесса стрижки волос можно представить следующим образом (рис. 3).



Рисунок 3 – Модель системы технологического процесса оказания парикмахерских услуг

Технологический процесс можно представить также в виде операторной модели, где отдельные элементы обслуживания (операции) представлены соответствующими операторами.

Оператор – это графическая модель элементарной операции процесса. Эта модель должна отражать физическую сущность операции. Операторная схема технологического процесса парикмахерской по оказанию услуги по уходу за волосами приведена на рис. 4.

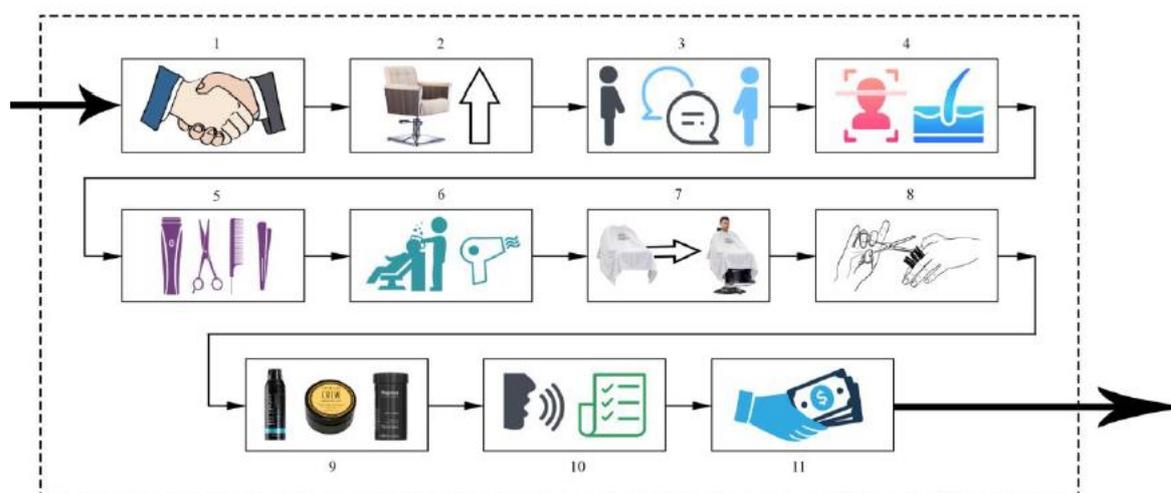


Рисунок 4 – Операторная модель процесса оказания услуг парикмахерской:

1 – оператор приветствия потребителя; 2 – оператор сопровождения потребителя до парикмахерского кресла; 3 – оператор ознакомления с возможными видами стрижки; 4 – оператор внешнего осмотра формы лица, структуры и качества волос; 5 – оператор подготовки инструментов для стрижки; 6 – оператор мытья и сушка волос; 7 – оператор укрытия потребителя пеньюаром; 8 – оператор стрижки волос; 9 – оператор укладки новой стрижки с помощью стайлинговых средств; 10 – оператор сообщения рекомендаций по укладке; 11 – оператор оплаты оказанной услуги.

Графическое изображение всех этапов оказания той или иной услуги помогает визуально определить (увидеть), из каких операций (элементарных действий) состоит весь процесс в целом, и какова последовательность действий персонала во время обслуживания.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Операторные схемы процессов позволяют нам детально проанализировать поэтапное предоставление услуги, что будет способствовать определению проблемных участков (слабого звена) в случаях возникновения конфликтных ситуаций.

Полученные нами результаты следует использовать в практике организации сервисной деятельности. Операторная модель может быть использована при обучении обслуживающего персонала. Можно на ее основе разработать корпоративный стандарт и должностные инструкции для администратора, где наглядно и четко будут указаны все процедуры услуги. Одновременно модель может быть использована для информирования потребителя об услуге: какие особенности процедуры; стоимость, продолжительность, что необходимо при себе иметь. Информацию об услуге можно размещать в печатном информационном материале, который распространяют среди гостей или размещают в «уголке для потребителя».

Дальнейшее направление исследований будет заключаться в системном анализе услуг, номенклатура которых довольно обширная. Целесообразно в качестве предмета исследований отдавать приоритет услугам, пользующимся повышенным спросом у населения.

Список литературы

1. Топольник, В.Г. Системный подход к анализу гостиничных предприятий [Текст]: монография. – Донецк : ООО «Восточный издательский дом», 2016. – 202 с. ISBN 978-966-317-264-4

2. Кульпіна, Ю.П. Системний аналіз послуг служби прийому і розміщення готелю // Техніка та технологія харчових виробництв: зб. тез студ. наук. пр. (технічна серія) – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – вип. 8. – С. 226-227.

3. Пащенко, І.Ю. Система процесу надання клієнтам готелю інформаційних послуг // Техніка та технологія харчових виробництв: зб. тез студ. наук. пр. (технічна серія) – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – вип. 8. – С. 228-229.

4. Прасолова, А.А. Системний підхід до надання адміністративних послуг внутрішнім споживачам готелю // Техніка та технологія харчових виробництв: зб. тез студ. наук. пр. (технічна серія) – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – вип. 8. – С. 230-231.

5. Скриль, А.А. Моделювання технологічного процесу надання послуг тимчасового проживання // Техніка та технологія харчових виробництв: зб. тез студ. наук. пр. (технічна серія) – Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – вип. 8. – С. 222-223.
6. Топольник, В.Г. Системний аналіз процесу надання рекреаційних послуг у готельному комплексі «Вікторія»: конкурсна студ. робота / В.Г. Топольник, Д.С. Коваленко – Донецьк: -ДонНУЕТ, 2012. - 25 с.
7. Топольник, В.Г. Операторные модели системы процессов приема, оформления и размещения гостя в гостинице / В.Г. Топольник, Я.Д. Экзархова // Теория и практика современной науки. -2017. -№3(21). -С. 728-738.
8. Топольник, В.Г. Разработка операторной модели процесса предоставления услуг «Room service» /В.Г. Топольник, А.К. Цыганок // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма: Материалы VII Международной интернет-конференции. Орел: ОГУ имени И.С. Тургенева, 2018. – С. 627-631
9. Топольник, В.Г. Питання формалізації технологічних процесів продукції ресторанного господарства [Текст] / В.Г. Топольник, І.І. Деменко, Г.С. Лаврова, І.В. Павлюк //Прогресивні технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарства: Зб. тез доп. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – С. 108-111.
10. Топольник, В.Г. Системне уявлення технологічної обробки харчової продукції в ресторанному господарстві / В.Г.Топольник // Вісник ДонНУЕТ, с. Технічні науки. – 2013. № 1 (57) – С. 27-32.
11. Топольник, В.Г. Системний аналіз технологічного процесу виробництва перших страв / В.Г. Топольник, О.О. Єгошина // Вісник ДонНУЕТ, с. Технічні науки. – 2012. № 1 (53). – С. 88-95.
12. Топольник, В.Г. Системний аналіз технологічного процесу виробництва заморожених пельменів / В.Г. Топольник, І.І. Деменко // Обладнання та технології харчових виробництв: Темат. зб. наук. пр. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – Вип. 22. – С. 133-140.
13. Топольник, В.Г. Операторы технологического процесса приготовления жареных рубленых мясных изделий / В.Г. Топольник, Ю.В. Лебедина // Техника и технология пищевых производств: тез. докл. VII Междунар. науч.-техн. конф., 21-22 мая 2009 г., Могилев.– Могилев: УО МГУП, 2009. Ч. 1. - С. 216.
14. Топольник, В.Г. Формалізація технологічного процесу приготування млинців з грибами / В.Г. Топольник, М.В. Іващенко // Вісник ДонНУЕТ, с. Технічні науки. – 2011. № 1 (49). – С. 57-66.

СУЩНОСТЬ ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ

Н.Е. Чижова,
канд. экон. наук

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет», г. Донецк, ДНР,
e-mail: natalya_chizhova86@mail.ru

ESSENCE OF INNOVATIVE LOGISTICS STRATEGY

N.E. Chizhova,
candidate of Economics Sciences

SO HPE «Donetsk National University»,
Donetsk, DPR,
e-mail: natalya_chizhova86@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи заключается в определении роли инновационной логистической стратегии как эффективного инструмента оптимизации бизнес-процессов предприятия.

Методика. Абстрактно-логический и аналитический методы было использовано в ходе исследования. сущности логистических инноваций предприятия стало благодаря применению комплексно-методического подхода. Формирование основных условий эффективности инновационной логистической стратегии произошло с помощью использования основ аналитического подхода.

Результаты. Определено, что эффективным инструментом оптимизации бизнес-процессов предприятия является инновационная логистическая стратегия (ИЛС). Ее роль и значение определены на основе анализа исследования. основополагающие аспекты управления логистическими инновациями на предприятии выделены в результате исследования. Также рассмотрены принципы реализации инновационного логистического подхода. На использовании положений стратегического менеджмента указаны составляющие формирования теоретико-методических аспектов управления логистическими инновациями на предприятиях.

Научная новизна. Усовершенствованы теоретико-методические положения формирования инновационной логистической стратегии как эффективного инструмента оптимизации бизнес-процессов предприятия, которые включают в себя принципы реализации инновационного логистического подхода.

Практическая значимость заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы в процессе логистической деятельности предприятия и могут служить базой повышения эффективности функционирования бизнес-процессов предприятия.

Ключевые слова: логистика, бизнес-процессы, инновации, стратегия, развитие.

Постановка проблемы и ее связь с научными и практическими задачами. Инновационные процессы являются особенно востребованными практически во всех отраслях экономики, в условиях высокой конкуренции в современных условиях хозяйствования. Особую роль играют инновации

субъекта хозяйствования в современных экономических отношениях для обеспечения конкурентного преимущества, как на внутреннем, так и на внешнем рынках [1]. Принципы совершенствования и преобразования бизнес-процессов предприятий, а также использование инновационных инструментов и методов комбинаций и их объединение относятся к таким инновациям, которые в первую очередь это касаются логистических процессов. Стратегическим инструментом развития субъекта хозяйствования являются инновации, которые дают возможность получить конкурентные преимущества новатора [6].

Актуальность исследования. Вместе с этим, сектор экономики и промышленности Донецкой Народной Республики переживает сложный переходный период и требует выхода из сложившейся экономической ситуации. Построение инновационной стратегии логистической деятельности является одним из возможных путей решения данной проблемы для предприятия ДНР.

С одной стороны, использование инноваций в логистической деятельности в сфере экономики предусматривает высокие затраты на их реализацию, а также включает трудности их использования. С другой стороны, отметим, что идеальным инструментом для оптимизации бизнес-процессов предприятий и повышения их экономической эффективности является ИЛС. Таким образом, востребованность дальнейших исследований обусловлена актуальностью проблематики данной статьи.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди всего разнообразия научных трудов, посвященных изучению общих вопросов развития и деятельности предприятий, особое внимание заслуживают труды зарубежных ученых: Busher J. [8], Tyndall G. [8], Аникина Б. А. [3].

В профессиональной литературе по экономике и управлению преимущественно анализируется мировой опыт использования логистических подходов в хозяйственной деятельности. Значительный вклад в развитие современной логистики, сделали отечественные ученые: В.В. Щербаков [7], Т.В. Ибрагимхалилова [2], В.С. Лукинский [6], Ю. М. Неруш [5].

Выводы и рекомендации, освещенные в трудах указанных ученых, создали крепкий теоретический и методологический базис в решении ключевых проблем относительно формирования и усовершенствования эффективности деятельности предприятий. Однако, вопросы использования инновационных форм оптимизации бизнес-процессов, а именно на основе использования элементов логистики, в настоящее время, остаются малоисследованными и требуют дальнейших теоретических и практических разведок. Поэтому, данный вопрос приобретает особенной актуализации, обуславливает тему и цель исследования.

Изложение основного материала исследования. Для достижения оптимизации материальных, финансовых и информационных потоковых процессов, которые протекают в определенном пространстве временном промежутке, используется логистика, которая представляет собой научно-практический инструмент общего хозяйствования практически всех экономических рыночных структур. Также логистика используется с целью выявления и реализации потенциальных резервов управления и получения, в конечном счете, дополнительных доходов и прибыли. Эффективность и

целесообразность применения логистики в настоящий период времени в Донецкой Народной Республике и непосредственно использование ее классических инструментов для рыночного механизма обуславливает формирование определения логистики в современном ее понимании.

По мере усложнения процессов интеграции и увеличения количества оптимизационных задач в бизнесе, которые можно наблюдать при преобразовании рыночных структур в корпоративные и ассоциированные объединения, а также при более тесном их взаимодействии, исходя из взаимной выгоды, повышается целесообразность и потребность использования принципов логистической деятельности [3].

За счет совершенствования процесса управления, выявление и использование дополнительных материальных и экономических резервов представляет собой ключевую цель инновационных логистических процессов [9].

Оптимизация логистической деятельности предприятия считается достигнутой, если выполнены следующие семь базовых пунктов:



Рисунок 1 - Правило логистики – «7R»

Перечисленные условия называют правилами логистики – «7R» [3].

Возможность снижения издержек на складирование, транспортировку и уменьшение времени на доставку продукции от производителя к потребителю обеспечивается с помощью логистических систем. [6].

На использовании принципов стратегического управления основываются методические аспекты управления логистическими инновациями на предприятии.

Логистические принципы, в контексте развития стратегии предприятия, можно обобщить через три основных направления (рис. 2):

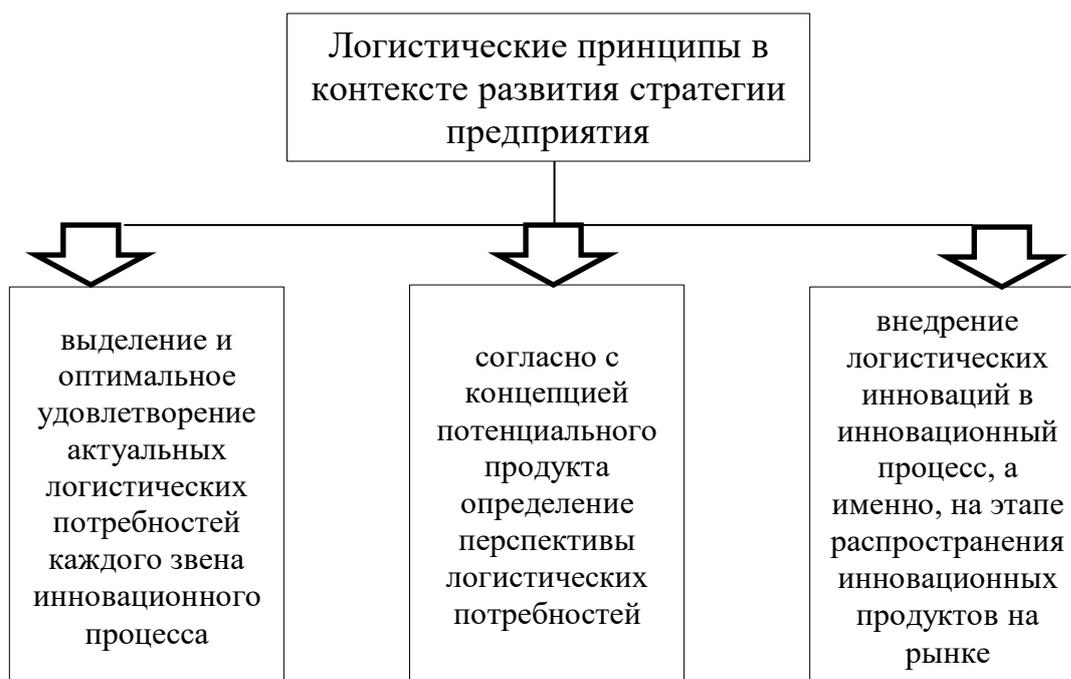


Рисунок 2 - Логистические принципы в контексте развития предприятия

Важной составляющей экономической деятельности предприятия, которая предполагает исследование целесообразности и возможности применения ключевых инноваций в процессы управления на таких уровнях как тактический, оперативный и стратегический являются инновационные логистические процессы [1].

Применение современного подхода, который касается внедрения инноваций в бизнес-процессы предприятия, регулирующие сбытовую деятельность и услуги сохранения готовой продукции, а также исследование и общее использование принципов инновационной логистики предусматривает в целом реализацию логистического процесса.

На основе исследования принципов организации и построения ИЛС предприятия, можно выделить основные этапы ее формирования, а именно постановка цели, определение задач, прогнозирование результатов, анализ издержек на реализацию, оценка рисков, реализация результатов, оценка эффективности полученных результатов. Указанные этапы представляют собой логическую последовательность действий, которая представлена в виде замкнутого цикла, направленных на достижение поставленного результата – оптимизацию бизнес-процессов и определение их эффективности.

Следует отметить, что необходимо учитывать такие ключевые аспекты при реализации инновационного логистического подхода (рис. 3):

Вместе с этим следует отметить, системный подход, который является основополагающим принципом логистики, обуславливает сложные организационные процессы предприятий. В изучении отдельных объектов как структурных частей более сложных систем, то есть предусматривает рассмотрение всех категорий в их единстве и взаимосвязи, и учете взаимосвязей всех элементов и частей большой системы заключается формирование системного подхода.

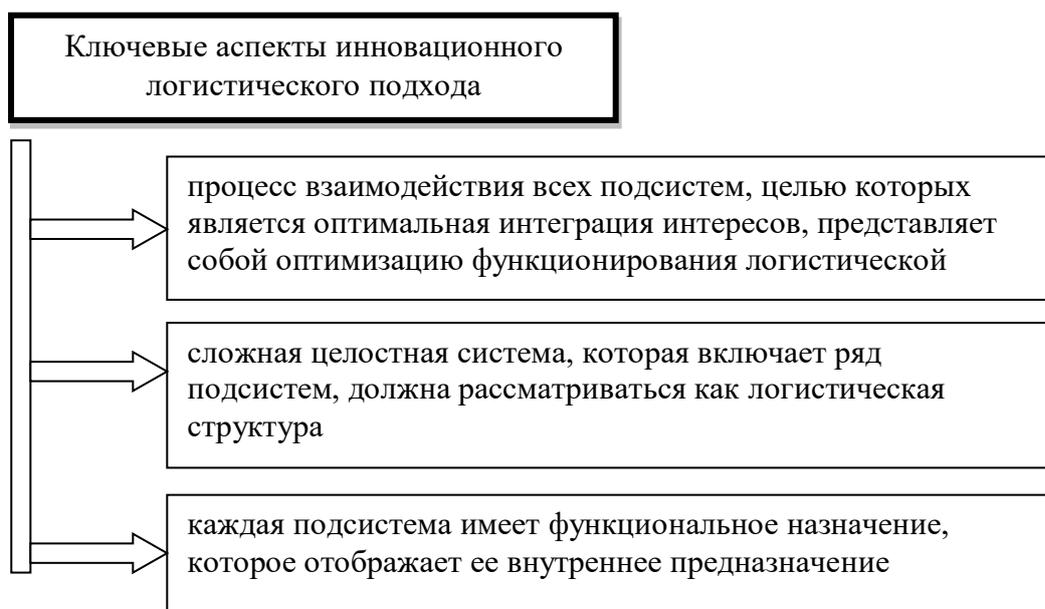


Рисунок 3 - Ключевые аспекты инновационного логистического подхода

На основе системного подхода ключевыми принципами ИЛС должны быть:

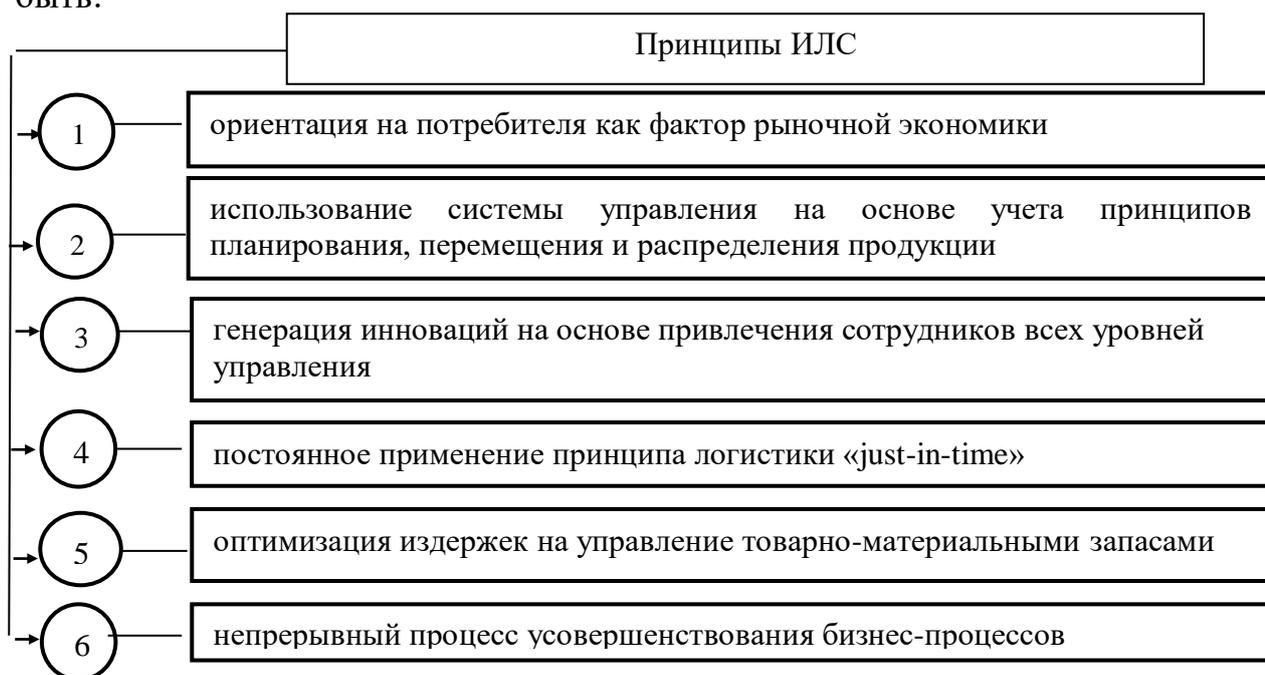


Рисунок 4 - Ключевые принципы инновационной логистической стратегии

Создание системы постоянного контроля над уровнем удовлетворенности потребителя предполагает ориентацию на потребителя. Мероприятия по адаптации предприятия к переменчивым требованиям потребителя, его личным предпочтениям должны быть параллельно разработаны. Этап прогнозирования изменений потребительских предпочтений, рыночных возможностей и угроз, научных достижений науки и развития технологий должен предшествовать достижению указанной цели механизму формирования инновационного логистического инструментария.

