

СТРАТЕГИИ БИЗНЕСА

анализ | прогноз | управление

электронный научно-экономический журнал



СОДЕРЖАНИЕ

- 3 Оптимизация обмена знаниями и информацией при исследовании результативности системы менеджмента качества предприятия
- 7 Анализ конкурентных преимуществ крупнейших компаний ведущих отраслей российской экономики на основе иерархического подхода и интегрального рейтинга
- 11 Малое и среднее предпринимательство России: направления развития и сдерживающие барьеры
- 17 Анализ подходов к описанию процессов развития современного менеджмента
- 24 Создание рекламной кампании в Яндекс.Директ, ее особенности и анализ результатов

О ПРОЕКТЕ

«Стратегии бизнеса» – электронный научно-экономический журнал, выходит с 2013 года.

Номер свидетельства

ЭЛ № ФС 77–56252 от 28.11.2013

Номер ISSN: 2311–7184

ОСНОВНЫЕ ТЕМЫ ИЗДАНИЯ:

стратегическое управление, поиски конкурентных преимуществ; управление инновациями и предпринимательство; управление эффективностью и результативностью деятельности; человеческий капитал; власть и контроль в компании; стратегические альянсы, слияния и поглощения; динамика социально-экономических систем; управление информационными ресурсами компании; глобальный бизнес, менеджмент в мультикультурной среде; планирование и прогнозирование.

Периодичность обновления информации: еженедельно.

Журнал включен в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

Планируется включение журнала в Перечень российских рецензируемых научных журналов, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук.

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ –

ООО «Издательский дом
«Реальная экономика».

АДРЕС РЕДАКЦИИ

Московский офис:

107078, Москва,

ул. Новая Басманная, д. 10,
строение 1, подъезд 6

Петербургский офис:

190020, Санкт-Петербург, Старо-Петергофский пр.,
43–45, лит. Б, оф. 4н

Факс: (812) 325–2099

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР ЖУРНАЛА – к.э.н., доцент кафедры «Стратегический и антикризисный менеджмент» Финансового университета при Правительстве РФ
Алексей Николаевич Кузнецов.
Приглашаем к сотрудничеству авторов научных материалов.

Публикация всех материалов осуществляется бесплатно
после одобрения редколлегией.
e-mail: info@strategybusiness.ru



Оптимизация обмена знаниями и информацией при исследовании результативности системы менеджмента качества предприятия

Комаровская Юлия Юрьевна,
аспирант Санкт-Петербургского государственного
экономического университета, г. Санкт-Петербург,
k_uu@mail.ru

Аннотация. Менеджмент знаний является самостоятельной отраслью знаний, тесно связанной с менеджментом качества, эту связь отражает появление в последней версии ISO 9001 ряд требований к определению знаний, обеспечению и определению доступности знаний, а также оценке уровня знаний. Актуализация ISO 9001 побуждает предприятия оптимизировать обмен информацией и знаниями для формирования важных компетенций предприятия, в том числе в рамках оценки результативности системы менеджмента качества. Такой оптимизации можно достичь, анализируя научные системы знаний и моделируя взаимосвязи между процессами мониторинга, анализа и оценки и знаниями процессами, а также их роль в формировании разных компетенций. В статье предложена модель взаимосвязи между процессом оценки и процессами управления знаниями для улучшения важной способности организации обучаться на ошибках прошлого.

Ключевые слова: система менеджмента качества, результативность, обмен информацией в системах качества, управление знаниями в системах качества.

Optimization of Knowledge and Information Exchange in Research on Performance of Quality Management System

Komarovskaya Yulia Yurjevna,
Ph.D. student of St.Petersburg University of Economics, St. Petersburg,
k_uu@mail.ru

Abstract. knowledge management is an independent branch of knowledge closely related to the quality management, and such relationship is reflected in the requirements for establishing, implementing and improving the accessibility of knowledge, as we as for assessing the level of knowledge set in the latest version of ISO 9001. Updating of ISO 9001 encourages organizations to optimize the exchange of information and knowledge to form and develop critical competences of organization, including for evaluation of the performance of the quality management system. Such optimization can be achieved by means of analytical study on scientific knowledge systems and simulation of interrelationship between the processes of monitoring, evaluation and sharing of knowledge, and their role in the formation of various competences. The paper offers a model of interrelationship between the knowledge evaluation and management to improve the important ability of organization to profit from the lessons of the past.