В данном случае необходимы компетенции руководителей для успешного

управления инновационными логистическими процессами, такие как лидерские качества и профессионализм руководства предприятия.

Внедрение системы управления, которая основывается на учете принципов планирования, перемещения и распределения продукции дает возможность:

на основе внедрения моделей оптимизации запасов сократить необходимость в складских помещениях;

снизить логистические издержки на хранение и управление запасами готовой продукции предприятия;

между дистрибуцией и производством налаживание взаимодействия;

за счет эффективной обратной связи во время заказа, сократить значение издержек транспортной составляющей;

за счет внедрения эффективной модели управления запасами значительно уменьшить уровень складских запасов.

Реализацию стратегии развития предприятия обеспечат выявление резервов в работе логистической цепи, а также разработки и внедрение наиболее целесообразных и эффективных решений с помощью составления SWOT-анализа [7].

Глубокое исследование перспектив развития потребительских преимуществ, научно-технических, технологических и рыночных возможностей предусматривает оптимизацию логистических бизнес-процессов предприятий. Задачей руководства предприятия должна быть разработка такой стратегии управления логистическими потоками, которая бы обеспечивала надлежащие условия предпринимательской деятельности и благоприятную среду к генерации и реализации инноваций. Использование и активное развитие инновационных логистических механизмов, инструментов и методов управления логистическими потоками, возможно при соблюдении вышесказанных условий.

Также следует отметить, что непосредственными условиями эффективности инновационной логистической стратегии предприятия являются:

– оптимизация производственных и сбытовых процессов;

– интеграция логистической деятельности в основные сферы хозяйствования предприятия, такие как производство, доставка, распределение;

– распределение ресурсов при организации логистических бизнес-процессов;

– внедрение ИЛС в корпоративную стратегию деятельности предприятия.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. На основе проведенного исследования можно сказать, что при существующих экономических условиях хозяйствования в Донецкой Народной Республике, роль и значение логистических процессов неуклонно растет. Использование логистики является одним из ведущих резервов повышения экономической эффективности предприятий. Повышение уровня конкурентоспособности предприятий Донецкой Народной Республики значительной мерой зависит от оптимизации их логистической деятельности в пределах субъекта хозяйствования и в процессах взаимодействия с партнерами в интегрированных цепях поставок. Это формирует потребность в систематическом проведении постоянного мониторинга эффективности логистических процессов и в общем

оптимизации системы логистики как сложной организационно-экономической и технико-технологической системы.

Правильно сформулированная и реализованная ИЛС даст возможность сократить и оптимизировать «проблемные» логистические бизнес-процессы на предприятии. Предприятие, вследствие применения инновационных форм логистической деятельности, сократит свои издержки за счет:

– диверсификации бизнеса – за счет возможности организации на освобожденных территориях оказание дополнительного сервиса, аренды или субаренды части склада под производство или офисную деятельность.

– минимизации перемещений, оптимизации и распределения транспортных потоков, повышение продуктивности труда;

– сосредоточение складского хозяйства;

– уменьшение количества (объемов) просроченной продукции;

Учитывая существующую потребность относительно разработки действенных положений касающихся построения и развития эффективных форм инновационной деятельности в экономике Донецкой Народной Республики, дальнейшие научные исследования, следует проводить в направлении поиска новейшего инструментария оптимизации логистических бизнес-процессов.

Список литературы

1. Гончарук А. Г. Формирование общего механизма управления эффективностью предприятия/ А. Г. Гончарук// Экономика промышленности – 2009. – № 2 (45). – С. 164-175.

2. Ибрагимхалилова Т. В. Применение фулфилмента как альтернативного метода оптимизации логистических процессов и развития электронной торговли в Донецкой Народной Республике / Т. В. Ибрагимхалилова, Я. А. Синицина // Логистические системы в глобальной экономике. – 2017. – № 7. – С. 159-163.

3. Логистика: учеб. пособ./ под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родкиной. – М.: Проспект, 2008. – 408 с.

4. Малицкая С. И. Эффективная система управления логистикой/ С. И. Малицкая // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2010. – № 1. – С. 291–292.

5. Неруш, Ю. М. Планирование и организация логистического процесса: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Ю. М. Неруш, С. А. Панов, А. Ю. Неруш. – М.: Издательство Юрайт, 2022. – 422 с.

6. Управление запасами в цепях поставок. В 2 ч.: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры/ под общ. ред. В. С. Лукинського. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 298 с.

7. Управление цепями поставок: учебник для академического бакалавриата/ под ред. В. В. Щербакова. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 209с.

8. Busher J., Tyndall G. Logistics excellence/ J. Busher, G. Tyndall// Manag. Accoun. – 1987. – № 8. – P. 32-39.

9. Ibragimkhalilova T. Integrated approach in organizing logistic activity/ H.A. Al-Ababneh, S. Popova, T. Ibragimkhalilova, E. Tomashevskaya, O.Popova, M. Ganna// Acta Logistica. – 2020. – Т. 7. – № 4. – С. 235-243.

ЭКОНОМИКА СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 004:351

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕДИНЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ

В. Ю. Малкин,
кандидат юридических
наук, доцент

ГОУ ВО «Луганский государственный
университет имени Владимира Даля»
г. Луганск, ЛНР
e-mail: malkvu@internet.ru

ECONOMIC DIAGNOSTICS OF THE EFFECTIVENESS OF UNIFIED PUBLIC SERVICES

V.Yu. Malkin,
Candidate of Law, Associate
Professor

State educational institution higher education
Luhansk People 's Republic
«Luhansk state university named after Vladimir
Dahl»
Lugansk, LPR
e-mail: malkvu@internet.ru

Реферат

Цель. Исследовать значение для развития рынка единых государственных услуг организации и результатов экономической диагностики эффективности единых государственных услуг.

Методика. В процессе исследования использованы общенаучные методы – анализа и синтеза, индукции и дедукции; специфические – метод восхождения от абстрактного к конкретному; систематизации и обобщения; экономико-логического анализа.

Результаты. Определены критерии оценки эффективности деятельности МФЦ по предоставлению единых государственных услуг населению со стороны потребителей.

Научная новизна. Определены принципы методики оценки качества государственных услуг, такие как: формирование целевых групп потребителей единых государственных услуг; организация и проведение социальных опросов на основе составленных ранее анкет потребителей единых государственных услуг; проведение опроса среди сотрудников; формирование информационных и цифровых площадок для полноценного информационного обеспечения населения данными о спектре услуг на рынке единых государственных услуг и условиях предоставления качественных услуг; формирование условий предоставления услуг различными способами; формирование условий для

предоставления возможности обжалования и проведение соответствующей процедуры обжалования и предоставление полной информации населению; разработка и совершенствование способов разрешения жалоб населения.

Практическая значимость. Достижение высокого уровня удовлетворенности граждан как потребителей услуг МФЦ по перечисленным критериям оценки эффективности деятельности МФЦ по предоставлению единых государственных услуг населению со стороны потребителей может рассматриваться, как показатель социальной эффективности.

Ключевые слова: *рынок единых государственных услуг, экономическая диагностика, эффективность услуг, качество услуг, режим «Одного окна», государственное управление, дистанционный режим.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Необходимо отметить, что вопрос определения эффективности функционирования того или иного института в сфере государственного управления достаточно сложный и до сих пор является дискуссионным и не имеет единого методологического подхода. Одна из причин в том, что конкретная деятельность осуществляется органами государственной власти и направлена на удовлетворение общественных интересов и потребностей социальных групп и отдельных граждан.

Большинство государственных и муниципальных услуг должно предоставляться дистанционно. Об этом в ходе оглашения Послания Федеральному Собранию 21 апреля заявил Президент Владимир Путин. «Все федеральные пособия, пенсии, другие социальные надбавки, услуги будут оформляться и выплачиваться в режиме «Одного окна», без беготни по инстанциям, а просто по факту создания семьи, рождения ребенка, выхода на пенсию или другой жизненной ситуации. Уже через три года абсолютное большинство государственных и муниципальных услуг должно предоставляться дистанционно 24 часа в сутки, семь дней в неделю. То есть, на постоянной основе», – подчеркнул глава государства [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Калинин А.М., Восколович Н.А., Василькевич Т.Ю., Тюшняков В.Н., Савченко И.А., Холикова Г.М., Терещенко Н.Н., Касьянова С.И. – это только небольшой перечень авторов, которые в своих научных публикациях рассматривают особенности современного развития рынка единых государственных услуг.

Цель статьи. Исследовать значение для развития рынка единых государственных услуг организации и результатов экономической диагностики эффективности единых государственных услуг.

Изложение материала исследования. Базовое понятие «эффективность» рассматривается как результативность какого-либо процесса, деятельности или процедуры. Эффективность в сфере управления определяется степенью достижения цели управления, ожидаемого состояния объекта управления. Однако, несмотря на специфику сферы, в которой действует субъект управления, универсальные критерии оценки эффективности должны

оставаться неизменными: это оценка результативности, экономичности и продуктивности. В тоже время, необходимо учитывать социальный характер деятельности органов власти и МФЦ, как организаций, которые на условиях аутсорсинга должны ориентироваться не только на экономичность и продуктивность, но и социальную результативность.

Среди критериев оценки эффективности деятельности МФЦ по предоставлению услуг населению со стороны потребителей могут быть выделены следующие.

1. Доступность: количество МФЦ в населенном пункте, количество оказываемых государственных и муниципальных услуг, наличие остановок общественного транспорта вблизи МФЦ, наличие автопарковки для транспорта у МФЦ, наличие указателей пути до МФЦ, режим работы МФЦ, наличие условий для обслуживания инвалидов, наличие различных каналов связи в МФЦ, в том числе Интернет.

2. Сроки: количество времени, проведенного гражданином в пути до МФЦ, срок предоставления различных услуг МФЦ, количество времени, проведенного в очереди, организация очереди в самом МФЦ (талоны, запись), количество времени обслуживания одного клиента.

3. Работа с информацией, что предполагает наличие для клиента информации об услугах и самом о МФЦ в Интернете, СМИ; возможность клиента получить консультацию по телефону или через Интернет; наличие информации об услугах на стендах в самом МФЦ; присутствие консультанта в зале ожидания в МФЦ для возможности решения любой информационной проблемы; обеспечение конфиденциальности в работе с информацией клиента.

4. Условия оплаты: наличие информации о стоимости государственной и муниципальной услуги, являющейся приемлемой для любого гражданина; возможность оплаты государственной пошлины в самом МФЦ, возможность оплаты услуги в течение всего рабочего дня МФЦ, наличие сопутствующих расходов, также приемлемых для любого гражданина.

5. Поведение персонала, в данном случае имеется ввиду контактное лицо, что предполагает соблюдение следующих норм в общении с клиентом: вежливость, компетентность, организованность, точность в оформляемом документе (отсутствие ошибок в документе, в сведениях, передаваемых клиенту).

6. Комфортность, обеспечение которой включает следующие условия: специальное помещение для ожидания и необходимое количество мест для сидения клиентов, наличие туалета, гардероба в холодное время года; комфортная температура, наличие стола, возможность видеть образцы при заполнении, хорошее освещение, возможность консультации по заполнению, предоставление ручек и бумаги, свободный доступ к дополнительным бланкам, возможность получения дополнительных услуг в МФЦ.

Достижение высокого уровня удовлетворенности граждан как потребителей услуг МФЦ по перечисленным показателям может рассматриваться, как показатель социальной эффективности.

В соответствии с Федеральным законом № 210-ФЗ Минэкономразвития России осуществляется мониторинг деятельности МФЦ. Создана АИС МРС МФЦ, в которую субъекты Российской Федерации вносят данные о МФЦ, ТОСП, ОПО, предоставляемых услугах по принципу «одного окна» [2].

Социологическое исследование проводилось в более чем 70 субъектах Российской Федерации с помощью поквартирных опросов с учетом специфики проживания и численности населения в соответствующем регионе. Так, например, в 2021 году на вопросы анкеты ответило более 23.2 тысячи человек.

Количество обращений представителей бизнес-сообщества в орган государственной власти Российской Федерации (орган местного самоуправления) для получения одной услуги, связанной со сферой предпринимательской деятельности, сократилось до 1,97 в 2016 году. Постепенно сокращается время ожидания в очереди при обращении заявителя в орган государственной власти Российской Федерации (орган местного самоуправления) для получения услуг: в 2016 году этот показатель по Российской Федерации составил 21,9 минуты.

Удовлетворенность граждан качеством предоставления государственных и муниципальных услуг выросла до 82,9 % в 2016 году.

В соответствии с методикой мониторинга значения показателя охвата населения «одним окном» МФЦ должны быть созданы в каждом муниципальном районе и городском округе. По состоянию на 1 января 2015 года – 60,38 % (создано 1 773 МФЦ), на 1 января 2016 года – 94 % охвата населения «одним окном» (создано 2 682 МФЦ). В соответствии с данными, представленными субъектами Российской Федерации, по состоянию на 1 января 2017 года на территории страны создано 2 752 МФЦ (31 983 окна), 10 199 территориально обособленных структурных подразделений (ТОСП) (11 807 окон), 312 офисов на базе привлекаемых организаций (392 окна). Рассчитанный на основе методики показатель охвата населения «одним окном» на указанную дату составляет 96 % от общей численности населения страны [3].

По итогам 2021 г. на рынке единых государственных услуг количество обращений составило более 34,5 млн. обращений за государственными услугами и сервисами в электронной форме через порталы госуслуг в Российской Федерации и более 29 млн. обращений в очной форме через МФЦ. Применение интерактивных форм предоставления государственных услуг позволяет сделать вывод, что количество обращений в электронной форме превышает очную в 1,2 раза.

В соответствии с методикой офисы МФЦ должны быть созданы из расчета одно окно обслуживания на 5 000 человек населения. В небольших населенных пунктах с населением свыше 1 000 человек открываются ТОСП МФЦ. В качестве альтернативного решения предусмотрена возможность организации предоставления в таких населенных пунктах государственных и муниципальных услуг на базе привлекаемых организаций, имеющих разветвленную сеть, например, Почты России [4, С. 91-94.].

Таким образом, предложенная методика оценки качества

государственных услуг, основывается на следующих принципах [5, С. 538-541., С. 538-541.]:

1) формирование целевых групп потребителей единых государственных услуг, которые обслуживаются государственными учреждениями и организациями;

2) организация и проведение социальных опросов на основе составленных ранее анкет потребителей единых государственных услуг для формирования информации и дальнейшей оценки и выявления актуальных проблем на рынке единых государственных услуг и определения степени удовлетворенности оказываемыми услугами, их качеством и полнотой обслуживания;

3) проведение опроса среди сотрудников, которые непосредственно контактируют с населением с целью выявления недостатков в предоставлении услуг;

4) формирование информационных и цифровых площадок для полноценного информационного обеспечения населения данными о спектре услуг на рынке единых государственных услуг и условиях предоставления качественных услуг;

5) формирование условий предоставления услуг различными способами, при этом информируя клиентов о полном спектре услуг и имеющихся способах предоставления услуг, давая возможность выбора способа предоставления услуг;

6) формирование условий для предоставления возможности обжалования и проведение соответствующей процедуры обжалования и предоставление полной информации населению, при этом систематически повышая уровень и качество предоставляемых услуг;

7) разработка и совершенствование способ разрешения жалоб населения, используя опыт зарубежных стран и технологии формирования «цифрового правительства», «умного города» и цифровых решений на рынке единых государственных услуг.

Получатели услуг в декабре 2021 г. оставили 830 тыс. оценок качества предоставления государственных услуг и сервисов. При этом 11,9% оценок сопровождаются комментариями и предложениями по повышению качества предоставляемых услуг. По оценкам экспертов около 9,8 млн отзывов поступило о качестве предоставляемых услуг в 2021 г. Средняя оценка составляет 4,2 по 5 балльной шкале.

В соответствии с решением Правительственной комиссии по проведению административной реформы сформирована система регулярной оценки выполнения регионами мероприятий по организации предоставления услуг по принципу «одного окна», введена в эксплуатацию система мониторинга качества государственных услуг, полученные результаты учитываются при решении кадровых вопросов [6].

При оценке деятельности МФЦ выполняются следующие работы: выявление степени удовлетворенности получателей услуг; оценка степени

удовлетворенности потребителей услуг работой МФЦ; выявление недостатков в работе МФЦ; корректировка деятельности МФЦ с учетом выявленных недостатков.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате реализации комплекса мероприятий в Российской Федерации сформирована принципиально новая система взаимодействия с заявителями, обеспечивающая обслуживание на высоком уровне, сопоставимом с лучшими практиками в коммерческих структурах. Государственные услуги идентифицированы, систематизированы и регламентированы.

Взаимодействие с гражданами постепенно отделяется от органов власти и переводится в МФЦ и в электронные каналы обслуживания. Организовано взаимодействие ведомств между собой в целях передачи информации, необходимой для предоставления государственных услуг, сокращается количество действий и документов, которые заявитель должен представлять в органы власти при получении государственных услуг.

Список литературы

1. Все госуслуги с 2022 года должны предоставляться в режиме «одного окна» – Владимир Путин [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://er.ru/activity/news/vse-gosuslugi-s-2022-goda-dolzheny-predostavlyatsya-v-rezhime-odnogo-okna-vladimir-putin>

2. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/

3. Портал госуслуги Российской Федерации [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://esia.gosuslugi.ru/login/>

4. Калинин А.М. Создание многофункциональных центров предоставления государственных и муниципальных услуг в России: результаты мониторинга / А.М. Калинин // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2017. – № 2. – С. 91-94.

5. Терещенко, Н. Н. Методика и модель оценки качества государственных услуг, адаптированная к российской системе государственного управления / Н. Н. Терещенко, С. И. Касьянова // Молодой ученый. – 2017. – № 4 (138). – С. 538-541., С. 538-541.

6. Методика проведения мониторинга значения показателя «Доля граждан, имеющих доступ к получению государственных и муниципальных услуг по принципу «одного окна» по месту пребывания, в том числе в многофункциональных центрах предоставления государственных услуг»: утверждена протоколом заседания Правительственной комиссии по проведению административной реформы от 30 октября 2012 г. № 135 [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://mits.mosreg.ru/upload/iblock/6bc/242296.pdf>

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В СФЕРЕ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Д. К. Кулешов,
кандидат технических наук,
доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк
e-mail: kuleshov.denis@internet.ru

FORMATION OF A COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE SERVICE SECTOR IN A CRISIS

D. K. Kuleshov,
Candidate of Technical
Sciences, Associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayilo
Tugan-Baranovsky»,
Donetsk
e-mail: kuleshov.denis@internet.ru

Реферат

Цель. Определить основные особенности формирования конкурентной среды в сфере услуг в условиях кризиса в условиях цифровизации сферы услуг.

Методика. Для достижения поставленной цели были использованы следующие методы исследования: логический, сравнительный, системного подхода, систематизации информации, методы теоретического обобщения, сравнения, синтеза, индукции и дедукции.

Результаты. Выявленные факторы, составляющие потенциал предприятия сферы услуг, ложатся в основу перечня конкурентных преимуществ, а конкурентные преимущества, в свою очередь, влияют на рентабельность функционирования, финансовую устойчивость, гармоничность и перспективность развития, а также безопасность деятельности в целом.

Научная новизна. Определено, что управление конкурентоспособностью на предприятии происходит на базе функционирования информационной системы, так как основой для принятия управленческого решения по производству конкурентоспособной продукции являются данные по качеству и стоимости, циркулирующие в информационной системе, обеспечивающие информационную поддержку конкурентоспособности предприятия

Практическая значимость. Определены основные мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятий сферы услуг в системе продвижения товаров и услуг.

Ключевые слова: *сфера услуг, конкурентная среда, конкурентный потенциал, конкурентоспособность, цифровая экономика, цифровизация, продвижение товаров и услуг, информационная система.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях геополитической энтропии

конкурентная борьба предприятий на мировом рынке связана с активным поиском новых стратегий, методов и технологии мониторинга, оценки и анализа процессов и явлений для выработки рекомендаций по обеспечению устойчивого развития, адаптированного к релевантным условиям новой экономической среды [1, С. 427-430.].