Keywords: quality management system, performance, information exchange in quality systems, knowledge management in quality systems.

Основные положения: развитие моделей управления знаниями, основные элементы моделей управления знаниями, модель преобразования процессов управления знаниями в компетенции предприятия.

Введение

Менеджмент знаний можно считать самостоятельной отраслью науки со своими классиками, понятиями, школами, классическими трудами. Важным теоретическим конструктом менеджмента знаний является модель менеджмента знаний. Считается, что модели управления знаниями прошли несколько этапов: первые предполагали создание баз данных, управляемых экспертами; модели следующего поколения предполагали создание экспертных сообществ; современные модели предполагают создание социальных сетей, основанных на самоорганизации и самообучении [2]. Большинство моделей управления знаниями [11] оперируют понятиями: явные и неявные знания, процессы управления знаниями, факторы эффективности управления знаниями.

Некоторые авторы отмечают необходимость преобразования процессов управления знаниями в способности организации [4,7]. Одним из конструктов, объясняющих преобразование знаний в способности организации, является лестница знаний К. Норта, предполагающая, что информация при определенных условиях преобразуется в знания, знания в способности, способности в практические действия, действия в компетенции, а исключительные компетенции в конкурентоспособность компании [13]. Существуют и другие попытки увязать орга-

низационные знания со способностями [7,17]. Д. А. Гарвин считает [17], что обучающаяся организация должна уметь решать проблемы, экспериментировать, учиться на опыте и уроках прошлого, распространять знания.

Важность организационных процессов в управлении знаниями выделяют многие авторы [1,2,18]. Свою классификацию процессов управления знаниями предложили И. Нонака, Х. Такеучи, Г. Хедлунд, Э. Караньянис, К. Вииг, Д. Сноуден, Э. Инкпен и А. Динур, Л. Арготей, П. Инграм, А. Дагфус, П. М. де-Холан, Н. Филипс, Т. Б. Лоренс, И. С. Анненков, Р. М. Нижегородцев. и другие авторы. Наиболее полной представляется классификация А. В. Комаровой [8], которая выделяет процессы разного уровня:

- формирование знаний (идентификация, отбор, получение, накопление, расширение),
- распределение знаний (обмен, доступность, распространение),
- использование знаний (создание, использование, развитие),
- хранение знаний (создание баз данных, защита, систематизация),
- обеспечение знаний (мотивация, создание корпоративной культуры, коммуникации, финансирование),
- контроль (аудит, оценка и другие).

Еще одной важной категорией моделей менеджмента знаний помимо процессов являются пусковые механизмы, факторы, условия, технологии реализации процессов управления знаниями. Так, например, в качестве пусковых механизмов управления знаниями [11] выделяют создание поля взаимодействия или коллективное размышление. Например, [17] выделяет такие механизмы передачи знаний, как отчеты, визиты на местах, экскурсии, тренинги. Другие авторы [19] выделяют практики управления знаниями: обучение, бенчмаркинг, взаимодействие, инновации и другие. В качестве, например, факторов результативности процесса передачи знаний между подразделениями [17] называют стратегическую схожесть решаемых задач, способности работников и их мотивацию, расположение подразделений и другие. В другом исследовании [17] поглощающей способности организации изучались факторы, положительно и отрицательно влияющие на эту способность, например, инвестиции в НИОКР или уровень образования сотрудников.

Не обходят вниманием авторы теорий управления знаниями вопрос о целях управления знаниями. В основном авторы сходятся на том, что конечной целью менеджмента знаний является цель достижения конкурентоспособности компании [4,13,17].

Таким образом, наиболее значимыми элементами моделей управления знаниями нам представляются цели, процессы, люди, технологии, способности предприятия. Смысл функционирования процессов управления знаниями состоит в достижении конечной цели повышения конкурентоспособности предприятия через улучшение таких важных компетенций, как способность решать проблемы или учиться на своих ошибках, но не совсем понятно, каким образом знания организации преобразуются в такие способности.

Методы и результаты исследования

С опорой на такие методы исследования, как анализ научных систем знаний и моделирование, нами была составлена схема преобразования знаний в компетенции организации (рис. 1).