Формирование конкурентной среды для предприятий сферы услуг всегда остается важной и актуальной темой для научного исследования, особенно в условиях, когда наблюдаются и происходят структурные сдвиги в деятельности предприятий различных отраслей хозяйствования.

Кризисные ситуации, которые были вызваны мировой пандемией и влиянием западных санкций внесли существенные структурные изменения, изменили подход к управлению и создали прецедент для формирования новых адаптивных стратегий развития предприятий всех отраслей хозяйствования, изменили подход к ведению бизнеса в деятельности предпринимательских структур, также повлияли на изменение портрета покупателя на рынке товаров и услуг, так как значительно изменились их покупательские предпочтения и покупательские привычки, особенно учитывая влияние цифровизации и повышение уровня проактивности потребителей и клиентов.

Анализ последних исследований и публикаций. При написании статьи были использованы мнения и точка зрения отдельных ученых, таких как: В.В. Асаул, В.А. Кощев, Ю.А. Цветков, О.Н. Балаева, М.Д. Предводителева, А. А. Шевченко, О.Н. Наумова, А.Е. Дорбаева, Е.В. Шестакова, В. Завьялов, Н.Б. Завьялова, Е.В. Киселева.

Цель исследования. Определить основные особенности формирования конкурентной среды в сфере услуг в условиях кризиса в условиях цифровизации сферы услуг.

Изложение основного материала исследования. Определим основные мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятий сферы услуг в системе продвижения товаров и услуг [2, С. 550-554]:

1. С целью повышения уровня конкурентоспособности украинских предприятий на внутреннем и международном рынках целесообразно создать и внедрить качественно новую систему государственного регулирования (парадигмы, стратегии развития, программы, инструменты и т.д.), которая за счет перераспределения прибыли будет направлена к инновационному развитию страны путем поддержки секторов экономики, нуждающихся в значительных научных достижениях.

2. Создание спроса на товары и услуги, обладающие высоким уровнем интеллектуальности, использование современных инноваций.

3. Повышение уровня технологической готовности, что позволит повысить уровень конкурентоспособности отечественных предприятий на международном рынке.

4. Использование передовых IT-технологий в деятельности государственных структур, что позволит улучшить позиции страны в рейтингах конкурентоспособности.

Одной из мер по повышению конкурентоспособности предприятий

является внедрение пользовательского программного обеспечения. В этих обстоятельствах выбору пользовательского программного обеспечения следует уделить значительное внимание.

Эта проблема может быть решена с помощью одной из таких мер: разработка свободного программного обеспечения; покупка лицензионного программного обеспечения; использование нелицензионного программного обеспечения, находящегося в свободном доступе.

Конкурентоспособность ученые характеризуют как устойчивую способность компании к приобретению, сохранению и увеличению доли на рынке на основе востребованного потребителями товара и возможности своевременно и качественно реагировать на изменения условий рынка [3, С. 127–128.].

Повышение конкурентоспособности предполагает активизацию позиционирования на рынке, выявление внутренних резервов, использование инновационного подхода в управлении ресурсами, процессами и событиями с позиции динамики и концентрации позитивных изменений [4, С. 31–39.].

Следовательно, управление конкурентоспособностью на предприятии происходит на базе функционирования информационной системы, так как основой для принятия управленческого решения по производству конкурентоспособной продукции являются данные по качеству и стоимости, циркулирующие в информационной системе, обеспечивающие информационную поддержку конкурентоспособности предприятия [5, С. 331–336.].

Таким образом, при организации вертикального и горизонтального взаимодействия подразделений предприятия при производстве продукции информационная система выступает как стратегический ресурс и становится ключевым аспектом в управлении и повышении конкурентоспособности предприятия.

Кроме этого, нужно отметить, что информационная технология и информационная система сами по себе не дают конкурентных преимуществ. Их нужно использовать для поддержки стратегии конкуренции предприятия.

В цифровой экономике конкурентоспособность предстает в виде динамичной, емкой и прогрессивной способности предприятия осуществлять успешную хозяйственную деятельность на рынке в конкурентной среде на основе эффективного формирования и использования интеллектуального, трудового, технологического, информационного и кадрового потенциала в условиях рыночной энтропии, асимметрии информации, напряженности и рисков [6, С. 56–64.].

Выявление конкурентных преимуществ предприятия сферы услуг основано на анализе состояния и прогнозе развития условий макроокружения и активности субъектов деловой среды.

Это необходимо для разработки конкурентной стратегии, направленной на поддержание или формирование конкурентных преимуществ.

Подробный анализ приводит к выявлению факторов, показывающих основные позиции, где один субъект рынка услуг превосходит (или уступает)

другого. Перечень таких факторов зависит от условий внешней среды, поэтому не является постоянным, а динамически меняется в зависимости и от направления деятельности самого предприятия, и от изменений внешней среды.

Выявленные факторы, составляющие потенциал предприятия сферы услуг, ложатся в основу перечня конкурентных преимуществ, а конкурентные преимущества, в свою очередь, влияют на рентабельность функционирования, финансовую устойчивость, гармоничность и перспективность развития, а также безопасность деятельности в целом.

Принимая решение об использовании цифровой платформы, выбор бизнес-модели является чрезвычайно важным, но не достаточным условием успеха. В цифровой экономике выделяют три уровня процессов:

1) развитие рынков и отраслей (видов деятельности);

2) развитие платформ и технологий;

3) состояние среды, которая определяет условия развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия хозяйствующих субъектов (нецифровые факторы развития цифровой экономики – нормативное регулирование, кадровый потенциал, информационная безопасность). Каждый из этих аспектов следует учитывать при переходе в цифровую среду [7, С. 443-454].

С целью развития инновационной деятельности и повышения конкурентных преимуществ необходимо применять инновационные методы в конкурентной борьбе. Охарактеризуем некоторые из них.

Чтобы развивать новый инструмент повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг целесообразно использовать инструменты, которые принято называть «штурм решений» или мозговой штурм, которые позволяют выбрать альтернативный из многочисленного количества вариантов решений, которые предлагаются рабочей группой или командой, основная цель которых найти пути повышения конкурентоустойчивых позиций для предприятий сферы услуг.

Это когда до начала тестирования клиентов должен приводиться широкий поиск решений, а позже варианты данных решений должны сузиться до одного решения, наиболее приемлемого для развития предприятий сферы услуг.

Широкий подход к поиску решений – фундаментальный принцип таких мозговых штурмов и для инноваций в целом также играет важную роль при разработке и внедрению.

Он ведет к появлению большого числа вариантов и решений, а также различных вариаций и комбинаций данных решений, которые в свою очередь ведут к новым решениям, которые будут иметь преимущества над конкурентами.

При разработке и выборе решения необходимо проанализировать аналоги и дополнения к решению, которое сформировалось, это тоже может дать подсказку к поиску альтернативного решения, потому что зачастую решение лежит на поверхности проблемы и может быть находиться в смежных процессах.

Применение различных технологий поиска решения выхода из кризиса, формирования антикризисных стратегий предприятий сферы услуг, которые значительно пострадали от влияния кризиса, разработка концептуальных моделей формирования конкурентной среды всегда будут предметом дискуссий заинтересованных лиц.

Выводы по данному исследованию и направления дальнейших разработок по данной проблеме. Разработка и внедрение платформ и технологий осуществляется частным бизнесом, но процесс развития контролируется государством. Сегодня можно констатировать, что процесс создания платформенных решений, несмотря на активность в данной области, не завершен и говорить о наличии готовых цифровых платформ как отраслевых решений для промышленных предприятий говорить пока преждевременно.

Необходимо в дальнейших научных публикациях уделить внимание разработке укрупненной схемы основных внутренних показателей конкурентоспособности предприятия сферы услуг, основным показателем в которой будет инновационная деятельность, которая формирует конкурентное преимущество в деятельности предприятий, в том числе и предприятий сферы услуг.

Список литературы

1. Бабанов, А. Б. Факторы повышения конкурентоспособности предприятия в условиях цифровой трансформации / А. Б. Бабанов, Р. Х. Шаваев // Молодой ученый. – 2021. – № 50 (392). – С. 427-430.
2. Ayele, Y.Z., & Varabadi, A. Marketing Management Challenges—A Nordic Small and Medium Size Enterprises (SMEs) Perspective. In 2018 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM), 2018. – pp. 550-554.
3. Тюриков А. В. Информационные системы управления производством как средство повышения конкурентоспособности предприятия // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. – 2013. – № 3. – С. 127–128.
4. Лифшиц А. С., Жерелова А. А. Конкурентоспособность предприятий в кризисных условиях: оценка и резервы роста // Известия высших учебных заведений. Серия: Экономика, финансы и управление производством. – 2020. – № 2 (44). – С. 31–39.
5. Осташко О.Ю. Информационные технологии в управлении конкурентоспособностью современного предприятия / О. Ю. Осташко // Труды БГТУ. – 2016. – № 7. – С. 331–336.
6. Никулин Р. А. Трансформация факторов конкурентоспособности в условиях цифровой экономики // Вестник РУК. – 2019. – № 1 (35). – С. 56–64.
7. Завьялов, Д.В. Цифровые платформы как инструмент и условие конкурентоспособности страны на мировом рынке товаров и услуг / Д.В. Завьялов, Н.Б. Завьялова, Е.В. Киселева // Экономические отношения. – 2019. – № 2. – С. 443-454.

АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ ОБ АУТСОРСИНГЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

**А.В. Половян, д-р экон. наук,
доц.**

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: polovyan@yandex.ru

К.И. Сеницына, канд. экон. наук

ГБУ «Институт экономических
исследований»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: SinitsinaK@mail.ru

ALGORITHM OF DECISION-MAKING ON OUTSOURCING OF PUBLIC SERVICES UNDER THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

**A.V. Polovyan, Doctor of
Economic Sciences, Associate
Prof.**

SEI HPE «Donetsk National University»,
Donetsk, DPR,
e-mail: polovyan@yandex.ru

**K.I. Sinitsyna, Candidate of
Economic Sciences**

SBI «Economic Research Institute»,
Donetsk, DPR,
e-mail: SinitsinaK@mail.ru

Реферат

Цель. Разработка алгоритма принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации и определение эффектов и ограничений при осуществлении аутсорсинга государственных услуг.

Методика. В процессе исследования использованы общенаучные и эвристические методы.

Результаты. В работе разработан алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации. Определены эффекты от принятия положительного решения об аутсорсинге государственных услуг, а также выделены проблемы и ограничения, которые необходимо учитывать.

Научная новизна. Разработан алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации, на основе системного подхода, что применение которого позволяет принять обоснованное решение лицу, принимающему решение, о необходимости передачи государственной услуги на аутсорсинг.

Практическая значимость заключается в том, что алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг может быть использован органами исполнительной власти для улучшения практики аутсорсинга.

Ключевые слова: *аутсорсинг, государственные услуги, цифровизация, принятие решений, контракт.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Цифровизация общественной жизни населения и экономики приводит к тому, что правительство переходит от периода «предполагаемого предоставления услуг правительством» ко времени, когда «качество предоставления услуг имеет значение»: от общих обсуждений эффективности к поиску основанных на фактических данных определений того, как можно улучшить производительность и эффективно измерить ее, особенно когда речь идет о передаче государственных услуг на аутсорсинг.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями вопросов аутсорсинга услуг занимались В.О. Бессарабов и Л.И. Тымчина [1-3], И.С. Орлова и Г.М. Цинченко [4], А.В. Зобнин [5], А.А. Голубев и Н.В. Овсянникова [6], В.В. Жилинская [7], В.В. Лукьянова [8], А.А. Рабаданова [9], К.Г. Чагин [10] и др. Однако особый практический интерес представляет изучение аутсорсинга государственных услуг, что позволит повысить эффективность работы органов государственной власти, а также качества предоставляемых услуг.

Изложение основного материала исследования. Государственные служащие обязаны перед своими налогоплательщиками создавать наибольшую общественную ценность на каждую денежную единицу, путем заключения сделок как с государственными, так и частными компаниями. При этом, каждая транзакция сопряжена со сложностями, включая: оценку цены предоставления услуг; измерение уровней обслуживания; выбор наиболее компетентного поставщика; управление персоналом; обеспечение равенства, беспристрастности и прозрачности; решение технических проблем; улучшение межорганизационной координации; обеспечение подотчетности общественных организаций и их агентов по предоставлению услуг. Следовательно, расчет затрат и выгод от аутсорсинга особенно сложен. Поэтому предлагается алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации (рис. 1).

Этап 1. Определить первоначальные мотивы для аутсорсинга государственных услуг. Существует множество различных причин рассматривать возможность аутсорсинга. Например, для достижения экономии средств, повышения производительности, повышения политической отзывчивости и сокращения текущих и будущих финансовых обязательств правительств. Аутсорсинг может способствовать достижению целей стратегического плана, которые в противном случае не могли бы быть достигнуты. Например, научные исследования и разработки могут быть приоритетом, но у правительства может не быть финансовых или человеческих возможностей инвестировать в это. Аутсорсинг может переложить часть крупных инвестиций в основной капитал, связанных с НИОКР, приобретением технологий и развитием инфраструктуры. Аналогичным образом, аутсорсинг может позволить больше сосредоточиться на своей основной миссии и меньше на второстепенных видах деятельности.



Рисунок 1 – Алгоритм принятия решения об аутсорсинге государственных услуг в условиях цифровизации

В большинстве случаев правительства ссылаются на мотивы аутсорсинга, начиная от экономии средств и заканчивая доступом к специализированному опыту, повышением гибкости, немедленным доступом к современным технологиям и быстрым внедрением высококачественных услуг. Но техническая осуществимость, затраты и выгоды не могут быть должным образом оценены, что затрудняет достижение результатов, без ясности цели. Обоснованное решение об аутсорсинге требует широкого набора навыков, который в значительной степени будет зависеть от первоначального обоснования и масштаба проекта. Более того, когда мотивы ясны и прозрачны и могут быть определены с точки зрения объективных показателей успеха, также легче определить, есть ли у кого-либо из лиц, принимающих решения, или советников конфликт интересов и существуют ли оптимальные политики и структуры для обеспечения независимости, честности и объективности решения об аутсорсинге.

Этап 2. Оценка осуществимости, потенциальных затрат и выгод от инициативы по аутсорсингу государственных услуг. Как только мотивы для

аутсорсинга станут ясны, необходимо полностью оценить его целесообразность. Законы и подзаконные акты, налоговая политика, существующие трудовые контракты и межправительственные соглашения – все это может иметь последствия для оценки осуществимости проекта аутсорсинга государственных услуг, а также затрат и выгод, вытекающих из него. Интересы заинтересованных сторон также должны быть поняты и оценены. Следует также отметить тех, кто будет поддерживать инициативу аутсорсинга, и тех, кто, скорее всего, будет выступать против нее. Предоставление голоса целому ряду заинтересованных сторон может помочь смягчить противодействие в будущем. Часто альтернативные решения неочевидны. Следует рассмотреть полный спектр вариантов предоставления услуг, включая предоставление собственными силами, предоставление другими правительственными подразделениями, контракты с некоммерческими организациями, контракты с коммерческими организациями и/или предоставление по гибридным соглашениям.

Чтобы сравнить альтернативы, лица, принимающие решения, должны располагать полными и надежными данными о затратах, выгодах и производительности для всех функций и услуг, предназначенных для аутсорсинга государственных услуг. Может быть проведен анализ стоимости требуемых услуг, чтобы определить, во что такие услуги должны обойтись государственному учреждению.

Сравнение внутренних и внешних вариантов должно включать полный учет вероятных операционных издержек, включая затраты на сбор данных, согласование контрактов, надлежащий мониторинг эффективности, координацию текущих усилий, урегулирование споров по мере их возникновения, а также внесение изменений и возобновление контрактов.

Этап 3. Планирование проекта государственных услуг, передаваемых на аутсорсинг. Чем яснее лица, принимающие решения, представляют себе цели и ожидаемые результаты, тем лучше они могут планировать основные процессы, задачи и контрольные этапы, а также определять связанные с ними затраты. Правильное определение масштабов и планирование важны для привлечения правильных поставщиков и установления разумных ожиданий. Важно отметить, что должно быть предоставлено достаточно времени для точного описания услуги или функции, особенно когда прецедентов не существует.

Время для определения сферы охвата и планирования имеет важное значение. Планировщикам следует попытаться проконсультироваться с потенциальными поставщиками (например, на предварительном публичном собрании, на котором приглашаются все заинтересованные поставщики) и другими техническими экспертами, прежде чем составлять тендерный документ. Чем раньше это произойдет в процессе, тем лучше. Должностным лицам рекомендуется разработать наиболее важные требования, которые усиливают цель поддержания конкуренции и служат руководящими принципами для всего процесса выбора источника.

Полезной практикой является публикация запросов на информацию, которые могут дать правительству хорошее представление о возможностях

сообщества поставщиков. Когда до запроса предложений осуществляется надлежащее планирование и определение сферы охвата, более разнообразная группа заинтересованных сторон, вероятно, примет участие, включая возможных поставщиков, государственных служащих, выборных должностных лиц, граждан и консультантов. Чем шире диапазон входных данных, тем больше вероятность того, что любые потенциальные вопросы и неполадки проявятся на ранней стадии и могут быть решены до выдачи тендерного документа. Планировщикам также следует создать информационные системы, способствующие частой и систематической обратной связи, например, путем планирования публичных форумов и разработки веб-сайтов для отправки комментариев и ответов.

Этап 4. Разработка конкретных и эффективных требований к контракту по аутсорсингу государственных услуг. Насколько это возможно, необходимо точно описать ключевые аспекты проекта (входные данные, процессы, технологии, выходные данные и/или конечные результаты), которые необходимы для его успеха. Необходимо обеспечить возможность разработки краткого описания условий контракта по аутсорсингу государственных услуг с ключевыми принципами и требованиями контракта для включения в тендерную документацию. Требования контракта должны сбалансировать потребности в конкретности, гибкости и возможностях взаимной корректировки. При составлении контрактных спецификаций ищите возможности повышения операционной эффективности за счет существующего метода доставки.

Этап 5. Поощрение конкуренции. Повышение эффективности основывается на привлечении конкуренции и оптимизации базы поставщиков. Необходимо избегать разработки слишком узких спецификаций контрактов, которые без необходимости исключают потенциальных поставщиков из участия в торгах. Можно использовать сочетание государственных, частных и некоммерческих поставщиков, чтобы избежать «сужения рынка» в течение срока действия контракта. Можно использовать контракты на неопределенную поставку / неопределенное количество, которые способствуют постоянной конкурентной среде и мотивируют подрядчиков к инновациям и обеспечению превосходной производительности, а также предоставляют правительственному учреждению рычаги, необходимые для изменения требований. Государственные органы должны быть вовлечены на постоянной основе в снижение регулятивных барьеров, связанных с поддержанием рынков. Они также должны обеспечить наличие достаточных правил для снижения вероятности сговора между поставщиками и/или неподобающих действий между персоналом по закупкам и участниками торгов с помощью информационных технологий.

Этап 6. Выбор «лучших» поставщиков и партнеров по аутсорсингу государственных услуг. Существует несколько шагов к выбору «лучших» поставщиков и партнеров. После оптимизации базы поставщиков и до заключения контракта должна быть проведена тщательная и объективная оценка потенциальных поставщиков и партнеров. Должен быть разработан метод оценки ответов и выбора победителя, включающий четко определенные

и ранжированные или взвешенные критерии оценки. Критерии оценки должны отражать такие соображения, как возможности и подход, предлагаемые уровни обслуживания, цена, адекватность управленческой команды подрядчиков и прошлые результаты работы подрядчиков.

Этап 7. Осуществление переговоров и подготовки контрактного документа по аутсорсингу государственных услуг. Как только партнеры и поставщики выбраны, необходимо обсудить и уточнить окончательные условия контракта по аутсорсингу государственных услуг. Должна быть разработана политика, обеспечивающая честность переговоров. Определение и соблюдение всех соответствующих требований к закупкам требует времени. Контракты должны устанавливать четкие ожидания, роли и ответственность. Пересмотрите соответствующий срок действия контракта с должным учетом уровня инвестиций партнеров, ожидаемых результатов, толерантности к риску, предыдущих результатов и затрат, связанных со сроками пересмотра условий.

Этап 8. Оценка выполнения контракта по аутсорсингу государственных услуг как вовремя, так и по окончании его действия. Процедура мониторинга и оценки должна быть разработана заранее, чтобы оградить оценки эффективности и разногласия по контракту от ненадлежащего политического влияния. В контракте должны быть четко определены основные этапы, ожидаемые уровни обслуживания, показатели производительности и стандарты. Мониторинг эффективности следует рассматривать как повторяющийся и динамичный процесс, в ходе которого могут происходить обучение, изменения и инновации. Особенно при закупках с высокой стоимостью следует проводить периодический обзор проекта, в ходе которого обе стороны могут обсудить проблемы, связанные с выполнением, а также определить дополнительную экономию средств, которая могла бы быть достигнута благодаря совместному подходу.

Также необходима оптимизация мониторинга с помощью технологий, что позволит сделать его частым и полагаясь на многочисленные источники обратной связи.

Этап 9. Сведение к минимуму сбоев в обслуживании и других трудностей, связанных с контрактом по аутсорсингу государственных услуг. В дополнение к разработке контракта с учетом проблем, связанных с окончанием срока действия контракта по аутсорсингу государственных услуг. Организации-заказчику необходимо тщательно разрабатывать и пересматривать положения контракта, которые могут повлиять на переход, включая права на документы, правопреемников в интересах и любые права собственности на знания и оборудование. Правительственные чиновники должны убедиться, что первоначальный контракт включает положения, касающиеся государственной собственности на все данные и интеллектуальную собственность, связанные с проектом. Особое внимание должно быть уделено положениям о штрафах, досрочном расторжении и выкупе, которые обязывают правительство поддерживать долгосрочные отношения.

Следовательно, принятие решения об аутсорсинге государственных услуг

может привести к положительным эффектам, а именно:

передача государственных услуг на аутсорсинг может стать источником новых идей о том, как выполнять работу более эффективно, используя знания и ресурсы, которых не хватает в государственном секторе;

аутсорсинг может обеспечить осуществление научных исследований и разработок, когда у правительства нет финансового или человеческого потенциала для инвестирования в инновации;

аутсорсинг может привести к фундаментальным изменениям в структуре и культуре организации, которые могут способствовать повышению производительности;

аутсорсинг может высвободить государственные учреждения, чтобы они могли сосредоточиться на стратегии, планировании и основных функциях, которые они выполняют лучше всего;

аутсорсинг может смягчить долгосрочные структурные проблемы, с которыми сталкиваются правительства в отношении медицинского обслуживания и пенсионных пособий.

Однако, стоит учитывать, что при принятии решения об аутсорсинге государственных услуг необходимо учитывать проблемы и ограничения:

ожидаемая экономия затрат за счет конкуренции, меньшего количества управленческих ограничений и финансовых стимулов часто не реализуется на практике, особенно когда инициативы по аутсорсингу не разрабатываются и не управляются эффективно. Разница между политическими ожиданиями и эмпирическими результатами может быть значительной;

государственные органы не всегда учитывают более широкий спектр условий заключения контрактов, который включает предоставление услуг собственными силами, аутсорсинг с коммерческими и некоммерческими фирмами, межправительственные контракты и другие смешанные межорганизационные соглашения;

управление контрактами требует высокой степени квалификации и экспертных знаний и обходится дороже, чем часто считается. Необходимо тщательно просчитывать затраты на эти виды деятельности и проблемы, которые они создают при принятии решений об аутсорсинге;

государственные и местные органы власти все чаще полагаются на инсорсинг или «обратное привлечение подрядчиков», когда аутсорсинг терпит неудачу, хотя сам по себе инсорсинг требует тщательного планирования, достаточного технического ноу-хау и умелого управления для достижения успеха.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Государственные инициативы по аутсорсингу имеют некоторые важные общие черты: они предполагают принятие сложных решений на многих этапах относительно того, как наилучшим образом продвигать общественные интересы, включая определение первоначальной осуществимости, разработку сложных соглашений, оценку эффективности и решение технических и управленческих проблем. Эти решения имеют политические, управленческие, финансовые и юридические аспекты. Возможно, самое главное, что все они предполагают

последовательную передачу обязанностей от правительства частному сектору и требуют значительных усилий по координации, которую легче осуществлять в условиях цифровизации.

Дальнейшие исследования должны заключаться в разработке научно-методических подходов к оценке эффективности передачи государственных услуг на аутсорсинг.

Список литературы

1. Бессарабов, В.О. Научно-методический алгоритм стратегирования развития рынка аутсорсинговых услуг в условиях цифровизации экономики на основе государственно-частного партнерства / В.О. Бессарабов, Л.И. Тымчина // Торговля и рынок. – 2022. – № 4 (64). – Т. 2. – Ч. 1. – С. 125-132.

2. Бессарабов, В.О. Дискурсивное поле эволюции аутсорсинговых и консалтинговых услуг в условиях цифровизации экономики региона: логика формирования и структура / В.О. Бессарабов, Л.И. Тымчина // Первый экономический журнал. – 2022. – № 8/326. – С. 39-48.

3. Тымчина, Л.И. Механизм развития рынка аутсорсинговых услуг в условиях цифровизации экономики [Электронный ресурс] / Л.И. Тымчина // Вестник евразийской науки. – 2023. – Т. 15. – № 1. – URL: <https://esj.today/PDF/31ECVN123.pdf>.

4. Орлова, И.С. Аутсорсинг государственных услуг в системе социального обслуживания населения / И.С. Орлова, Г.М. Цинченко // Управленческое консультирование. – 2020. – № 12. – С. 140-148.

5. Зобнин, А.В. Реализация концепции социального аутсорсинга на территории Фурмановского муниципального района Ивановской области / А.В. Зобнин // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2011. – № 1. – С. 167-178.

6. Голубев, А.А. Сущность, формы и проблемы аутсорсинга в оборонно-промышленном комплексе Российской Федерации / А.А. Голубев, Н.В. Овсянникова // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и стратегический менеджмент». – 2016. – № 2. – С. 100-106.

7. Жилинская, В.В. Использование технологий аутсорсинга в органах государственной власти субъектов Российской Федерации / В.В. Жилинская // Economics. – 2017. – № 2 (23). – С. 14-16.

8. Лукьянова, В.В. Повышение эффективности деятельности органов власти в результате внедрения аутсорсинга / В.В. Лукьянова // Вестник Самарского государственного университета. – 2015. – № 2 (124). – С. 226-229.

9. Рабаданова, А.А. Направления сотрудничества государства и бизнеса в контексте современных вызовов в России / А.А. Рабаданова // Экономические науки. – 2021. – № 203. – С. 160-163.

10. Чагин, К.Г. Передача услуг государственными и муниципальными учреждениями на аутсорсинг другим поставщикам [Электронный ресурс] / К.Г. Чагин // Руководитель автономного учреждения. – 2017. – № 10. – URL: <https://www.audarurist.ru/articles/214/peredacha-uslug-uchrezhdeniy-na-outsorsing>.

РАСШИРЕНИЕ ГРАНИЦ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ НА ЭТАПЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

С. В. Салита,
д-р экон. наук, проф.

Государственное образовательное
учреждение высшего образования Луганской
Народной Республики
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля» г. Луганск, ЛНР
e-mail: svetlanaluga@yandex.ru

Е.В. Ефременко,
кандидат экономических
наук, доцент

ГОУ ВО Луганской Народной Республики
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»
г. Луганск, ЛНР
e-mail: efre-elen@mail.ru

EXPANDING THE BOUNDARIES OF CONSULTING SERVICES AT THE STAGE OF DIGITAL TRANSFORMATION

**S. V. Salita, Doctor of
Economics, Professor**

State Educational Institution of Higher
Education of the Luhansk People's Republic
«Luhansk State University named after Vladimir
Dal», Luhansk, LNR
e-mail: svetlanaluga@yandex.ru

**E. V. Efremenko,
Candidate of Economic
Sciences, Associate Professor**

State educational institution higher education
Luhansk People 's Republic «Luhansk state
university named after Vladimir Dahl»
Lugansk, LPR
e-mail: efre-elen@mail.ru

Реферат

Цель. Путем научного поиска определить характеристики последних разработок в области цифровых технологий и рынка услуг, а также имеющих инициатив цифровой трансформации в консалтинге.

Методика. Исследование выполнено с использованием методов и приемов анализа, группировки, обобщения и детализации, аналогий.

Результаты. Определено, что рынок консультационных услуг сегментирован по типу услуг (операционный консалтинг, стратегический консалтинг, финансовый консалтинг и технологический консалтинг), отрасли конечных пользователей (финансовые услуги, медико-биологические науки и здравоохранение, ИТ и телекоммуникации, правительство и энергетика) и регион.

Научная новизна. Систематизированы цифровые технологии, которые играют важную роль в развитии и расширении границ консалтинговых услуг на этапе цифровой трансформации.

Практическая значимость. Практическое значение предложений по усовершенствованию консалтинговых услуг на основе внедрения технологий следующего поколения позволят расширить границы возможностей консалтинговых услуг, что особенно значимо в условиях масштабных интеграционных процессов.

Ключевые слова: *консалтинговые услуги, цифровизация, бизнес-модель, бизнес-среда, бухгалтерские услуги, консультационные услуги, цифровое консультирование, сенсорные технологии, искусственный интеллект.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. По мере того, как бизнес-среда становится цифровой, бизнес-модели коренным образом меняются, чтобы больше ориентироваться на клиентов. Бизнес-модель служит для описания основных принципов создания, развития и успешной работы организации.

Современная бизнес-модель включает функционирование девяти взаимосвязанных блоков бизнес-процесса: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, взаимоотношения с клиентами, потоки поступления доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевых партнеров, структуру издержек [1, С. 200-232.]. Современные бизнес-модели ориентированы на широкий спектр услуг, в котором определенный вес занимают консалтинговые услуги, которые необходимы при воплощении в реальность каждого блока бизнес-процесса.

Консалтинг - одна из последних отраслей, перешедших на цифровые технологии, но ожидания клиентов быстро подталкивают ее в этом направлении [2, С. 77-84.].

Цифровое консультирование будет включать в себя нечто большее, чем использование инструментов в дополнение к работе, которую консультант может выполнить вручную [3].

Вместо этого фирмам необходимо будет переосмыслить весь свой рабочий процесс, чтобы гарантировать, что клиент остается в центре внимания и консалтинговые услуги будут предоставлены на высоком профессиональном уровне.

Анализ последних исследований и публикаций. Хотелось бы отметить, что при написании статьи был сделан акцент на труды таких ученых, как А. Остервальдер, Ив Пинье, А.А. Юссуф, Д.С. Тимохина, Е.А Гребенюк, Г.И. Андрищенко, А.В. Котова, Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаван, Е.М. Азарян, В.О. Левченко, Ю.Н. Гузов, Г.В. Соболева, который детально в своих трудах описали проблемы цифровизации сферы услуг и пути их решения; обозначили роль консалтинговых услуг и значение внедрения цифровой технологии в решение вопросов развития бухгалтерского учета.

Цель. Необходим серьезный анализ возможностей виртуализации на различных этапах консалтинговых проектов, внутри консалтинговой организации и в сотрудничестве с клиентами и партнерами.

С этой целью знания должны накапливаться на ранней стадии и должно быть разработано всеобъемлющее видение, сочетающее традиционные и цифровые подходы к консультированию с целью повышения ценности.

Требуют детального рассмотрения последние разработки в области цифровых технологий и рынка услуг, а также имеющихся инициатив цифровой трансформации в консалтинге.

Изложение материала исследования. В целях реализации Стратегии развития информационного общества утверждена программа «Цифровая экономика Российской Федерации». В данной программе отмечено, что цифровая экономика «способствует формированию информационного пространства с учетом потребностей граждан и общества в получении качественных и достоверных сведений, развитию информационной инфраструктуры Российской Федерации, созданию и применению российских информационно-телекоммуникационных технологий, а также формированию новой технологической основы для социальной и экономической сферы» [4].

Рынок консультационных услуг сегментирован по типу услуг (операционный консалтинг, стратегический консалтинг, финансовый консалтинг и технологический консалтинг), отрасли конечных пользователей (финансовые услуги, медико-биологические науки и здравоохранение, ИТ и телекоммуникации, правительство и энергетика) и регион (рис. 1) [5].

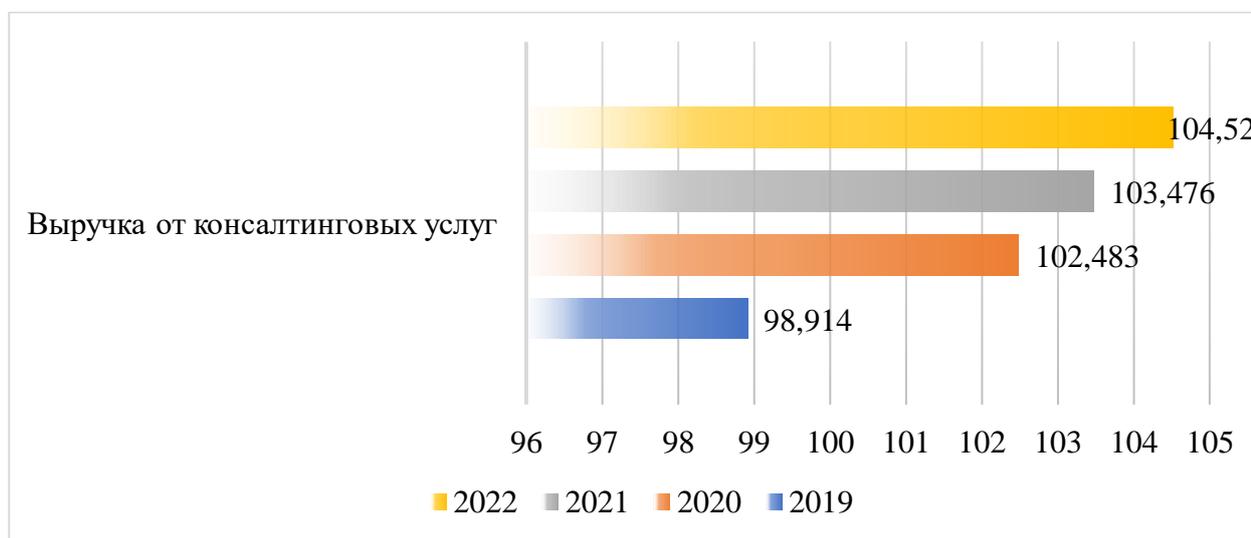


Рисунок 1 - Выручка на российском рынке консалтинговых услуг в 2018-2022 гг., млн руб.

Несмотря на то, что общий оборот в консалтинговой индустрии растет год от года, конкурентные условия для консалтинговых компаний быстро меняются [6, С. 186-190.].

Это связано с недавними разработками в области потенциально прорывных технологий, используемых успешными новичками в области цифровых технологий, а также существенными изменениями и меняющимися требованиями на стороне клиента [7, С. 123-147.].

Безусловно, на рынок консалтинговых услуг сильно повлияло развитие новых технологий. Многие компании цифровизируют работу для повышения эффективности решения задач, поставленных клиентами, развивается новое направление — цифровое консультирование. Так в 2019 г. большая часть выручки консалтинговых компаний была получена от услуг цифрового консультирования: 59 %, или 40,7 млрд руб. (без учета компаний «большой четверки» и группы «ФинЭкспертиза»).

При этом не все заказчики еще приспособились к изменяющимся реалиям, и в этом проявляется двойственность работы консультантов. Им приходится находить баланс между новейшими тенденциями и требованиями клиентов [8, С. 1549-1562.].

Динамика доли консалтинговых услуг в сфере информационных технологий в структуре российского рынка консалтинга с 2013 г. по 2019 г. представлена на рисунке 2.

Несмотря на некоторые колебания ИТ-консалтинг еще традиционно остается сферой с самой большой долей в выручке.

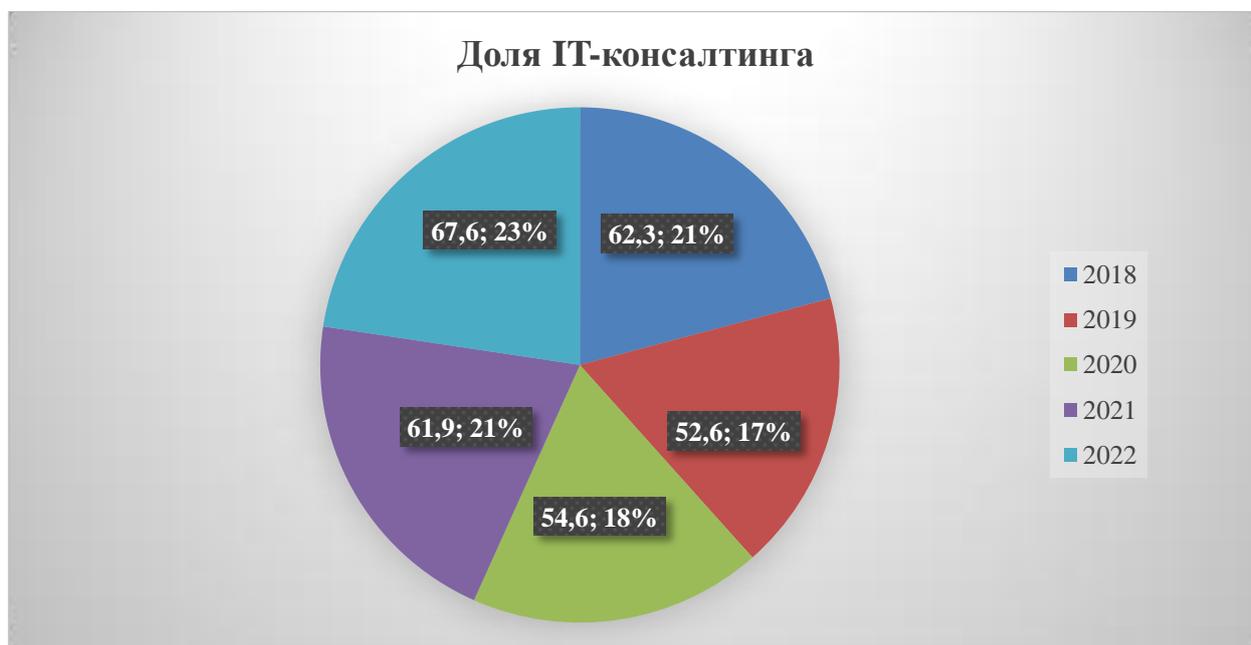


Рисунок 2 - Доля ИТ-консалтинга на российском рынке консалтинговых услуг в 2018-2022 гг., %

Важно отметить, что технологии следующего поколения Z делают более человечный маркетинговый подход, который играет важную роль в продвижении услуг на этапе цифровой трансформации. Дополненная и

виртуальная реальность – или смешанная реальность позволяют компаниям визуализировать свои предложения для клиентов, например при предоставлении консалтинговых услуг в бухгалтерской сфере, аудиторской сфере и контролирующих органов.

Сенсорные технологии и искусственный интеллект позволяют компаниям персонифицировать свой контент, например, система распознавания лиц позволяет делать индивидуальными изображения на рекламных щитах.

Перед лицом новых вызовов и меняющихся рамочных условий консультантам следует постоянно оценивать свой портфель услуг и критически пересматривать традиционную модель предоставления консультаций «лицом к лицу», требующую большого количества персонала. Как и многие из их клиентов, консалтинговые фирмы сталкиваются с процессом цифровой трансформации, который приведет к частичной или полной виртуализации процессов, адаптированным организационным структурам и цифровым бизнес-моделям.

Виртуализация обещает инновационные возможности для оптимизации производительности и предоставления услуг, тем самым укрепляя конкурентные позиции [9, С. 8–14.].

Из-за своего уникального положения в деловом мире многие консалтинговые фирмы, особенно ведущие, до сих пор в значительной степени уклонялись от перехода к цифровой трансформации. Отчасти причина такого нежелания кроется в том факте, что значительная часть традиционной модели консультирования основывается на взаимоотношениях и опыте или человеческом мышлении, которые консультанты привносят на сайт клиента. Консультанты часто не желают внедрять технологию, поскольку считают, что это сместит фокус.

Кроме того, у консультантов есть история на их стороне: консалтинговая индустрия имеет за последнее столетие изменилось очень мало. Поэтому неудивительно, что консультанты чувствуют себя в некоторой степени невосприимчивыми к сбоям, которые затронули практически все остальные отрасли. Более того, потребность в консультантах не уменьшилась: пока существуют предприятия, у них будут проблемы, требующие решения. И, как и в случае с любой профессиональной услугой, взаимодействие с людьми всегда будет играть важную роль.

Тем не менее, консультанты сталкиваются с та же проблема, с которой сталкиваются аналогичные отрасли: ожидания клиентов, которые не соответствуют традиционным границам консалтинговой индустрии. В результате клиенты находят альтернативные решения с большей скоростью, прозрачностью и более высокой рентабельностью инвестиций. Некоторые из них включают продолжающийся рост внутреннего консалтинга, новые модели доставки или обслуживания, такие как разработку аналитических инструментов, которые позволяют организациям лучше диагностировать свои сложные бизнес-проблемы и ориентироваться в них.

На сегодняшний день многие консалтинговые фирмы высшего уровня полагаются на свои торговые марки и связи для привлечения и удержания клиентов. Однако по мере того, как потенциальные клиенты начинают требовать более быстрых результатов и более измеримой рентабельности инвестиций, эти фирмы могут оказаться в затруднительном положении.

Это нарушение работы с цифровыми клиентами усугубляется тем фактом, что в настоящее время стратегическое консультирование часто включает в себя оказание помощи организации в переходе на цифровые технологии.

Это означает, что даже ведущим фирмам сейчас приходится конкурировать с более мелкими, ориентированными на технологии фирмами, но они все еще отстают, когда дело доходит до перехода на цифровые технологии.

Фирмы, которые быстрее всего переходят на цифровые технологии, сталкиваются с наибольшим давлением со стороны клиентов, требующих низких затрат и немедленной отдачи.

Хорошей новостью для консультантов является то, что в связи с цифровой трансформацией потребность в консультациях растет. Ключевой задачей консультантов является определение того, как использовать это увеличение, прежде чем клиенты примут альтернативные решения. Чтобы оправдать ожидания цифровых клиентов, они должны преобразовать их собственные рабочие процессы и бизнес-модели, чтобы они стали цифровыми.