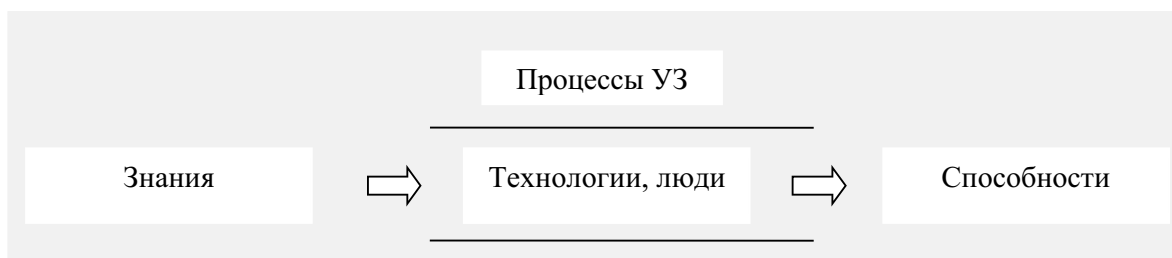


Рис 1. Схема преобразования знаний организации в способности организации

Источник: составлено автором

На основе полученной схемы была построена модель формирования способности организации учиться на ошибках прошлого, которая показана рис. 2.

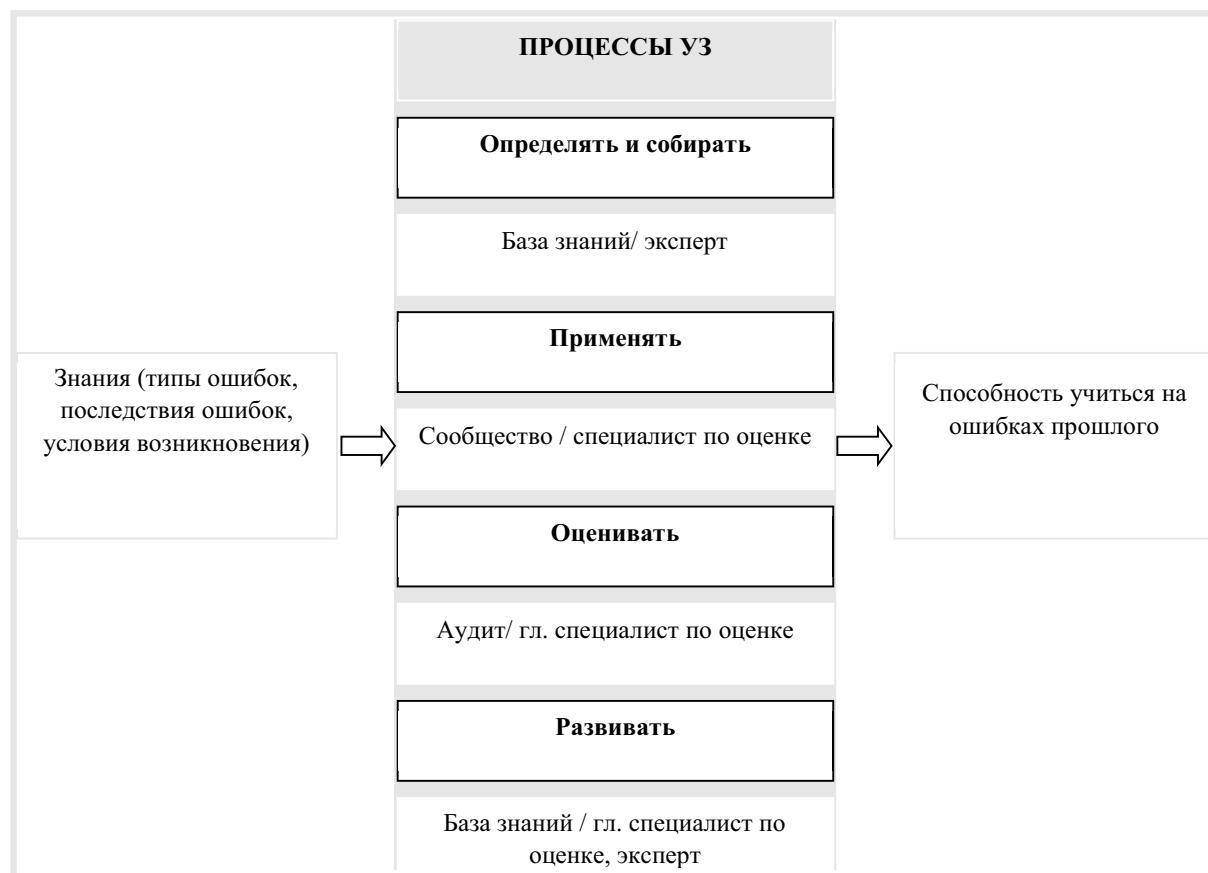


Рис. 2 Модель формирования способности организации учиться на ошибках прошлого
Источник: составлено автором

Распределение обязанностей в системе управления знаниями, согласно модели на рис. 2, будет следующим. Технический эксперт администрирует базу данных, главный специалист по оценке совместно с экспертом собирают необходимую информацию, оценивают полученную информацию по критерию полезности для практического применения и совместно развивают базу знаний. В сообществе группы по оценке, куда входят главный специалист и специалисты по оценке, информация применяется, распространяется, главный эксперт (и куратор сообщества) формулирует темы для обсуждений, призывает делиться новой информацией, советует, направляет. Аналогичным образом можно запланировать развитие других организационных способностей, связанных с управлением знаниями, например способность решать проблемы. Такие действия будут приводить к совершенствованию самой системы оценки результативности и в конечном счете влиять на качество управленческих решений и конкурентоспособность компании в целом.

Заключение

Развитие представлений об управлении знаниями происходило от понимания этой деятельности как управления экспертами базами данных, которыми может воспользоваться сотрудник организации, до представлений о саморегулируемых и самообучающихся сетях. Важной категорией менеджмента знаний является категория модели управления знаниями, основными элементами которой являются цели, процессы, люди, технологии и способности организации. Достижение конкурентоспособности предприятия возможно за счет развития важных компетенций, например способности учиться на ошибках или решать проблемы. Модель преобразования процессов управления знаниями в компетенции предприятия может помочь ему улучшить обмен информацией и знаниями, развить важные компетенции и таким образом повысить конкурентоспособность.

Список литературы

1. Анненков И. С., Нижегородцев Р. М. Управление знаниями в современной компании: стратегии, структуры, технологии. Киров: Аверс, 2013.