Развитие бухгалтерского учета как экономической науки исторически тесно связано с происходящими в экономике процессами. Современная тенденция обусловлена, в частности, стремительным внедрением информационных технологий в различные сферы деятельности [10, С. 50–63.].

Тенденции формирования цифрового пространства, создания экосистемы цифровой экономики, структурные изменения экономических процессов вносят существенные коррективы в развитие и перспективы бухгалтерской профессии. В свою очередь информация, формируемая в бухгалтерском учете, оказывает повышенное влияние на анализ экономической ситуации и принимаемые экономическими субъектами решения [11, С. 22–25.].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Система бухгалтерского учета становится не только источником ценного ресурса современного общества — информации, но и комплексной информационной технологией, что усиливает подверженность бухгалтерского учета процессам цифровизации экономики и эти вопросы важно оценить и разработать предложения по цифровизации сферы бухгалтерского учета в дальнейших научных трудах.

Список литературы

1. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга

стратега и новатора / Александр Остервальдер, Ив Пинье; Пер. с англ. – 9-е изд. – М. : Альпина Паблицер, 2022. – С. 200-232.

2. Юссуф, А.А. Цифровое консультирование: особенности цифровой трансформации в сфере консалтинга / А.А. Юссуф, Д.С. Тимохина, Е.А. Гребенюк // Вестник университета. – 2020. – №9. – С. 77-84.

3. The digitization of consulting practice what you consult https://offers.9lenses.com/hubfs/_Downloadable_Content/The_Digitization_of_Consulting_Practice_What_You_Consult.pdf

4. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 28.07.2017 № 1632-р. URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102440918&intelsearch=1632-%F0>.

5. Рынок консалтинговых услуг – рост, тенденции, влияние COVID-19 и прогнозы (2023–2028 гг.) <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/consulting-service-market>

6. Андрющенко, Г.И. Теоретический анализ конкурентной среды рынка консалтинговых услуг в Российской Федерации / Г.И. Андрющенко, А.В. Котова // Проблемы современной экономики. – 2017. – №2. – С. 186-190.

7. Котлер, Филип Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Филип Котлер, Сетиаван Айвен, Картаджайя Хермаван ; [перевод с английского А. Горман]. – Москва : Эксмо, 2022. – С. 123-147.

8. Лапенков, В.Ю. Факторы конкурентоспособности российских компаний на рынке консалтинговых услуг / В.Ю. Лапенков. // Креативная экономика. – 2019. – № 8. – С. 1549-1562.

9. Азарян, Е.М. Перспективы внедрения маркетинговых инновационных технологий в деятельность предприятий / Е.М. Азарян, В.О. Левченко // Торговля и рынок. – 2019. – Вып. 4, т. 1. – С. 8–14.

10. Приображенская, В. В. Влияние цифровой экономики на развитие компетенций в области бухгалтерского учета / В.В. Приображенская // Финансовый журнал. – 2019. – № 5. – С. 50–63.

11. Гузов, Ю. Н. Цифровые технологии в учете: возможности и проблемы использования системы блокчейн / Ю.Н. Гузов, Г.В. Соболева // Аудит. – 2018. – № 4. – С. 22–25.

**СТРАТЕГИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ ЗНАНИЕВЫХ УСЛУГ ВО
ВНУТРЕННЕМ И ВНЕШНЕМ КОНТУРАХ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК
ТРАНСАКЦИОННАЯ ЦЕННОСТЬ**

А.Ю. Дещенко,
канд-т, экон. наук, доцент
кафедры

– ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: sandra_des@mail.ru

**STRATEGIZING THE DEVELOPMENT OF KNOWLEDGE
SERVICES IN THE INNER AND OUTER CONTOURS OF THE
ENTERPRISE AS A TRANSACTION VALUE**

A.Yu. Deshchenko,
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor

– GO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade Named After M.
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: sandra_des@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является исследование вопросов стратегирования развития знаниевых услуг во внутреннем и внешнем контурах предприятия.

Методика. В исследовании реализованы диалектические и общенаучные методы – анализ синтез, индукция, дедукция; методы обобщения, систематизации, группировки и экономического анализа, позволившие сформулировать выводы, предложить рекомендации.

Результаты. Исследованы подходы к рассмотрению рынка; вопросы стратегирования и выработки стратегии развития предприятий в условиях экономики знаний, определены особенности; разработан организационный механизм стратегирования знаниевых услуг и схема влияния знаневых услуг с позиции контуров предприятия; обоснована транзакционная ценность знаниевых услуг, дано определение.

Научная новизна. Дано определение «транзакционная ценность знаниевых услуг»; предложены организационный механизм стратегирования знаниевых услуг, а также схема влияния знаневых услуг с позиции контуров предприятия

Практическая значимость. Результаты исследования представляют интерес для руководителей предприятий, вузов, представителей Министерства экономического развития, Министерства образования и науки ДНР, а также ученых, исследующих проблемы развития в условиях «экономики знаний».

Ключевые слова: экономика, услуги, знаниевые услуги, транзакционные издержки, транзакционная ценность.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Одной из важных черт предоставления услуг, в т.ч. знаниевых, является их возмездный характер, что имеет особое значение в капиталистическом обществе развитие, которого проявляется в настоящее время. Современная институциональная среда характеризуется как нестабильная, что требует ее глубокого изучения с целью формирования адекватных решений как со стороны предприятий, так и граждан и в этой связи знаниевые услуги будут только расширяться. Классификации позволяют систематизировать знания об объекте исследования, а именно – знаниевых услугах, что и определяет актуальность рассматриваемой темы.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что вопросам исследования аспектов развития теоретического знания, развитию рынков, институтов и проблем формирования стратегий посвящены работы О.И. Ананьина [1], Н.Ю. Возияновой [2-4], А.А. Гриценко [5], В.С. Джевонса [17], Г.Б. Клейнера [6], Ф. Котлера [7], А. Маршалла [9], Д.С. Норта [18], Ф.А. Хаек [12], А.Ю. Чаленко [13]; рассмотрению трансакционных издержек, информации и их влиянию на развитие предприятий – Р. Коуза [16], С. Шапиро, Х. Вариана [19], Дж. Л. Майкла [8], М. Олсона [10]. А.А. Шубина, А.А. Садекова [11], К. Эрроу [14], С. Чанг [15]. Однако, требуют дополнительного изучения вопросы стратегирования развития знаниевых услуг во внутреннем и внешнем контурах предприятия.

Изложение основного материала исследования. Значительный вклад в исследование рынка и развитие теории рынка внесен известными экономистами У. Джевонсом (он ввел понятие «ценность»: меновая, потребительская и др.), Ф. Котлером, А. Маршаллом, А. Хайек и др. (табл. 1). В ряде исследований [7,9,10,12,14,17] отмечается, что объективной основой развития рыночного механизма является многообразие форм собственности с доминированием частного капитала. В этой связи важным является тот факт, что для успешной работы на рынке предприятию необходимы стратегии, соответствующие как реализуемой им модели деятельности, так и требованиям времени, чтобы быть успешным в конкурентной борьбе. Под стратегией принято понимать общий не детализированный план действий предприятия, который может носить долгосрочный, среднесрочный или краткосрочный характер. Однако, учет в стратегиях временного фактора становится затруднительным ввиду нестабильности среды функционирования рынка. В таком случае в исследованиях Н.Ю. Возияновой [2,3] было введено понятие «стратегирование», как непрерывный процесс выработки и корректировки плана работы предприятия для достижения поставленных целей и решаемых на каждом отрезке времени задач.

Особенность современных предприятий/субъектов хозяйствования состоит в том, что они должны:

- уметь адаптироваться к быстро меняющимся условиям внешней и внутренней среды;
- стратегически реагировать на изменения;

- стратегически видеть возможности собственного развития в сложившихся и будущих условиях.

Таблица 1 – Векторы рассмотрения рынка в теориях

Вектор рассмотрения рынка		Сущность рынка
Как группы	У. Джевонс	«...группа людей, вступающих в деловые отношения и заключающих крупные сделки по поводу любого товара»
	Ф. Котлер	«...совокупность существующих и потенциальных покупателей товара, подчеркивая особую роль покупателей»
Как равновесие	А. Маршалл	«...предельные издержки, под которой понимались издержки производства последней единицы определенного товара»
Как передаточное устройство для использования информации	А. Хайек	«...сложное передаточное устройство, позволяющее с наибольшей полнотой и эффективностью использовать информацию, рассеянную среди бесчисленного множества индивидуальных агентов»
Как «отношение» между участниками процесса обмена	Д.С. Норт, Р. Коуз, С. Чанг	«...взаимодействие продавцов и покупателей, каждый из которых самостоятелен в своих действиях» «...система отношений между спросом и предложением» «...совокупность отношений товарного обмена» «...сфера обмена, которая связывает в единый механизм производителей и потребителей товаров»

Составлено автором по данным [7,9,12,15,17,18]

Основой развития, т.е. позитивно направленного движения, является умение пользоваться знаниями, уже имеющимися на предприятии, а также способствование их приросту. Проблемными вопросами являются выработка методологических подходов к изучению процессов и явлений, характеризующих концептуальные направления и институциональную структуру в развитии внутренней торговли страны.

Основой рационального функционирования любой отрасли является ее развитие. Однако само понятие развития требует уточнения. Проведенные нами исследования позволяют сформулировать развитие как совокупность изменений, безотносительную к получаемому результату. Этот тезис базируется на том, что развитие характеризуется ростом тех или иных показателей, выделенных аналитиком в виде критериев измерения и

оценивания. Изменение показателей определяется их ростом, снижением или отсутствием изменения. Причем, рост показателей по выделенным критериям не обязательно свидетельствует о положительных изменениях объекта (т.е. они могут характеризовать и отрицательные черты развития объекта исследования). Это подтверждает возможность классифицировать развитие на инновационное развитие; стагнационное развитие и депрессионное развитие [4, с. 134]. Следовательно, развитие, как категория, показывает аналитику вектор изменений. Развитие сопровождается институционализацией отношений и их фреймированием, то есть, как отмечает Н. Возиянова, установлением способа мышления, соотношения внешней информации с существующими правилами, принятыми за основу [4, с. 71]. Отметим, что институт рассматривается нами с позиции новой институциональной теории, то есть «институт, включая людей». В соответствии с теорией институциональной архитектоники, предложенной А. Гриценко [5], любой институт характеризуется целью и действием, а также фреймированием норм и правил взаимодействия [13]. Институт всегда имеет контур, который ограничивает сущностное его восприятие. Под контуром института мы понимаем совокупность ограничений, то есть правил действия, заложенных в этом институте. Для развития, исходя из целеполагания, будут выбраны соответствующие тактические действия, что позволит выстраивать необходимую систему ограничений, то есть контур, в рамках которого можно производить любые действия позволит формировать различные институты и предлагать их на выбор, что создает рынок институтов. Те институты, которые лучше спроектированы, будут признаны, то есть фреймированы. В любом случае, развитие института связано с постановкой цели или целей, в зависимости от субъекта целеполагания и связано с издержками [10,15,16]. Этот субъект должен фактически разработать стратегию и организовать ее реализацию. Однако, как показали исследования, стратегия практически всегда требует координационных действий и не документов под названием «стратегия», а стратегирования. Нами предложено использовать для корректировки целей в соответствии с изменяющимися институциональными условиями теоретический подход действия стратегического механизма развития, основанного на «Петле Бойда». Этапами стратегирования должны стать: постановка цели; остановка; оценивание состояния; корректировка цели или путей ее достижения, причем этот процесс должен быть непрерывным. Стратегирование определено нами как процесс выработки стратегии, ее мониторинг и анализ состояния объекта и среды, обеспечивающий выработку координационных воздействий для корректировки цели или путей ее достижения. Стратегирование связано с будущим, а оно в свою очередь может быть:

- неизбежным;
- невозможным;
- иметь пространство сценариев (возможные варианты изменений и последствий) для объекта исследования и анализа.

Организационный механизм стратегирования представлен на рис. 1. Следует отметить, что никакое проектирование развития не приведет к

желаемому результату, если нет системы оценки и инструментов, позволяющих ее осуществить.

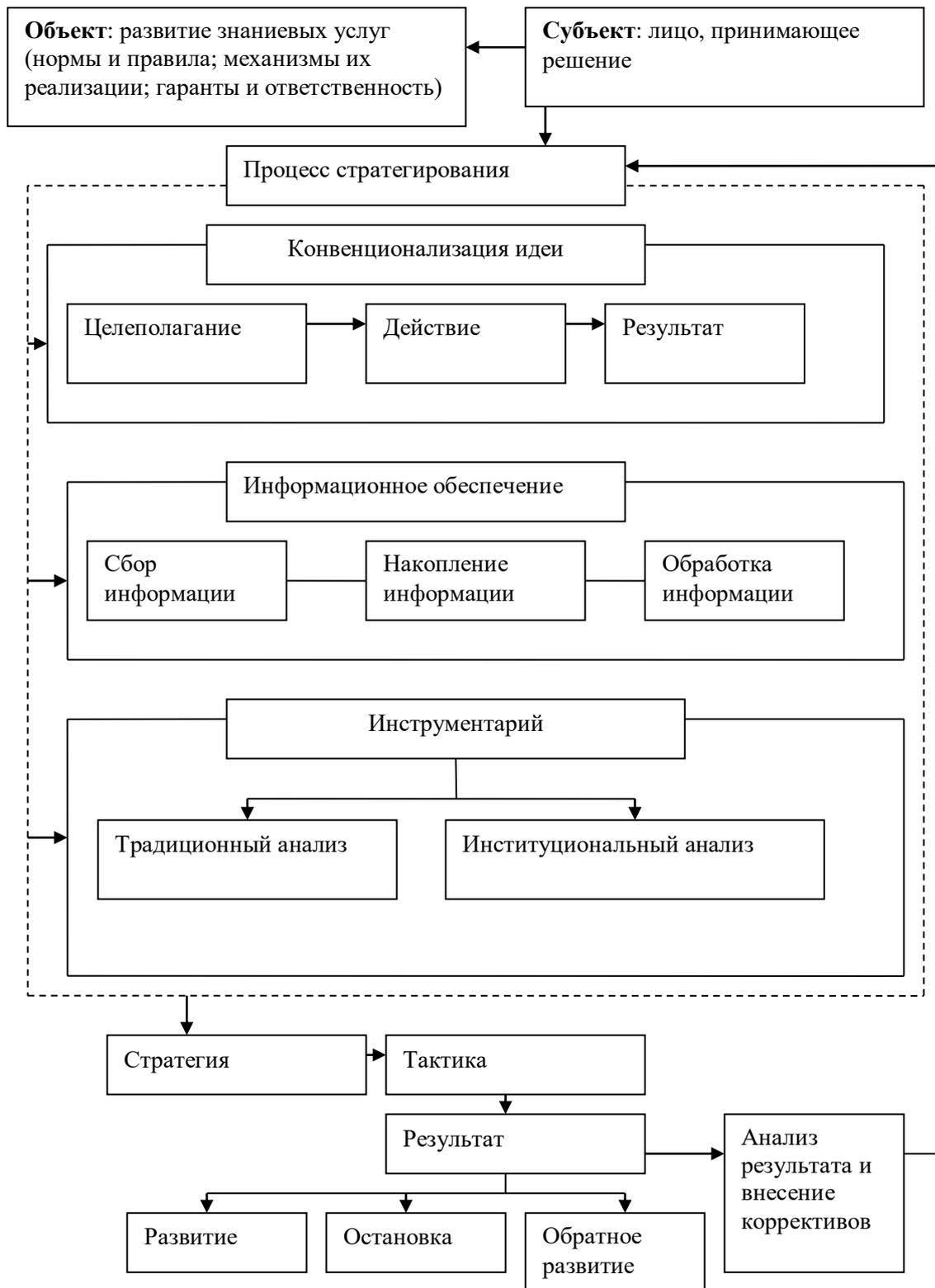


Рисунок 1 – Организационный механизм стратегирования знаниевых услуг, авторская разработка

Мониторинг может проводиться в системе: выполнено/не выполнено.

Объединение в арсенале исследователя инструментов традиционного и институционального анализа позволит учитывать влияние человеческого фактора. Для того чтобы выстроить стратегию (базовую, начальную) она должна быть спроектирована. Важно, что при выборе «структурообразующего метода» нужна политическая воля, как требует ее и полная модернизация научных институтов, которые в лучшей своей части были сформированы еще в прошлом веке и так и остались заточенными под прошлый век.

В стратегическом анализе обычно принято изучать две среды – внутреннюю и внешнюю, но их три – есть еще рыночная среда, и, следует отметить, что делятся они (среды) в маркетинге и в менеджменте по-разному (рис. 2).



Рисунок 2 – Схема влияния знаневых услуг с позиции контуров предприятия, авторская разработка

Носителями знаний на предприятии являются сотрудники – персонал, который с одной стороны должен быть грамотно расставлен на ключевых позициях, а с другой – непрерывно воспроизводится. Воспроизводство знаний на предприятии может осуществляться как через системы внутреннего обучения, оказания знаниевых услуг внутри предприятия, так и через обращение предприятия за такими услугами ко внешним их носителям

(образовательным и научным учреждениям, различным Центрам, экспертам и т.п.).

В организационном плане в условиях капиталистического способа производства предприятие должно либо уметь соответствовать – адаптироваться к имеющимся условиям; либо изыскивать возможности оказывать влияние на среду; либо создавать или выбирать «нишу» рынка для развития своей деятельности.

Рынок, характеризуется тем, что представляет собой систему взаимосвязанных элементов (политических, организационных, социальных, экономических) опосредующих действия субъектов хозяйствования и потребителей/покупателей для совершения операций обмена продукта (товара/услуги) на деньги. Рынок носит как вполне реальный, так и виртуальный характер, т.е. функционирует в реальной и виртуальной среде через применение различных Интернет и информационно-коммуникационных технологий, что непосредственно подразумевает взаимосвязь предприятия с иными субъектами деятельности, оказывающими ему различного рода сервисные услуги. Доля сервисных услуг для предприятий имеет тенденцию к росту, как растут и транзакционные его издержки.

В исследованиях Д.С. Нортон и Дж.Дж. Воллиса отмечается, что превалирующий неоинституциональный подход «...полностью игнорирует наличие транзакционных услуг» [18, с. 615], которые могут оказываться как в рамках предприятия, так и в рамках целевых рынков. В этой связи транзакционные издержки следует рассматривать не просто как затраты, понесенные предприятием в тот или иной период времени, а как связанные с осуществлением продуктивной деятельности предприятия. Следует подчеркнуть, что транзакционные издержки имеют единую экономическую природу вне зависимости от формы и источников возникновения. В этой связи рост транзакционного сектора (сектора услуг) обуславливает в совокупности с процессом институционализации снижать неопределенность, а также влиять на трансформационные издержки предприятий. В то же время сектор транзакционных услуг и эффективная его работа способна снижать удельный вес транзакционных издержек предприятия в общем объеме его затрат, что также связано с необходимостью внедрения в организационную его структуру подразделения, способного заниматься вопросами развития, анализом и предоставлением знаниевых услуг в нескольких направлениях:

- для принятия управленческих решений;
- для координации, сопровождения, поддержания и адаптации текущего производственного процесса.

Следовательно, не менее важный аспект имеют знаниевые услуги, т.к. они способны для предприятия в одном случае – снижать транзакционные и трансформационные издержки, а в другом – нести транзакционную ценность.

Транзакционная ценность знаниевых услуг – совокупность полезных эффектов, выраженных в прямых и косвенных выгодах, получаемых предприятием при реализации института знаниевых услуг и осуществления качественных транзакций с его помощью.

Трансакционная ценность является комплексным и динамичным понятием:

- Она создается, а не просто существует, что также связано с трансакционными издержками;
- Изменяется во времени (создание, поддержание и адекватное изменение при необходимости институтов, также сопряжено с трансакционными издержками);
- Предполагает наличие или создание взаимосвязи между участниками процесса в форме цепочек взаимодействия или даже в форме создания экосистем, создающих ценность, что требует институционализации, конвенционализации и фреймирования на уровне всех участников взаимодействия.

Таким образом, важной задачей стратегии рыночного участия субъекта хозяйствования является установление и поддержание адекватного взаимодействия предприятия со всеми его стейкхолдерами и участниками производственно-технологического и торгового процесса.

Основные выводы. На основе проведенных исследований установлено, что векторы рассмотрения рынка изменялись в направлении отношенческого подхода; работа предприятий в современных условиях развития экономики знаний требует не просто выработки стратегий, а стратегирования; предложен организационный механизм стратегирования знаниевых услуг; разработана схема влияния знаниевых услуг с позиции контуров предприятия; определено, что знаниевые услуги могут быть реализованы как во внешнем контуре предприятия, так и во внутреннем; дано определение «трансакционная ценность знаниевых услуг».

Дальнейшие исследования должны быть направлены на формирование подходов и методик, позволяющих оценивать трансакционную ценность, качество и эффективность знаниевых услуг для предприятия, способствовать эффективности развития.

Литература

1. Ананьин О.И. Структура экономико-теоретического знания / О.И. Ананьин. – М.: Наука, 2005. – 243с.
2. Возиянова Н.Ю. Стратегирование внутренней торговой политики Украины: институциональный подход / Н.Ю. Возиянова // Состояние и проблемы налогообложения в условиях рыночной экономики: матер. II Межд. науч.-практ. интернет-конф. – Донецк, ДонНУЭТ, 2010. – С. 158-162.
3. Возиянова Н.Ю. Стратегирование развития городской экономики / Н.Ю. Возиянова // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности: матер. I Межд. науч. конф. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – Т. 8. – С. 226-229.
4. Возиянова Н.Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку : монографія / Н.Ю. Возиянова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 517 с.