2. Ахметова С. Г. Современные информационные технологии в управлении знаниями. Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2013.
3. Волкова Е. В., Погорелова Е. В. Управление знаниями в организации. Самара: Изд-во СамНЦ РАН, 2012.
4. Волкова Е. В., Погорелова Е. В. Методология целевого управления знаниями в организации. Самара: Изд-во СамНЦ РАН, 2011.
5. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями. М.: ИНФРА-М, 2013.
6. Кельчевская Н. Р. Стратегии управления знаниями и интеллектуальным капиталом под влиянием неформальной организации. М.: Креативная экономика, 2018.
7. Ковылин, Д. М., Ковылина Л. Л. Организационный механизм управления знаниями. Таганрог: РГСУ, Изд-во А. Н. Ступина, 2012.
8. Комарова А. В. Формирование системы проектно-ориентированного управления знаниями. М.: Креативная экономика, 2012.
9. Комарова А. В. Проектно-ориентированное управление знаниями в нефтегазовых компаниях: монография. М.: Издательский центр РГУ нефти и газа имени И. М. Губкина, 2011.
10. Лупанов В. Н. Социальные технологии управления знаниями в сетевых педагогических сообществах. СПб: СПбГИЭУ, 2012.
11. Маринко Г. И. Современные модели и школы в управлении знанием // Вестник Московского государственного университета. Серия 21. Управление (государство и общество). 2004. № 2. С. 45–65.
12. Мильнер Б. З. Концепция управления знаниями в современных организациях // Российский журнал менеджмента. 2003. № 1. С. 57–76.
13. Молодчик М. А. Организационно-мотивационные механизмы управления знаниями: теория и практика российских компаний. Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2017.
14. Пинчук Т. А. Методы и способы применения мониторинга эффективности деятельности предприятия на основе ССП // Организатор производства. 2014. № 2. С. 54–64.
15. Погорелова Е. В. Интеграционно-целевая методология управления знаниями. Самара: Изд-во СамГУ, 2010.
16. Семенов А. В., Салихов Б. В., Салихов И. С. Инновационные аспекты управления знаниями. М.: Дашков и К, 2013.
17. Управление знаниями: хрестоматия. СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2010.
18. Щенникова Е. С. Управление знаниями в инновационной системе бизнес-образования менеджеров. Жуковский: МИМ ЛИНК, 2013.
19. Despres, C., Chauvel, D. 2000. A Thematic Analysis of the Thinking in Knowledge Management. In Charles Despres & Daniele Chauvel (Eds.), Knowledge Horizons: The Present and the Promise of Knowledge Management. Butterworth-Heinemann.



Анализ конкурентных преимуществ крупнейших компаний ведущих отраслей российской экономики на основе иерархического подхода и интегрального рейтинга

Выгодчикова Ирина Юрьевна

ORCID: 0000-0001-9326-6024

Доцент кафедры математической экономики, кандидат физико-математических наук, доцент
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», 410012, Россия, Саратов, Астраханская, 83,
E-mail: irinavigod@yandex.ru

Аннотация. Проблема анализа конкурентных преимуществ компаний актуальна в современных условиях ввиду бурного развития информационных технологий, играющих ведущую роль в конкурентной борьбе. Конкурентоспособность крупных российских компаний напрямую зависит от трех основных факторов: имиджа компании на внешнем рынке, востребованности продукции на внутреннем рынке, уровня финансового состояния компании. Для таких отраслей, как нефтегазовая промышленность, электроэнергетика, транспорт, банковский сектор, уровень развития определяется двумя основными показателями: объемом реализации продукции и прибылью компании. В статье разработан метод построения иерархического интегрального рейтинга (ИИР) компаний на основе иерархической процедуры ранжирования и установленного приоритета между показателями. Автор рекомендует применять такой подход для построения рейтинга конкурентоспособности важнейших компаний России.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, рейтинг, приоритет, иерархический анализ, алгоритм.

ANALYSIS THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE LARGEST COMPANIES IN LEADING INDUSTRIES OF RUSSIAN ECONOMY BASED AT THE HIERARCHICAL APPROACH AND INTEGRAL RATING

Vygodchikova Irina Yur'evna

Associate Professor the Department of Mathematic Economics, PhD in Physics & Mathematics, Associate Professor
National Research Saratov State University named after N.G. Chernyshevsky, Saratov State University, 83,
Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia

Abstract. Problem of analyzing the competitive advantages of companies is relevant in modern conditions due to rapid development the information technologies that play leading role in competition. Competitiveness of large Russian companies depends on three main factors: company's image in the foreign market, demand for products in inside market, the level of financial condition the company. For industries such as oil-gas industry, electricity, transport, banking sector, the level of development is determined by two indicators: volume of sales and company's profit. The article developed method for building integral rating of competitiveness using hierarchical procedure and the selected priority of indicators. Author recommend use this approach for building rating of competitiveness the most important companies in Russia.

Keywords: competitive advantages, rating, priority, hierarchical analysis, algorithm.

Введение

При анализе конкурентных преимуществ компаний ведущих отраслей экономики целесообразно строить интегральные рейтинги, в которых будут учитываться наиболее важные показатели развития компаний [1, 2, 3]. В настоящее время в мире насчитывается около сотни рейтинговых агентств, однако достоверность рейтинга только нескольких агентств подтверждается многолетней практикой, поскольку в основу положен надежный математический аппарат [2, 3]. Больше всего котируются международные агентства «большой тройки»: Standard & Poors, Moody's и Fitch Ratings. В России аккредитацию ЦБ РФ получили лишь два агентства: АО «Аналитическое кредитное рейтинговое агентство» (АКРА) и «Эксперт РА» [2]. Для принятия решения об инвестировании средств недостаточно использовать какой-либо один показатель деятельности компаний, насколько бы важным он ни был. Применение интегрального рейтинга нуждается в веском обосновании, оптимальным решением является построение математической модели и разработка алгоритмической процедуры ранжирования данных. Такой подход позволит опередить конкурентов в плане освоения новых технологических решений [4, 5].