5. Гриценко А.А. Наука й мистецтво інституціонального будівництва. Інституціональні аспекти дослідження перехідної економіки / А.А. Гриценко // Інституціональна архітектоніка та механізми економічного розвитку: матеріали наукового симпозиуму. – Х.: ХНУ, 2005. – С. 21- 31.
6. Клейнер Г.Б. Стратегія підприємства / Г.Б. Клейнер. – М.: Дело, 2008. – 568с.
7. Котлер Ф.: Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Прогресс, 1991. – 1000 с.
8. Майкл Джорж Л. Бережливое производство + шесть сигм / Джорж Л. Майкл. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 366с.
9. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. – Т.І-ІІІ. – М.: Прогресс, 1993.
10. Олсон М. Логика коллективных действий. Общественные блага и теория групп / М. Олсон; пер. с англ. – М.: ФЭИ, 1995. – 174 с.
11. Совершенствование бизнес-процессов в розничном торговом предприятии: монография / под ред. А. А. Шубина, А. А. Садекова. – Донецк: ДонГУЭТ, 2006. – 197 с.
12. Хайек Ф.А. Дорога к рабству / Ф.А. Хайек : пер. с англ. – М.: Экономика, 1992 . – 176с.
13. Чаленко О.Ю. Інституційна гіпотеза про ринок, трансакційні витрати та посередництво / О.Ю. Чаленко // Економіка України. – 2012. – № 12. – С. 30-40.
14. Arrow K. The Organization of Economic Activity: Issues Pertinent to the Choice of Market versus Nonmarket Allocation [Electronic resource] / K. Arrow. – P. 1-16. – Access mode : <http://msuweb.montclair.edu/~lebel/PSC643IntPolEcon/ArrowNonMktActivity1969.pdf/> -
15. Cheung S. The Transaction Costs Paradigm: Presidential Address, Western Economic Association / S. Cheung // Economic Inquiry. – 1998. – Vol. 36. № 4. – P. 514-521.
16. Coase R. The Nature of the Firm / R. Coase // Economica. New Series. – 1937. – Vol. 4. № 16. – P. 386-405.
17. Jevons W. S. The theory of political economy, Fifth edition. — Macmillan and. Co.. — London, 1924.
18. North D.C. Integration Institutional Change and Technical Change in Economic History: A Transition Cost Approach / D.C. North, J.J. Wallis // Journal of Institutional and Theoretical Economics, Vol. 150. – № 4. – С. 609-624.
19. Shapiro C. Information Rules: A Strategies Guide to the Network Economy / C. Shapiro, H. Varian // Harvard Business Press, 1999. – 352 p.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К РЕГУЛИРОВАНИЮ И ПОДДЕРЖКЕ СФЕРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

С.С. Содух,
Директор департамента финансово-экономической политики и административно-хозяйственного обеспечения

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики
г. Донецк,
Донецкая Народная Республика
e - mail: sodykhsergey@gmail.com

SYSTEMATIC APPROACH TO THE REGULATION AND SUPPORT OF EDUCATIONAL SERVICES

S.S. Sodukh,
Director of the Department of Financial and Economic Policy and Administrative Support

Ministry of Education and Science of the Donetsk People's Republic,
Donetsk, DRP,
e-mail: sodykhsergey@gmail.com

Реферат

Цель. Предложить системный подход к регулированию и поддержке сферы образовательных услуг на основе структуризации целей, принципов и перспектив модернизации.

Методика. В исследовании применены общенаучные методы дедукции и индукции, информационного поиска и системного анализа.

Результаты. В статье предложен системный подход к регулированию и поддержке сферы образовательных услуг на основе структуризации целей, принципов и перспектив модернизации. Показано, что политика регулирования и поддержки сферы образования направлена на создание благоприятных условий для качественного образования и подготовки квалифицированных кадров. Уточнены цели, раскрыты принципы и обозначены перспективы модернизации данной деятельности.

Научная новизна. Усовершенствован научно-методический подход к систематизации регулирования и поддержки сферы образовательных услуг, который отличается выделением целей, принципов, средств и перспектив модернизации данного вида деятельности.

Практическая значимость. Результаты исследования будут полезны профильным министерствам и руководителям учреждений в сфере образовательных услуг для модернизации процессов регулирования и поддержки функционирования организациям в среднем профессиональном и высшем образовании.

Ключевые слова: *системный подход, регулирование, поддержка, образовательные услуги, политика, модернизация, перспективы.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Сфера образовательных услуг является важным элементом социальной инфраструктуры и является неотъемлемой частью социально-экономического развития государства. Политика регулирования и поддержки сферы образования направлена на создание благоприятных условий для качественного образования и подготовки квалифицированных кадров. Актуальность и необходимость модернизации политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг можно обосновать рядом аргументов.

Современные технологии развиваются очень быстро, и требования рынка труда к квалификации и компетенциям работников также меняются соответственно. Образовательные учреждения должны быть готовы к обучению студентов новым технологиям и обеспечению необходимых компетенций, чтобы они могли успешно конкурировать на рынке труда.

Образование является ключевым фактором для развития личности, общества и экономики. Улучшение качества образования, в том числе посредством модернизации его регулирования и поддержки, позволит повысить уровень знаний, навыков и компетенций учащихся, а также улучшить экономический потенциал страны.

Доступность образования является одним из ключевых факторов, влияющих на социальную и экономическую мобильность людей. Модернизация политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг может помочь увеличить доступность образования для разных категорий граждан, в том числе для малообеспеченных групп населения или населения, требующего удовлетворения их особых потребностей при получении знаний.

Мировой рынок образовательных услуг становится все более конкурентным, и страны должны создавать высококачественные образовательные программы и услуги, чтобы привлекать студентов из разных стран. Модернизация политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг поможет повысить конкурентоспособность образовательной системы. Неоспоримым аргументом также является необходимость адаптации образовательных программ к международным стандартам.

Формирование научно-методического подхода к систематизации регулирования и поддержки сферы образовательных услуг на основе вышеизложенных аргументов актуализирует совершенствование функционирования образования.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что среди ученых широко распространено изучение проблем государственного регулирования и поддержки в сфере образовательных услуг. Авторы Валиуллина Ч.Ф. [1], Доржиева Д.А. [2], Кривко С.Р. [3], Крум Э.В. [4], Мартынов С.В. [5], Обшивалкина Т.А. [6], Рогач О.В. [7], Рянова У.В. [8], Серегин В.Н. [9], Черезова А.С. [10], Юсуфова Ф.Х. [11] занимаются вопросами теоретических основ и других аспектов управления развитием сферы услуг в проблемных регионах Российской Федерации, государственного регулирования функционирования учреждений среднего профессионального образования в

современной России. Кроме этого, поднимаются проблемы реализации цифровой системы образования в стране, государственного регулирования в сфере основного среднего образования, рынка образовательных услуг в контексте экономики знаний, государственной политики в области повышения качества высшего образования, разработки соответствующих механизмов государственного регулирования сферы образования, а также государственной поддержки и обеспечения высших учебных заведений на уровне субъекта федерации. Не остается без внимания вопросы мирового рынка образовательных услуг и политики государства.

Однако, недостаточно изученным остается научно-методический подход к систематизации регулирования и поддержки сферы образовательных услуг в Донецкой Народной Республике.

Изложение основного материала исследования. Сущность политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг состоит в развитие системы образования, контроле его качества, поддержании доступности, финансировании, развитии науки и инноваций.

Государство должно создавать условия для развития образовательных учреждений, обновления учебных планов, улучшения качества образования.

Регулирование качества образования: государство должно контролировать качество образования и гарантировать его соответствие современным требованиям.

Поддержка доступности образования: государство должно обеспечивать доступность образования для всех слоев населения, включая лица с ограниченными возможностями здоровья, лиц из малообеспеченных семей.

Финансовая поддержка образования: государство должно предоставлять финансовую поддержку образовательным учреждениям и стимулировать инвестиции в образование.

Развитие науки и инноваций: государство должно стимулировать научные исследования в области образования, а также инновационные проекты, связанные с развитием образования.

В соответствии с вышеизложенными предпосылками научно-методический подход к систематизации регулирования и поддержки сферы образовательных услуг позволяет сформулировать цели данной деятельности:

1. Обеспечение качественного и доступного образования.
2. Развитие образовательной инфраструктуры.
3. Поддержка и развитие образовательных программ.
4. Поддержка и развитие научных исследований в области образования.
5. Поддержка и развитие международного сотрудничества в области образования.
6. Поддержка разнообразия образовательных программ.

Поставленные цели должны достигаться на основе ряда принципов политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг:

1. Принцип государственной ответственности (государство несет ответственность за качество образования и его соответствие современным

требованиям).

2. Принцип доступности (образование должно быть доступным для всех слоев населения без дискриминации, причем также должна быть обеспечена доступность и равенство возможностей - граждане должны иметь равный доступ к образованию независимо от своего социально-экономического статуса, рода занятий, расы, пола и т.д., а правительство должно гарантировать равные возможности для всех, чтобы увеличить социальную мобильность и снизить неравенство в обществе).

3. Принцип свободы выбора (обучающиеся и их родители должны иметь возможность свободно выбирать образовательное учреждение и программу обучения).

4. Принцип качества (образование должно соответствовать современным требованиям качества, чтобы обеспечить гражданам необходимые знания и навыки для успешной жизни и работы, а правительство может поддерживать качество образования через сертификацию учителей, мастеров и преподавателей, разработку курсов и стандартов, проведение исследований).

5. Принцип активного участия общества (граждане и сообщества должны иметь возможность участвовать в принятии решений, связанных с образованием, и влиять на его развитие, а правительство может поддерживать активное участие общества, организуя общественные слушания, создавая комитеты и советы).

6. Принцип инновационности и развития (этот принцип заключается в том, что правительство должно поддерживать инновации и развитие в сфере образования, чтобы обеспечить его рост и улучшение, что возможно через поддержку научных исследований, создание новых программ и курсов, разработку новых технологий).

Следование выделенным принципам обуславливает перспективы развития политики регулирования и поддержки сферы образовательных услуг, к которым можно отнести интеграцию технологий в образование, развитие новых форм образования, гибкой системы образования, сотрудничества между образовательными учреждениями и бизнесом и расширение международного сотрудничества.

Одним из главных трендов современной образовательной политики является интеграция технологий в учебный процесс. Это может включать использование онлайн-курсов, мобильных приложений, образовательных платформ и других средств для улучшения доступности, эффективности и качества образования.

Современные образовательные учреждения могут предлагать широкий спектр образовательных программ, включая онлайн-курсы, дистанционное обучение, курсы смешанного типа и другие новые формы. Это может помочь увеличить доступность образования и удовлетворить потребности студентов.

В настоящее время многие люди не могут учиться в традиционных учебных заведениях из-за ограничений во времени, месте и возможностях здоровья. Гибкая система образования может помочь разрешить эту проблему,

позволяя студентам выбирать удобное для них время, место и способ для обучения.

Сотрудничество между образовательными учреждениями и бизнесом может помочь учреждениям лучше понимать требования рынка труда и обеспечивать необходимые компетенции студентов. Это также может помочь студентам получить реальный опыт работы и связи с работодателями.

Международное сотрудничество в области образования может помочь студентам получить доступ к лучшим образовательным программам, обменяться опытом и улучшить свои языковые и межкультурные навыки. Также это может помочь странам установить долгосрочные отношения и укрепить свои международные позиции в образовательной сфере.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Предложенный системный подход к регулированию и поддержке сферы образовательных услуг позволил усовершенствовать научно-методический подход к систематизации регулирования и поддержки сферы образовательных услуг, который отличается выделением целей, принципов, средств и перспектив модернизации данного вида деятельности.

Перспективами дальнейших исследований является изучение нормативных и правовых особенностей функционирования сферы услуг с целью адаптации предложенного научно-методического подхода к регулированию и поддержке сферы образовательных услуг.

Список литературы

1. Валиуллина, Ч.Ф. Цифровая система образования в России: проблемы реализации / Ч.Ф. Валиуллина, Л.И. Дьяченко // Проблемы современного педагогического образования. 2022. №76-4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-sistema-obrazovaniya-v-rossii-problemy-realizatsii> (дата обращения: 26.09.2022).

2. Доржиева, Д.А. Государственное регулирование в сфере основного среднего образования на территории Кяхтинского района / Доржиева Д.А., Санжин Б.Б. // Научные междисциплинарные исследования. 2020. №3-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-v-sfere-osnovnogo-srednego-obrazovaniya-na-territorii-kyahtinskogo-rayona> (дата обращения: 26.09.2022).

3. Кривко, С.Р. Теоретические основы управления развитием сферы услуг в проблемных регионах РФ // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2013. №2-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-upravleniya-razvitiem-sfery-uslug-v-problemnyh-regionah-rf> (дата обращения: 26.09.2022).

4. Крум, Э.В. Государственное регулирование рынка образовательных услуг и экономика знаний // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2012. №18-2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-rynka-obrazovatelnyh-uslug-i-ekonomika-znaniy> (дата обращения: 26.09.2022).

5. Мартынов, С.В. Государственная политика в области повышения качества высшего образования / С.В. Мартынов, С.Ю. Мычка // Синергия. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-v-oblasti-povysheniya-kachestva-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 26.09.2022).
6. Обшивалкина, Т.А. Теоретические аспекты государственного регулирования функционирования учреждений среднего профессионального образования в современной России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2009. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-gosudarstvennogo-regulirovaniya-funktsionirovaniya-uchrezhdeniy-srednego-professionalnogo-obrazovaniya-v> (дата обращения: 26.09.2022).
7. Рогач, О.В. Особенности государственного регулирования сферы образовательных услуг в России // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Государственное и муниципальное управление. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-gosudarstvennogo-regulirovaniya-sfery-obrazovatelnyh-uslug-v-rossii> (дата обращения: 26.09.2022).
8. Ряснова, У.В. Необходимость и механизм государственного регулирования сферы образования // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2012. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neobhodimost-i-mehanizm-gosudarstvennogo-regulirovaniya-sfery-obrazovaniya> (дата обращения: 26.09.2022).
9. Серегин, В.Н. Некоторые аспекты государственного регулирования рынка образовательных услуг // Российское предпринимательство. 2006. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nekotorye-aspekty-gosudarstvennogo-regulirovaniya-rynka-obrazovatelnyh-uslug> (дата обращения: 26.09.2022).
10. Черезова, А.С. Мировой рынок образовательных услуг и политика государства // Вестник НГУЭУ. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-rynok-obrazovatelnyh-uslug-i-politika-gosudarstva> (дата обращения: 26.09.2022).
11. Юсуфова, Ф.Х. Государственная поддержка и обеспеченность высших учебных заведений на уровне субъекта федерации // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. 2012. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhka-i-obespechennost-vysshih-uchebnyh-zavedeniy-na-urovne-subekta-federatsii> (дата обращения: 26.09.2022).

ФИНАНСЫ И ИНВЕСТИЦИИ

УДК 336.012.23

РЕАЛИЗАЦИЯ МОДЕЛИ ИНТЕГРИРОВАННОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ: МЕТОДИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Н.А Броварь, аспирант
кафедры финансов и
банковского дела ГОУ ВПО
«Донецкий национальный
университет»

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: brovar.nikita@yandex.ru

IMPLEMENTATION OF THE FINANCIAL SYSTEM INTEGRATED GOVERNMENT REGULATION MODEL: METHODOLOGICAL APPROACH

N. A. Brovar, a postgraduate
student of the Department of
Finance and Banking of the
Donetsk National University

SEI HPE «Donetsk National University»,
Donetsk, DPR,
e-mail: e-mail: brovar.nikita@yandex.ru

Реферат

Цель. Разработка модели интегрированного государственного регулирования финансовой системы Донецкой Народной Республики с единым вектором воздействия.

Методы. Для проведения исследования и достижения поставленной цели были использованы общенаучные и специальные методы научного познания, а именно: теоретическое обобщение, логический анализ, графический метод, формализация, диалектический метод, аналогия, абстрагирование.

Результаты. Когнитивная модель развития финансовой системы Донецкой Народной Республики, основанная на стабильной кредитно-банковской системе и имеющая все возможности для обеспечения всех подсистем и уровней финансовой системы денежными потоками, представленными всеми видами ресурсов и инструментов.

Научная новизна заключается в разработке методического подхода к реализации модели интегрированного государственного регулирования финансовой системы, который, в отличие от существующих, ориентирован на формирование целостной и комплексной системы государственного регулирования с единым вектором воздействия,

Практическая значимость. Реализация методического подхода обеспечит функционирование мегарегулятора финансовой системы Донецкой Народной Республики, способного проводить единую эффективную политику

управления всеми финансовыми институтами, финансовыми операциями и финансовыми инструментами.

Ключевые слова: финансовая система, мегарегулятор, элементы финансовой системы, центральный банк, принципы.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В ходе анализа выявлено значительное количество банков, выведенных с рынка, что является необходимым стратегическим шагом укрепления банковской системы, очищения ее от сомнительных и ненадежных кредитных институтов для повышения стабильности всей финансовой системы. Вместе с тем, такие меры возможны исключительно в ситуации защищенности и возвратности вложенных и инвестированных денежных средств всех стейкхолдеров.

Проанализированные мировые тенденции развития современной мировой финансовой системы, Российской Федерации и Донецкой Народной Республики, позволили выявить не только проблемы, но и резервы для решения протекания негативных последствий. Многие государства Европы такие, как Германия, Великобритания и Франция, используют модель интегрированного государственного регулирования финансовой системы, которая имеет также определение мегарегулятора как целостной и комплексной системы государственного регулирования с единым вектором действия [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы регулирования финансовой системы исследовали такие ученые, как: Т. Ильина, О. Щербина, Е. Ряскова, Н. Звягинцева, А. Лисачев, П. Троекуров, Д. Красиков, А. Гузнова, С. Моисеев и др. [2-14]. Вместе с тем, вопросы реализации модели интегрированного государственного регулирования финансовой системы в Донецкой Народной Республике, не нашли всестороннего и комплексного рассмотрения.

Цель исследования заключается в разработке модели интегрированного государственного регулирования финансовой системы Донецкой Народной Республики с единым вектором воздействия.

Изложение основного материала исследования.

Анализ негативных тенденций состояния финансовой системы Донецкой Народной Республики, позволяет выделить проблемные институты, государственные органы, ответственные за контроль и регулирование, последствия для финансового рынка (Табл. 1).

Важным отличительным признаком данной модели является осуществление надзора единого регулирующего органа за всеми подсистемами, уровнями и институтами финансовой системы [15-17]. Модель мегарегулятора позволяет повышать эффективность управления финансовой системой не только в развитых странах, но и в странах с развивающейся экономикой, позволяя управлять, минимизировать риски межведомственных коммуникаций, дублирования полномочий и функций, упрощает процессы координации между структурными подразделениями внутри мегарегулятора.

Анализ теоретической и практической базы по вопросам внедрения в

финансовую систему механизма мегарегулятора в более, чем в сорока странах (Великобритания, Германия, Франция, Япония, Дания, Швеция, Исландия, Корея, Норвегия, Венгрия, Латвия, Эстония и др.), показывали эффективность использования единого органа государственного регулирования финансовых рынков [18-20].

Таблица 1 - Выявленные негативные характеристики состояния финансовой системы Донецкой Народной Республики

Элемент финансовой системы	Негативные последствия для финансовой системы	Государственный орган, ответственный за контроль и регулирование
Бюджет	падение реальных доходов граждан; уменьшение поступлений всех видов доходов в бюджет; увеличение расходов по обеспечению национальной безопасности, восстановлению социального жилья	Министерство финансов ДНР, Министерство доходов и сборов ДНР
Налоговая система	невыполнение планов по налогам и сборам; уменьшение количества налогоплательщиков, особенно ликвидация крупных налогоплательщиков	Министерство доходов и сборов ДНР
Валютный рынок	девальвация национальной валюты; закрытость для участия на валютных биржах; наложение санкций на институты финансовой системы	Центральный Республиканский Банк ДНР
Кредитная система	отсутствие банковских и небанковских кредитных институтов; ограниченные возможности притока длительных и стабильных капиталов	Центральный Республиканский Банк ДНР
Страховой рынок	ограниченность страхового рынка, который представлен только рынком страхования транспортных средств; отсутствие страховых инструментов для создания и развития страховых услуг	Центральный Республиканский Банк ДНР
Инвестиции	практически отсутствие реальных долгосрочных инвестиций из-за повышенных рисков; отсутствие гарантий вложений средств со стороны государства	Министерство экономического развития ДНР
Инновации	отсутствие инновационных государственных программ и, следовательно, внедрение инноваций во все сферы экономики, социальных программ и др.; проблемы привлечения всех видов ресурсов	Государственные институты системы управления республики

Каждая страна в зависимости от особенностей организации и управления экономической, политической и других систем применяют разные виды моделей регулирования финансовых рынков:

Financial Service Authority – FSA - модель мегарегулятора британской системы, отличительна использованием одновременно института надзора и контроля за банковскими, страховыми и инвестиционными операциями с целью недопущения концентрации активов, а значит, и рисков в одних руках.