Как правило, рейтинг строится на основании принципа свертки нескольких показателей в единый индекс с использованием весов или баллов надежности используемого показателя для данной компании [2, 4]. Однако при свертке списков по различным показателям возникает вопрос о выборе приоритета показателей или расстановке весов. Следуя логике, несложно объясняется наличие буквенного индексирования по нескольким позициям (AAA, BBB и проч.) и наличие знаков надежности «+», «-». При этом существует сложность в верном выборе весовых коэффициентов или системы составления списков надежности компаний. Другой подход состоит в выборе приоритетов показателей и иерархической процедуре составления интегрального рейтинга. Такой подход применяется в данном исследовании.

Целью работы является описание метода построения интегрального рейтинга крупных российских компаний на основе процедуры иерархического ранжирования данных и обоснование его устойчивости при тестировании на обрезанных данных.

Гипотезой работы является существование адекватной модели рейтинга, устойчивой к процедуре «обрезки» используемых данных за счет исключения менее крупных компаний.

Допущения модели информационных потоков данных, участвующих в построении ИИР. В исследовании используются следующие важные показатели конкурентоспособности крупнейших (по объему реализации продукции) компаний России¹: объем реализации продукции (А), рост объема реализации продукции по отношению к предыдущему году (В), чистая прибыль (С) [2].

Предварительный анализ показателей позволяет выявить взаимосвязь между ними и возможность использования для построения интегрального рейтинга по иерархической процедуре, для модели принимаются следующие допущения:

1. Все рассматриваемые показатели должны быть позитивными и увеличивать конкурентоспособность компании, показатели должны быть приведены в сопоставимых единицах измерения.

2. Принимается следующий приоритет показателей: С, А, В. Если компания имеет высокий объем реализации, значительно превосходящий такой же показатель по другим компаниям, то ей достаточно сохранять стабильность данного показателя, его рост не так важен. Показатель А более значим, чем показатель В, при выработке групп ранжирования. Прибыль считается наиболее приоритетным показателем на каждом этапе иерархического анализа.

3. Парные коэффициенты корреляции между любыми двумя показателями должны находиться в промежутке $[-0.1; 1]$. В данном случае не столь важна значимость корреляционных связей, сколько отсутствие противоречий между ними в рассматриваемой группе компаний. В то же время полная положительная корреляция приводит к отсутствию влияния одного из показателей (свертка модели). Показатель С (чистая прибыль) – это тот показатель, влияние которого на формирование рейтинга неоспоримо.

Метод построения интегрального рейтинга ИИР, показывающего уровень сохранения конкурентоспособности по объему реализации и прибыли (иерархии для трех показателей). Для построения интегрального рейтинга используются показатели [1]: объем реализации продукции (А), рост объема реализации продукции по отношению к предыдущему году (В), чистая прибыль (С). Пусть ранги показателей А, В, С для i -й компании обозначаются a_i, b_i, c_i , соответственно [2]. Средние значения по показателям $a, b, c, i = 1, \dots, N$, вычисляются по формуле:

$$\bar{a} = \bar{b} = \bar{c} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N a_i. \quad (1)$$

Метод построения интегрального рейтинга ИИР компаний содержит два этапа. На первом этапе анализа компании выстраиваются в группы по приоритетности показателей С, А и В: первая группа является наиболее приоритетной, группы А и В следуют в порядке убывания значимости. Компании, попавшие в первую группу, будут иметь конкурентные преимущества по отношению к компаниям из других групп (второй, третьей и проч.). Количество групп обозначим через m , их существует не больше 8 и не менее 2. Первоначально для алгоритма положим $m = 8$. Далее используем следующую пошаговую процедуру.

Шаг 1. Множество рассматриваемых компаний разбивается на 8 групп по следующему принципу (рис.1):

- 1-я группа – все компании i , для которых $a_i < \bar{a}, b_i < \bar{b}, c_i < \bar{c}$,
- 2-я группа – все компании i , для которых $a_i < \bar{a}, b_i \geq \bar{b}, c_i < \bar{c}$,
- 3-я группа – все компании i , для которых $a_i \geq \bar{a}, b_i < \bar{b}, c_i < \bar{c}$,
- 4-я группа – все компании i , для которых $a_i \geq \bar{a}, b_i \geq \bar{b}, c_i < \bar{c}$,
- 5-я группа – все компании i , для которых $a_i < \bar{a}, b_i < \bar{b}, c_i \geq \bar{c}$,
- 6-я группа – все компании i , для которых $a_i < \bar{a}, b_i \geq \bar{b}, c_i \geq \bar{c}$,
- 7-я группа – все компании i , для которых $a_i \geq \bar{a}, b_i < \bar{b}, c_i \geq \bar{c}$,
- 8-я группа – все компании i , для которых $a_i \geq \bar{a}, b_i \geq \bar{b}, c_i \geq \bar{c}$.