Большинство финансовых кризисов было спровоцировано именно бесконтрольностью и размещением в разные виды высоко рискованных активов в одних руках, одного эмитента, собственника [21];

Autorité des marchés financiers – AMF – разделение французского банковского надзора за всеми операциями банковских и других кредитных организаций между Банком Франции и специально созданным регулятором, который ответственен за состояние и стабильность функционирования небанковского финансового сектора;

немецкая модель мегарегулятора отличительна от французской только единым надзором регулятора над деятельностью всех банковских и небанковских кредитных институтов;

мегарегуляторы в Японии, Корее, Венгрии, Дании, Норвегии, Швеции и Финляндии выполняют исключительно надзорные функции за соблюдением требований национального и международного законодательства в сфере регулирования финансовым рынком;

качественно отличительным функционированием обладает мегарегулятор в Сингапуре, поскольку данный орган одновременно устанавливает правила, требования, стандарты работы финансового рынка, но и контролирует осуществление деятельности всех финансовых институтов;

В Российской Федерации процесс по внедрению мегарегулятора в систему государственного регулирования финансовых рынков продолжался в течение девяти лет с 2005 года по 2013 год с обсуждением нескольких вариантов его создания [22-23]:

формирование нового органа на базе Федеральной службы по финансовым рынкам (ФСФР) или Центробанка;

передача мегарегулятору функций по регулированию участников финансового рынка, включая банки, при одновременном сохранении надзорных функций за ФСФР и Центробанком;

создание мегарегулятора на базе нового специально созданного агентства [24].

Исследования и определения наиболее эффективной модели интегрированного государственного регулирования обусловили принятие и функционирование в Российской Федерации модели мегарегулятора – Центрального Банка Российской Федерации, за которым закреплены права, функции и полномочия по всем вопросам организации, регулирования, надзора за деятельностью банковских кредитных организаций, небанковских кредитных организаций, как установление единых норм и стандартов, так и определение единого органа, полномочного на ввод и вывод с финансового рынка кредитных институтов.

Исследование внедрения моделей мегарегулятора в разных странах мира позволило выделить и представить положительные и негативные тенденции его функционирования [2-14]:

положительные аспекты внедрения предложенной модели:

обеспечение единой политики управления и надзора за всеми финансовыми институтами позволит повысить эффективность, поскольку будет

исключать конфликт интересов разных государственных институтов;
создание и использование единых стандартов ведения финансовых операций;

более гибкий и быстрый процесс внедрения новых нормативных актов, отвечающий реальным интересам финансовой системы и ее участников;

возможность создания и функционирования холдинговых структур, финансово промышленных групп, любых видов объединений разных участников экономики;

оперативный, своевременный контроль с целью недопущения коррупции, мошенничества, кибератак, сосредоточение капиталов в одних руках, выявление повышенных рисков на одного инсайдера;

возможность ведения сводной статистики и отчетности, более полной и понятной, чем многочисленные отчеты из разных ведомств;

повышение качественного уровня проведения риск-менеджмента с выявлением и своевременным нивелированием необоснованных потерь на финансовом рынке всех видов ресурсов (материальных, финансовых, трудовых, предпринимательских способностей, информационных ресурсов)

защита информации, как коммерческой тайны, позволяющей иметь конкурентные преимущества компаний для сохранения своих позиций на рынке, поддержания добросовестной конкуренции, управления и использования конфиденциальной управленческой информации всех стейкхолдеров финансовой системы, так и банковской информации клиентов, что особенно важно в условиях внедрения информационных технологий, цифровизации;

отрицательные аспекты внедрения предложенной модели:

одновременное сосредоточение в одном органе государственной власти функций и полномочий по установлению стандартов, требований и правил организации, управления и ведения деятельности всеми кредитными финансовыми институтами, выдачи разрешения на осуществление хозяйственной деятельности и наложение запрета с выводом кредитной организации с рынка, надзор за всеми финансовыми операциями и возможностью привлечения к юридической ответственности может привести к снижению эффективности деятельности мегарегулятора;

долгосрочность и высокие ресурсные расходы для внедрения мегарегулятора в то время, когда внедрение эффективного контроля необходимо в краткосрочной перспективе.

Необходимо отметить, что отсутствие в настоящее время единого согласованного управления финансовой системой, отсутствие интегрированной и взаимосвязанной законодательной и нормативно-правовой базы в сфере финансовой системы, недостаточность специалистов, соответствующих профессиональных компетенций и высокий уровень расходов по содержанию управленческого аппарата государственных институтов финансовой системы, является обоснованием для внедрения мегарегулятора финансовой системы в Донецкой Народной Республике.

Предложенная модель внедрения мегарегулятора в Республике

основывается на создании единого института управления, состоящего из структурных подразделений в соответствии с выполняемыми ими функциями и задачами в определенной сфере с координационным центром – едином органе управления, определяющем тактические и стратегические задачи и действия для всех структурных подразделений, координации и надзоре (рис. 2).



Рисунок 2 – Структура мегарегулятора финансовой системы Донецкой Народной Республики

Предлагаем сформировать мегарегулятор как Комитет государственного управления финансовой системой Донецкой Народной Республики (далее – КГУФС ДНР).

Отсюда, предложенный мегарегулятор будет создавать, совершенствовать и проводить единую финансовую политику, интегрированную в российское законодательство с учетом национальных возможностей и интересов; способствует созданию эффективного контроля и государственных гарантий для безопасности вложений и инвестирования капиталов бизнеса; создания условий благоприятной экономической среды при

рациональном аккумулировании ресурсов и их распределении и перераспределении с учетом интересов субъектов хозяйствования, населения и государственных органов; создание действенной системы защиты прав всех участников экономики.

Конечно, функционирование единого государственного органа управления должно основываться на принципах эффективности (содействие рациональному выгодному на микроуровне и на макроуровне распределению всех видов экономических ресурсов), прозрачность (описанный выше в диссертации институт репутации), результативность (количественные и качественные показатели высокого социально-экономического уровня развития республики по всем показателям), ответственность (возложение ответственности, представленные выше в разделах диссертации), осмотрительность (ответственное рассмотрение разных оценок ситуаций настоящего этапа развития, однозначно, влияющие на будущее формирование внутренней и внешней финансовой системы, отсюда, взвешенное принятие решений, более оптимально подходящих для развития финансовой системы, минимизации рисков, сохранения стабильности и надежности системы), системность (рассмотренный и взятый за основу системный поход необходим для применения в данной модели для учета специфики функционирования живых организмов, состоящих из совокупности взаимосвязанных элементов, влияющих друг на друга), непрерывность (функционирование финансовой системы – это динамично быстро обращающиеся потоки всех видов ресурсов, обслуживающие потребности общества денежные потоки, провоцирующие возникновение и рост различных видов рисков, что обуславливает необходимость постоянного непрерывного мониторинга системы и создание системы быстрого реагирования, взвешенного принятия решений по нивелированию потерь).

Важным вопросом является определение подотчетности мегарегулятора [25], который может полностью контролироваться Правительством ДНР, но тогда регулятор будет в большей мере выражать волю государства, при этом в меньшей степени учитывать мнения участников рынка; а может иметь полную подконтрольность Народному Совету ДНР, но в условиях военно-политического конфликта и кризисных экономических явлений это может парализовать его работу. Поэтому предлагается разделить полномочия по управлению и подотчетности мегарегулятора между Правительством ДНР, Народным Советом ДНР и Главой ДНР. В текущем режиме работы мегарегулятор будет отчитываться Правительству ДНР, а периодически (по соответствующему запросу) – Народному Совету ДНР и Главе ДНР, при этом, в случае признания Народным Советом ДНР деятельности мегарегулятора неудовлетворительной, состав его управления должен быть изменен. Кроме того, в текущем режиме мегарегулятор должен периодически публиковать отчетность о собственной деятельности на официальном сайте.

Согласно представленной структуре на рисунке выделены следующие структурные институты с возложением следующих функций:

высший орган управления финансовой системой государства – Комитет

государственного управления финансовой системой Донецкой Народной Республики – функции по разработке стратегии развития финансовой системы. Указанные на рисунке представители формируются из числа представителей Главы ДНР, Правительства ДНР, Народного Совета ДНР и членов Правления;

исполнительный орган – Правление – управляет всеми финансовыми процессами в сферах государственных финансов, финансов коммерческих институтов, поэтому состоит из представителей государства (назначаемых Правительством ДНР) и профессиональных участников финансового рынка;

контрольный орган – Наблюдательный совет, состоящий из представителей Главы ДНР, Правительства ДНР и Народного Совета ДНР – функции рассмотрения и анализа отчетов и действий Правления по реализации регуляторной политики и т.д. без вмешательства в оперативные действия Правления.

Предлагается разделение государственной финансовой системы на сектора, за каждым из которых закреплен соответствующий департамент (бюджетный, налоговый, инвестиционный, финансовый рынок и государственные финансы). Отдельным центром выступает денежно-кредитная сфера и регулирующий орган – ЦРБ ДНР, действия которого должны быть согласованы на уровне Правления.

Автор аргументирует свою позицию по выделению основополагающей роли центрального банка страны, исходя из следующего:

эволюционно сложившаяся финансовая система каждого государства в мире с выделением основной ее системы кредитно-банковской, монополично проводящей все операции со всеми видами денег, осуществляющей все наличные и безналичные расчеты всех членов общества;

сосредоточение в банковской системе, что видим из приведенного анализа в работе, практически всех денег и капиталов;

организация и обеспечение надежности системы электронных платежей, от разрушений и рисков потерь информации и вывода денег может дестабилизироваться вся система общества в целом;

эволюционно доказанная эффективность выделения единого банка-регулятора всей кредитно-банковской системы на первый уровень с закреплением монопольного права эмиссии валюты в обращение, проведения денежно-кредитной политики и возложение ответственности за безинфляционное развитие экономики страны [26]. Отсюда, центральный банк государства должен быть достаточно независим в своих действиях [27], поэтому предлагаем его включение в КГУФС ДНР в качестве автономной единицы.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, проведенное исследование позволило выявить проблемы и перспективные возможности формирования и развития финансовой системы Донецкой Народной Республики, используя модель создания единого регулятора (мегарегулятора), что способствует одновременно и созданию всех фундаментальных условий развития всех институтов и инструментов финансовой системы, и эффективному управлению данной системой.

Перспективами дальнейших исследований в этом направлении будет разработка мероприятий, направленных на обеспечение процессов адаптации банковской системы Донецкой Народной Республики к современным требованиям финансовой системы.

Литература

1. Поддубный, Е.М. Современная структура, цели и задачи Банка Англии в финансовой системе Великобритании / Е.М. Поддубный // *Advanced Engineering Research*. – 2012. – №12(2-1). – С. 120-125.
2. Буклемишев, О.В. Эффективное финансовое регулирование и создание мегарегулятора в России / О.В. Буклемишев, Ю.А. Данилов // *Журнал Новой экономической ассоциации*. – 2013. – №3(19). – С. 82-89.
3. Гузнов, А.Г. Мегарегуляторы финансовых рынков: сравнительно-правовой анализ (на примере Федеративной республики Германии и Российской Федерации) / А.Г. Гузнов // *Банковское право*. – 2014. – №1. – С. 5-14.
4. Звягинцева, Н.А. Реформирование системы государственного регулирования рынка ценных бумаг: путь к мегарегулятору / Н.А. Звягинцева // *Известия иркутской государственной экономической академии*. – 2013. – № 5. – С. 27-34.
5. Ильина, Т.Г. Теоретико-методологические основы создания мегарегулятора финансового рынка в России / Т.Г. Ильина // *Проблемы учета и финансов*. – 2013. – №2(10). – С. 21-27.
6. Красиков, Д.А. Предпосылки и эффекты создания мегарегулятора финансового рынка в Российской Федерации / Д.А. Красиков // *Юридическая наука*. – 2017. – №6. – С. 40-46.
7. Лисачев, А.Н. Вопросы мегарегулирования финансового рынка в Российской Федерации Банком России / А.Н. Лисачев // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. – 2015. – №6. – С. 196-200.
8. Моисеев, С.Р. Мегарегулятор. Терминология. Сущностные аспекты / С.Р.Моисеев // *Деньги и кредит*. – 2013. – №7. – С.46-54.
9. Рождественская, Т.Э. Банк России как мегарегулятор на финансовом рынке: особенности правового статуса / Т.Э. Рождественская // *Вестник Университета имени О. Е. Кутафина*. – 2014. – №4. – С. 54-69.
10. Романов М.С. Типология мировых финансовых центров в начале XXI века// *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер. Естественные и медицинские науки*. 2021. № 4. С. 25—34.
11. Ряскова, Е.С. Трансформация функций Центрального банка РФ как мегарегулятора / Е.С. Ряскова // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология*. – 2018. – Т.20, №4. – С. 137-149.
12. Сучкова, Е.О. Мегарегулятор финансового рынка: обзор методологий и практическая реализация в России и зарубежных странах / Сучкова Е.О., Мастеровенко К.В. // *Финансы и кредит*. – 2015. – №38(662) . – С. 20-27.
13. Троекуров, П.С. Банк России как мегарегулятор на рынке ценных

бумаг / П.С. Троекуров // Вестн. Саратов. гос. юр. академии. – 2015. – №6(107). – С. 184-188.

14. Щербина, О.Ю. Мегарегулятор финансовых рынков в России / О.Ю. Щербина // Финансы и кредит. – 2015. – № 34. – С. 36-46.

15. Дорошенко, М.Е. Мегарегулирование в России на фоне финансового кризиса: первые уроки / М.Е. Дорошенко, И.С. Березин // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2015. – №4. – С.30-51.

16. Зверев, А.В. Формирование российской модели регулирования финансового рынка через построение мегарегулятора / А.В. Зверев, В.В. Мандрон, М.Ю. Мишина // Вестник НГИЭИ. – 2018. – №7(86). – С. 117-131.

17. Лещенко, Ю.Г. Особенности регулирования интегрированной и функциональной моделей финансовых рынков: опыт Германии и Франции / Ю.Г. Лещенко, О.Ю. Ермоловская // Экономические отношения. – 2019. – Том 9. – № 4. – С. 2419-2432.

18. Горловская, И.Г. Становление модели регулирования рынка ценных бумаг в системе мегарегулирования финансовых рынков в России / И.Г. Горловская // Вестн. Ом. ун-та. Сер. «Экономика». – 2018. – №2(62). – С. 13-24.

19. Дьяков, А.В. «Теоретическое насилие» Жана Бодрийера // Философия постструктурализма во Франции: монография / А.В. Дьяков. – Москва – Нью-Йорк – Санкт-Петербург: Northern Cross, 2008. – 363 с.

20. Кайдзен: ключ к успеху японских компаний/ Масааки Имаи; Пер. с англ. – М.: «Альпина Бизнес Букс», 2004. – 274 с.

21. Туманова, С.В. концептуальные основы предупреждения финансовых кризисов / С.В. Туманова, О. Доля // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. – 2020. – № 2. – С. 376-382.

22. Тер-Акопов, С.Г. Исследование проблемы мегарегулятора российского финансового рынка / С.Г. Тер-Акопов, Т.М. Кожевникова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. – №7. – С. 63-68.

23. Кузнецова, А.А. Банк России как мегарегулятор финансового рынка / А.А. Кузнецова, О.В. Лосякова // Аллея науки. – 2018. – №11(27). – С. 744-747.

24. Крымова, И.П. Этапы мегарегулирования в России / И.П. Крымова, А.В. Саморядова // материалы Международной научно-практической конференции «Развитие и взаимодействие реального и финансового секторов экономики в условиях цифровой трансформации». Оренбург. – 2021. – С. 177-181.

25. Ефимова, Е.В. Переход к мегарегулированию финансовых рынков: объективная необходимость и факторы риска / Е.В. Ефимова, А.Г. Ильбалиева, А.И. Мельцер, А.К. Тлепова, М.А. Токарева // Вестник МИЭП. – 2013. – №3(12). – С. 54-64.

26. Полтораднева, Н.Л. Современный взгляд на трактовку категории «финансовая система» / Н.Л. Полтораднева, Д.А. Завьялова // Финансы и кредит. – 2018. – № 24. – С. 537-549.

27. Абрамова, М.А. К вопросу о введении мегарегулятора в России / М.А. Абрамова // Экономика. Налоги. Право. – 2013. – №5. – С. 21-25.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

УДК 330.342

ГЛОБАЛЬНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

В.В. Приходько¹, канд. экон. наук,
доцент,
И.В. Колодяжная², канд. экон.
наук, доцент.

1 - ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ,
e-mail – miss.profess@mail.ru
2 – Мариупольский государственный гуманитарный университет, г. Мариуполь, РФ,
e-mail – miss.profess@mail.ru

GLOBAL ECONOMIC SECURITY: THEORY AND PRACTICE

V.V. Prikhodco¹, Candidate of Economics, Associate Professor
I.V. Kolodyazhnaya², Candidate of Economics, Associate Professor

1 – CO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky», Donetsk, RF,
e-mail – miss.profess@mail.ru
2 - Mariupol State University for the Humanities, Mariupol, RF,
e-mail – miss.profess@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является теоретическое обоснование сущности и основ экономической безопасности в условиях глобализации.

Методика. Базисом исследования является использование исторического, логического и системно-синергетического подходов и общенаучных методов: теоретического обобщения, сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции.

Результаты. Проведенное исследование позволило констатировать, что: перед экономической наукой объективно сформировалась задача поиска новых концептуальных подходов, путей и механизмов обеспечения экономически безопасного развития; для исследования глобализации и экономической безопасности предложено использовать системно-синергетический концептуальный подход; развитие человека должно стать главным приоритетом общества, а экономическая безопасность в условиях глобализации должна трактоваться с позиции концепции устойчивого развития.

Научная новизна. В статье экономическая безопасность рассматривается через призму глобальных мировых трансформаций, сопровождающихся формированием большого количества возможностей, но еще большего количества угроз и рисков. Формирование глобальной цивилизации предполагает взаимопроникновение не только экономик, но и общечеловеческих и культурных ценностей. Делается вывод о безальтернативности устойчивого развития как основы обеспечения глобальной экономической безопасности.

Практическая значимость. Определение содержания и сущностных параметров экономической безопасности на глобальном уровне позволит исследовать данное понятие с качественно новой стороны и выработать механизмы устойчивого развития общества.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, глобализация, теория устойчивого развития, социально-экономическая система, системно-синергетический подход, нестабильные социально-экономические системы.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Ускорение глобальных трансформационных процессов существенно влияет на развитие мировой экономики и общества в целом. Произошедшие, особенно в развитых странах, изменения свидетельствуют о переходе общества от постиндустриального к информационному этапу развития. Радикально трансформируются международные экономические отношения, формы и принципы их организации. Глобализация сама по себе не дает и не гарантирует эффективных результатов для всех участников процесса. Более эффективно сформировавшиеся преимущества используют развитые страны, а страны с трансформационной экономикой, или слабо развитые, не имеют возможности защитить и реализовать свои экономические интересы. В такой ситуации особую актуальность приобретает обеспечение экономической безопасности, как отдельных национальных государств, так и глобальной мировой системы.

Учитывая то, что трансформационные изменения, происходящие в социально-экономических отношениях, значительно опередили их теоретическое обоснование, перед экономической наукой объективно сформировалась задача поиска новых концептуальных подходов, путей и механизмов обеспечения экономически безопасного развития. Одной из теоретических доктрин, сделавших попытку ответить на современные вызовы, является концепция устойчивого развития. Ее сущность состоит в том, что социально-экономическое развитие должно быть направлено на гармонизацию эколого-экономического пространства с учетом текущих интересов и нужд каждой личности и общества в целом без угрозы для интересов и нужд будущих поколений.

Анализ последних исследований и публикаций. Значительное влияние на формирование научных представлений об экономически безопасном и устойчивом развитии оказали работы классиков теории и методологии развития экономических систем; разработчиков теории циклов и кризисов;

исследователей проблем стабильного и экономически безопасного развития. Методологической основой исследования стали научные работы О. Белоруса, М. Блауга, Б. Боулинга, В. Гейца, М. Кондратьева, Р. Коуза, П. Кругмана, Д. Лукьяненко, В. Лукашевича, Ю. Пахомова. Не смотря на большое количество исследований данной проблематики, некоторые вопросы остаются дискуссионными. В частности, неопределенными остаются пути и механизмы реализации устойчивого экологически и экономически безопасного развития социально-экономических систем в условиях глобализации.

Формирование цели исследования. Цель статьи – теоретическое обоснование сущности и основ экономической безопасности в условиях глобализации.

Изложение основного материала исследования. В экономической науке принято классифицировать мировые страны по ряду признаков: уровень экономического развития, объемы промышленного производства, масштабность экономических реформ, даже – показатель индекса счастья. В основном их делят на: развитые страны, развивающиеся, с трансформационной экономикой, слабо развитые. С точки зрения обеспечения экономической безопасности в условиях глобализации наиболее проблемными являются страны с трансформационной экономикой, потому что переход от одной системы к другой предполагает распад старой хозяйственной модели при отсутствии новой. Фактически результат такого перехода – макроэкономическая нестабильность и тотальное социальное неравенство, т.е. система постепенно приобретает ярко выраженные нестабильные характеристики и об обеспечении экономической безопасности речь не идет вообще.

Если провести обобщение известных трактовок экономической безопасности получим следующее определение. Экономическая безопасность – создание таких условий развития экономической системы, при которых отсутствуют или минимизируются опасности и риски, что позволяет отдельным ее функциональным составляющим эффективно развиваться.