Шаг 2. Если имеется пустая группа, то она не участвует в построении интегрального рейтинга конкурентоспособности и все следующие за ней группы получают номер, на единицу меньший предыдущего номера. Полагая далее, что $m = m - 1$. После достижения последней группы в текущем списке алгоритм построения рейтинга ИИР завершается. Количество компаний в каждой группе с номером $1, 2, \dots, m$, обозначаются, соответственно, через $N_1, \dots, N_m$.

Иерархическая модель рейтинга ИИР. На втором этапе анализа выполняется ранжирование компаний внутри каждой группы по показателю прибыли (С).

Далее, с учетом приоритетности групп, выстраивается интегральный рейтинг. Для этого применяется следующая процедура.

Шаг 1. Вычисляются ранги по показателю С в каждой группе от 1 (лучшего) до N_j (худшего в j -й группе), $j = 1, \dots, m$.

Шаг 2. Для предприятий, входящих в первую группу, рейтинги, полученные на первом шаге, остаются без изменений, от самого высокого рейтинга 1 до N_1 .

Шаг 3. Для компаний каждой следующей группы рейтинги, полученные на шаге 1, пересчитываются путем добавления к рейтингу каждой компании этой группы числа, равного сумме компаний всех предшествующих групп [2]. Схема построения интегрального рейтинга представлена на рис.1. Вычислительный блок алгоритма может быть интегрирован в любую программную оболочку интеллектуального анализа данных.

¹ Рейтинг крупнейших компаний RAEX-600 (Expert RA). URL: <https://raexpert.ru/docbank//b00/217/657/8ff566ab401bd88d9ba871a.pdf> (дата обра 05.07.2019)