Общепринятым критерием достижения экономической безопасности является стабильность. Стабильность – это такое состояние социально-экономической системы, когда нет причин для нарушения достигнутого равновесия. По нашему мнению, главное условие достижения экономической безопасности – воссоздание такой симметричности процессов, которая балансирует деструкцию и восстановление, распад и соединения, распределение и интеграцию.

Методология исследования экономических процессов и явлений требует постоянного обновления. С целью ее усовершенствования предлагается: исследовать причинность с позиции сложной системы взаимодействия разнокачественных по своей природе сил; анализировать не только прямые, но и обратные связи в системе; осуществлять обоснование процессов и явлений на основе комбинации возможного и необходимого, учитывая хаотичность процессов.

Наиболее современным подходом к исследованию рынка является теория

хаоса. Однако ее достижения не совместимы с классической наукой, поскольку выдвинутые научные гипотезы должны быть подтверждены практикой, но когда изучается хаотичная система, нельзя получить точные прогнозы и проверить их с течением времени. Такая ситуация не является свидетельством неправильности теории хаоса, которая подтверждена эмпирическими расчетами и примерами развития природных систем. Еще не существует научно обоснованного аппарата для прикладного ее использования в процессе экономических исследований. Но отдельные элементы теории успешно применяются при исследовании, например, рыночного равновесия, цен, биржевой торговли. Благодаря данной теории можно вполне обоснованно утверждать, что общество – это сверхчувствительная сложная система, которая постоянно находится на грани хаоса. Такими же являются и экологические, и социальные, и экономические системы, его формирующие.

В рамках данного исследования целесообразно обратить внимание и на трансформацию, а в некоторых случаях – кардинальное изменение приоритетов общественного развития. Векторами развития предыдущего столетия были национальный суверенитет, независимость, демократия, подчинение власти народа. В современном глобальном мире государства не имеют: гарантий относительно внешнего невмешательства в экономику и политику; возможности контролировать центры и силу внешнего влияния; способности подчинения внутренней власти народа, поскольку она уже контролируется глобальными центрами управления. Поэтому производными основополагающими принципами развития должны стать оптимизация мирового общественного развития и обоснование стратегий включения отдельных экономических субъектов в процесс глобализации. Вышеприведенное позволяет утверждать, что необходимо научное обоснование качественно нового концептуального подхода к исследованию глобализации и экономической безопасности. Его разработка возможная на основе теоретико-методологических принципов системно-синергетического концептуального подхода, который базируется на синергетической парадигме современной экономической теории и системном анализе. Именно применение данного концептуального подхода позволяет ответить на основополагающий вопрос исследования: способна ли система к экономически безопасному развитию в условиях глобализации.

Целесообразность применения данного подхода можно обосновать следующим: имеющийся методологический аппарат экономической теории не способен в полном объеме освещать сущность динамических общественно-экономических процессов. Например, диалектический материализм не объясняет, почему социализм, который имеет «исторические преимущества», уступил капитализму в конце XX в.; постоянное увеличение экологической нагрузки на окружающую среду активизирует проблему устойчивого развития, решить которую можно, только изменив систему взаимоотношений между обществом и природой, следовательно, наука обязана находить радикальные теоретико-познавательные подходы к дальнейшему социально-экономическому развитию; современная цивилизация, вместе с безграничными возможностями,

спровоцировала возникновение большого количества рисков, которые касаются выживания и дальнейшего развития человечества. Это обуславливает объективную потребность в кардинальном изменении социальных, экономических, культурных координат функционирования общества, то есть имеющий место спор между объективной необходимостью и субъективной неготовностью отдельных социально-экономических систем к взаимодействию вследствие наличия религиозных, этнических, идеологических барьеров. Итак, требует обоснования сам процесс трансформации (перехода системы от одного состояния к другому). Глобализация считается исторической тенденцией – ее в существующем виде можно отождествить с установлением единой полярной западной модели, что, по меньшей мере, невозможно, а по большому счету – абсурдно. Глобализация должна быть многомерной, то есть в этот процесс и Запад, и Восток должны быть включены на равновесной и равнозначной основе.

Речь фактически идет о формировании новой глобальной цивилизации или глобального общества, основанного на взаимопроникновении культур и традиций. При этом экономическая составляющая глобализации является материальной (внешней) оболочкой этого процесса, а внутренняя (целевая) установка – более высокий уровень развития человеческого капитала, ограниченного узкими рамками национальных традиций, религиозных ограничений и государственных границ. Развитие человека должно стать главным приоритетом общества. Это основа глобальной безопасности человечества в условиях зарождающейся новой цивилизации. Экономическая безопасность в условиях глобализации должна трактоваться с позиции концепции устойчивого развития. В пользу данного подхода свидетельствуют и последние мировые события – короновирусная инфекция, распространяющаяся с невероятной скоростью, может не только спровоцировать мировой экономический кризис, но и, по мнению отдельных экспертов, вообще похоронить глобализацию.

С учетом свойств сложных систем проанализированы базовые характеристики экономически безопасного устойчивого развития социально-экономической системы (см. таблицу 1).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведенное исследование позволило сделать выводы:

- трансформационные изменения, происходящие в социально-экономических отношениях, значительно опередили их теоретическое обоснование, поэтому перед экономической наукой объективно сформировалась задача поиска новых концептуальных подходов, путей и механизмов обеспечения экономически безопасного развития;

- для исследования глобализации и экономической безопасности предложено использовать системно-синергетический концептуальный подход, который базируется на синергетической парадигме современной экономической теории и системном анализе;

- развитие человека должно стать главным приоритетом общества, а экономическая безопасность в условиях глобализации должна трактоваться с

позиции концепции устойчивого развития.

Таблица 1 - Диалектика устойчивого экономически безопасного развития в условия глобализации

Признак	Экономически безопасное устойчивое развитие
Сущность процесса	Создание условий для обеспечения экономической безопасности
Диалектика процесса	Механизмы решения противоречий
Цель реализации	Оптимизация соотношений в системе «экономика-экология» с целью обеспечения равенства возможностей и экономической безопасности национальных государств
Объективность и субъективность процесса	Объективный процесс (объединение с целью предотвращения глобальной экономической и экологической катастрофы)
Иерархия	Равенство всех субъектов глобальной социально-экономической системы
Характер развития процесса	Циклический процесс (механизм достижения экономически безопасного устойчивого развития тесно связан с текущим состоянием системы, согласован во времени)
Уровень стабильности	Только стабильные экономические системы могут развиваться устойчиво
Альтернативность	Альтернативный, в зависимости от типа и фазы цикла
Институциональное обеспечение и механизм реализации	Создание национальных институтов и механизмов реализации экономически безопасного устойчивого развития социально-экономических систем (национальных экономик)
Главный принцип развития	Переход к принципиально новой парадигме развития цивилизации, базирующейся на оптимальной сбалансированности социально-экономического развития человечества и сохранении окружающей среды на основе рационального использования природных ресурсов, а также сокращении экономического диспаритета между развитыми и развивающимися странами путем внедрения достижений научно-технического и технологического прогресса, рационализации потребления ресурсов

Направлением дальнейшего исследования является обоснование стратегических аспектов обеспечения экономической безопасности трансформационных социально-экономических систем в условиях глобализации.

Список литературы

1. Белорус О. Г. Глобальное устойчивое развитие / О. Г. Белорус, Ю.М. Мацейко ; Киев. нац. экон. ун-т. – Киев : КНЭУ, 2006. – 488 с.
2. Кругман П., Обстфельд М. Международная экономика. Теория и политика. СПб.: Питер, 2003. – 832с.
3. Кругман П., Веллс Р., Олни М. Основы экономикс. СПб.: Питер, 2012. – 880с.
4. Блауг М. Методология экономической науки / М. Блауг. – М. : Изд-во журн. «Вопр. экономики», 2004. – 684 с.

5. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения : избр. тр. / Н. Д. Кондратьев ; [сост. Ю. В. Яковец ; редкол.: Л. И. Абалкин (предс.) и др.] ; Междунар. фонд Н. Д. Кондратьева, Междунар. ин-т П. Сорокина - Н. Кондратьева, Ин-т экономики Рос. акад. наук. - М. : Экономика, 2002. - 765, [2] с. :граф.

6. Кондратьев Н. Д. Проблемы экономической динамики / Н. Д. Кондратьев ; редкол.: Л. И. Абалкин (отв.ред) [и др.]. – М. : Экономика, 1989. – 526 с.

УДК 338.22

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ БАЗИС СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

М.В. Фомина¹, д-р экон. наук,
проф.,
Е.В. Василенко², ассистент

1 - ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, РФ,
e-mail – miss.profess@mail.ru

2 – Мариупольский государственный гуманитарный университет, г. Мариуполь, РФ,
e-mail – miss.profess@mail.ru

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASIS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

M.V. Fomina¹, Doctor of Economics,
Professor
E.V. Vasilenko², assistant

1 – CO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky», Donetsk, RF,
e-mail – miss.profess@mail.ru

2 - Mariupol State University for the Humanities, Mariupol, RF,
e-mail – miss.profess@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является системный анализ теории предпринимательства для обоснования содержания понятия «социальное предпринимательство» и концептуального подхода к его исследованию.

Методика. Базисом исследования является использование исторического, логического и системно-синергетического подходов и общенаучных методов:

теоретического обобщения, сравнения, анализа и синтеза, индукции и дедукции.

Результаты. Систематизация теоретических подходов на основе особенностей различных методологий позволила выделить: функциональный, инновационный (модернистский), междисциплинарный, макроэкономический, микроэкономический, институциональный и социальный подходы.

В рамках каждого из подходов социальное предпринимательство имеет свои смысловые характеристики: в зависимости от уровня на котором проводится исследование: глобальный, национальный, локальный; в зависимости от миссии в создании социальных ценностей (инновационное развитие, использование экономических ресурсов, формирование новых возможностей, помощь малоимущим и т.д.); в зависимости от результата, который можно обеспечить (создание общественных благ, внедрение инновационных идей и моделей, решение экологических или социальных проблем); в зависимости от цели функционирования (социальные изменения, помощь нуждающемуся, помощь сообществу, служба человеку); в зависимости от специфики деятельности (использует экономические ресурсы, создает социальную ценность и получает прибыль, благотворительность). Считаем, что все указанные подходы к исследованию предпринимательства важны, не смотря на их существенные различия. По сути, отражают различные стороны этого явления, характеризуя его как метод хозяйствования, экономический процесс или систему отношений. Однако для более точного определения сущности социального предпринимательства считаем целесообразным применить ценностно-синергетический подход.

Научная новизна. Применение ценностно-синергетического подхода как подхода, позволяющего исследовать социальное предпринимательство с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество», позволило определить данную категорию как: самостоятельную функциональную составляющую экономической системы, сфокусированную на создание и потребление общественной, социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем.

Практическая значимость. Определение содержания и сущностных параметров социального предпринимательства позволит исследовать данное понятие с качественно новой стороны и выработать механизмы разрешения социальных проблем и минимизировать социальную напряженность в обществе.

Ключевые слова: *методология, предпринимательство, социальное предпринимательство, концептуальный подход, ценностно-синергетический подход.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Современный этап развития мировой экономики характеризуется фундаментальными трансформациями глобального масштаба,

что не могло не отразиться как на социально-экономическом развитии общества, так и отдельных национальных государств.

Среди прочих, к основным объективным предпосылкам, спровоцировавшим глобальные трансформационные преобразования именно в социальной сфере, можно отнести: развитие коммуникационных технологий, что способствует быстрому обмену информацией между различными социальными группами; изменение методов и инструментов осуществления социальной политики в рамках отдельных государств, что касается непосредственно реализации программ поддержки незащищенных групп населения; коммерциализация самой сферы общественно-социальных услуг, что вызвано расширением спектра социальных потребностей населения; непрекращающийся рост дифференциации доходов, что усиливает неравенство в обществе. Данные процессы усиливают социальную напряженность и формируют объективную необходимость в появлении качественно новых форм организации хозяйственной деятельности. Фактически перечисленные предпосылки можно рассматривать в качестве фундамента зарождения и формирования социального предпринимательства, которое призвано в процессе функционирования минимизировать социальную напряженность в обществе.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием сущности, роли и содержания предпринимательства, его социальной направленности в разные исторические эпохи занимались классики экономической теории: Маршал А., Шумпетер Й.А., Кейнс Дж.М., Мизес Л. фон, Найт Ф., Хайек Ф. фон., Друкер П.Ф. Их фундаментальные труды являются методологической основой исследования объективности и сущности предпринимательства. Не смотря на большое количество научных разработок по указанной проблематике, до настоящего времени не сформирована четкая позиция относительно содержательности термина «социальное предпринимательство» и концептуальных подходов к его исследованию.

Формирование цели исследования. Целью статьи является системный анализ теории предпринимательства для обоснования содержания понятия «социальное предпринимательство» и концептуального подхода к его исследованию.

Изложение основного материала исследования. Очевидно, что социальное предпринимательство необходимо рассматривать в контексте общей теории предпринимательства. Основные идеи теории предпринимательства вполне применимы как в традиционном секторе экономики, так и в социальной сфере, несмотря на то, что цели производства в этих секторах кардинальным образом отличаются. Если традиционное производство своей конечной целью имеет получение прибыли и накопление богатства, то для социального предпринимательства – богатство – это средство для достижения своей цели, которую впервые сформулировал Мухаммад Юнус (Бангладеш), основатель банка Grameen, нобелевский лауреата премии мира. Сформулированные им принципы социального предпринимательства лежат в основе его определения и являются общепризнанными в мировом сообществе. Главная цель социального предпринимательства заключается не в

максимизации прибыли, а в борьбе с бедностью или любой другой социальной проблемой.

Предпринимательство как социально-экономическое явление воспринимается далеко неоднозначно. С одной стороны, это отрицательное явление, противоречащее этическим установкам и нормам нравственности. С другой – основа экономической и политической свободы общества. Исследователи рассматривают предпринимательство с различных точек зрения: функция реализации деятельности, стиль хозяйствования, деятельность, направленная на максимизацию прибыли, инновационная деятельность, стиль управления и хозяйствования.

С целью раскрытия сущности и содержания такой сложной экономической категории как «социальное предпринимательство» считается обоснованным проведение ретроспективного анализа эволюции теоретических взглядов, сформировавшихся в рамках различных направлений и школ экономической теории (см. табл. 1.).

Современный этап развития теории социального предпринимательства характеризуется междисциплинарностью (содержание понятия исследуется в рамках различных наук, наиболее активно в рамках социальной философии и экономической теории) и альтернативностью (сформировались несколько концепций понимания содержательности данной категории).

Анализ научных трудов, прямо или косвенно связанных с проблематикой социального предпринимательства, позволил выделить широкий и узкий подходы к определению его сущности. Широкая трактовка сводится к восприятию социального предпринимательства как деятельности, направленной на удовлетворение социальных потребностей слабо защищенных слоев населения (И. Марти, С. Осберг). Узкая – социальное предпринимательство – это инновационный подход в деятельности, направленный на решение наиболее острых социальных проблем (М. Кувшинова, Г. Диз). Отличие приведенных подходов заключается в наличии, в первом случае, ценностной ориентации, либо в приоритете предпринимательства над социальной составляющей – во втором.

В настоящее время в науке сложилось несколько подходов к определению сущности социального предпринимательства. Систематизация теоретических подходов на основе особенностей различных методологий позволила выделить: функциональный, инновационный (модернистский), междисциплинарный, макроэкономический, микроэкономический, институциональный и социальный подходы.

В рамках каждого из подходов социальное предпринимательство имеет свои смысловые характеристики: в зависимости от уровня на котором проводится исследование: глобальный, национальный, локальный; в зависимости от миссии в создании социальных ценностей (инновационное развитие, использование экономических ресурсов, формирование новых возможностей, помощь малоимущим и т.д.); в зависимости от результата, который можно обеспечить (создание общественных благ, внедрение инновационных идей и моделей, решение экологических или социальных

проблем); в зависимости от цели функционирования (социальные изменения, помощь нуждающемуся, помощь сообществу, служба человеку); в зависимости от специфики деятельности (использует экономические ресурсы, создает социальную ценность и получает прибыль, благотворительность). Считаем, что все указанные подходы к исследованию предпринимательства важны, не смотря на их существенные различия. По сути, отражают различные стороны этого явления, характеризуя его как метод хозяйствования, экономический процесс или систему отношений.

Однако для более точного определения сущности социального предпринимательства считаем целесообразным применить ценностно-синергетический подход. Объективность его применения можно аргументировать следующим: во-первых, стремительная трансформация мировых экономик, вызванная глобализацией, способствует изменению ценностных и социальных ориентиров развития общества. Во-вторых, ценностные изменения предопределяют внутренние трансформации в социуме, т.е. способствуют преобразованию вторичных по отношению к ценности параметров социума: политики, культуры, институтов и т.д. В-третьих, как показывают примеры новейшей истории (финансовый кризис 2008 г., пандемия COVID – 19), возникающие глобальные проблемы решаются не мировым сообществом, а каждым национальным государством в отдельности. Такое положение вещей предполагает перераспределение социальных функций государства. В-четвертых, эволюция общественных отношений привела к смещению целевых ориентиров в бизнесе от максимизации прибыли при любых условиях (экономическая ценность) к служению обществу и получению общественно-социальной ценности. В-пятых, позиционирование предпринимательства в современном информационном обществе зависит от характера труда: индивидуальный уровень труда (человек), локальный уровень труда (предприятие), национальный уровень (государство), глобальный уровень (мировое сообщество), т.е. должно восприниматься как система отношений.

Исходя из приведенной аргументации, считаем целесообразным применение ценностно-синергетического подхода как подхода, позволяющего исследовать социальное предпринимательство с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество».

В рамках ценностно-синергетического концептуального подхода социальное предпринимательство считаем правомерным рассматривать как: самостоятельную функциональную составляющую экономической системы, сфокусированную на создание и потребление общественной, социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем.

Выводы и перспективы дальнейших исследований:

1. В настоящее время в науке сформированы несколько подходов к определению сущности социального предпринимательства: функциональный,

инновационный (модернистский), междисциплинарный, макроэкономический, микроэкономический, институциональный и социальный подходы.

2. На основе изучения и систематизации подходов к определению сущности социального предпринимательства сделан вывод относительно объективности применения качественно нового концептуального подхода – ценностно-синергетического как подхода, позволяющего исследовать социальное предпринимательство с позиции равнозначной функциональной составляющей в системе «государство – предприниматель – общество».

3. Применение ценностно-синергетического концептуального подхода позволило определить социальное предпринимательство как: самостоятельную функциональную составляющую экономической системы, сфокусированную на создание и потребление общественной, социальной и экономической ценности на основе оптимального перераспределения социальных функций и обязанностей между государством и предпринимателем.

Определение содержания и сущностных параметров социального предпринимательства позволит исследовать данное понятие с качественно новой стороны и выработать механизмы разрешения социальных проблем и минимизировать социальную напряженность в обществе.

Список литературы:

1. Маршал А. Основы экономической науки / предисл. Дж.М. Кейнс: пер. с англ. В.И. Бомкина, В.Т. Рысина, Р.И. Столпера. – М.: Эксмо, 2007. – 832 с.
2. Гальперин В.М. Микроэкономика / В.М. Гальперин, С.М. Игнатъев, В.И. Моргунов – СПб: Экономическая школа, 2000. – Т2. – 503 с.
3. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В.С. Автономова; пер. с нем. В.С. Автономова, М.С. Любского, А.Ю. Чепуренко; пер. с англ. В.С. Автономова, Ю.В. Автономова [и др.]. – М.: Эксмо, 2007. – 864 с.
4. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / вст. Ст. Н.А. Макашевой. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
5. Мизес Л. фон Человеческая деятельность: трактат по экономической теории / пер. с 3-го испр. англ. изд. А.В. Кудрявцева. – Челябинск: Социум, 2008. – 878 с.
6. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS. 1994. Вып. 5. С. 12 – 28.
7. Блауг М. 100 великих экономистов после Кейнса / пер. с англ. под ред. М.А. Сторчевого. – СПб.: Экономическая школа, 2008. – 384 с.
8. Хайек Ф. фон. Право, законодательство и свобода / пер. с англ. изд. Б. Пинскера, А. Кустарева. – Челябинск: ИРИСЭН, 2006. – 648 с.
9. Друкер П.Ф. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.: Дело, 1992. – 352 с.

Научный журнал
ТОРГОВЛЯ И РЫНОК

Выпуск 2'(66), 2023

Scientific publication

TRADE AND MARKET

Collection of research papers
Edition 2'(66), 2023

Компьютерная верстка: Антошина К.А.

Учредитель: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Адрес редакции: г. Донецк, ул. Щорса, 31.
тел./факс: (062) 305-06-73, 304-83-16
<http://trade.donnuet.ru>
e-mail: periodic.trade@mail.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
Серия ААА № 000056 от 28.10.2016 г.

Подписано к печати 30.11.2022 г. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Печать – ризография. Усл. печ. л. 13,50 .
Тираж 150 экз.

Отпечатано ФЛП Кириенко С.Г.

Свидетельство о государственной регистрации физического лица-
предпринимателя №40160 серия АА02 от 05.12.2014 г.
ДНР, 83014, г. Донецк, пр. Дзержинского, 55/105.