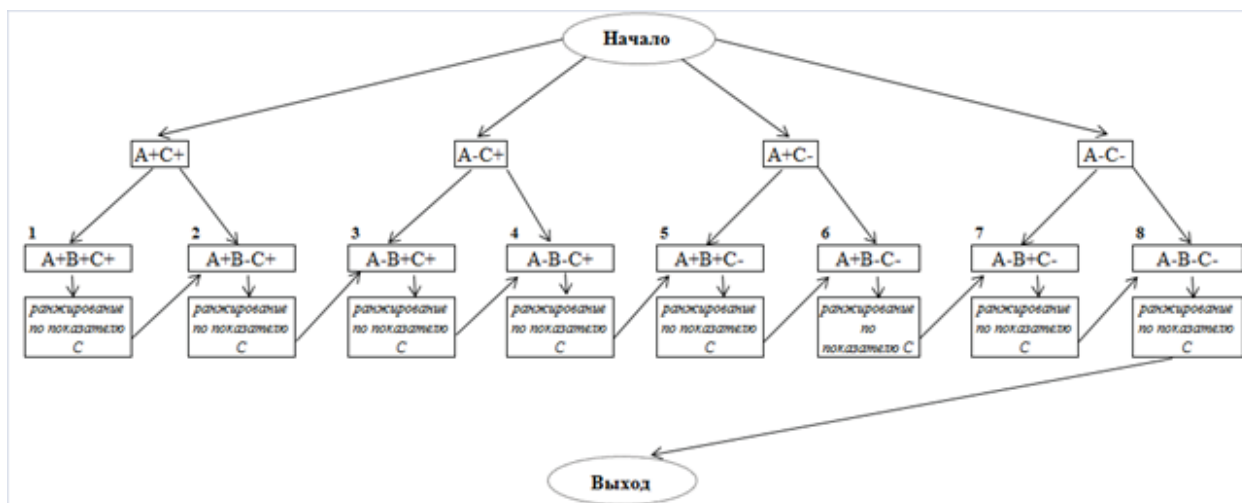


Рис.1. Схема информационных потоков интегрального рейтинга ИИР

Вычислительный эксперимент. В вычислительном эксперименте участвуют десять крупнейших по объему реализации компаний за 2015 г. [2]. Для анализа рассматривается три временных периода²: 2015 г., 2016 г., 2017 г. Анализируя методику, заложенную в основу построения рейтингового документа «Рейтинг крупнейших компаний России по объему реализации продукции» за 2015 г. агентства «Эксперт РА»³, можно сделать вывод, что в 2015 г. показатели А, В и С положительно влияют на развитие бизнеса и их рост желателен для любой крупной компании. Коэффициенты корреляции между показателями АВ, ВС и АС находятся в диапазоне от 0.55 до 0.9. Такой же вывод можно сделать о данных за 2016 и 2017 гг. Следовательно, выполняются все допущения, принятые при построении модели рейтинга ИИР.

Далее выполняем ранжирование данных: а – ранг по объему реализации в рассматриваемом году, b – ранг по приросту объема реализации к предыдущему году, с – ранг по чистой прибыли в рассматриваемом году. По результатам ранжирования строим интегральный рейтинг ИИР, табл. 1, рис. 2.

Таблица 1. ИИР (2015–2017, десятка лидеров по объему)

Компания	ИИР 2015 г.	ИИР 2016 г.	ИИР 2017 г.
Газпром	1	2	1
Лукойл	3	3	2
Роснефть	2	4	3
Сбербанк	4	1	4
Банк ВТБ	6	6	9
Магнит	9	7	10
X5 RetailGroup	10	9	6
Сургутнефтегаз	5	10	5
Татнефть	7	8	8
Новатэк	8	5	7

Результаты экспериментов показывает устойчивость предложенного рейтинга к обрезке данных [2].

² Рейтинг крупнейших компаний RAEX–600 (рейтингового агентства «Эксперт РА»). URL (за 2015, 2016, 2017 гг., соответственно): <https://raex-a.ru/ratings/expert400/2016>, <https://raex-a.ru/ratings/expert400/2017>, <https://raex-a.ru/ratings/expert400/2018> (дата обращения 05.07.2019)

³ Рейтинг крупнейших компаний России по объему реализации продукции за 2015 г. рейтингового агентства «Эксперт РА». URL: https://raex-a.ru/rankingtable/top_companies/2017/main (дата обращения 05.07.2019)

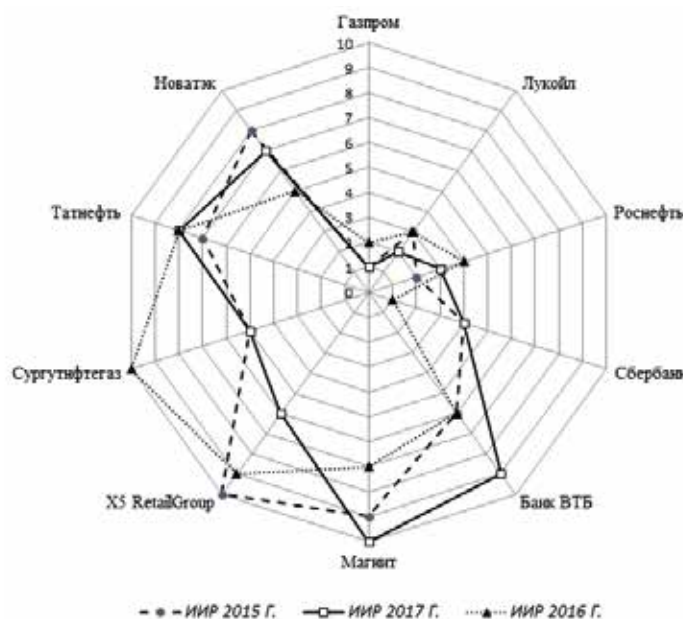


Рис. 2. ИИР за 2015, 2016 и 2017 гг. (десять лидеров по объему реализации в 2015 г.)

Проанализируем динамику рейтинга ИИР с 2015 г. по конец 2017 г. Лидирующие места в рейтинге занимают компании нефтяной и нефтегазовой промышленности: «Газпром», «Лукойл» и «Роснефть». Опережив всех нефтяных лидеров, в 2016 г. на первое место вырвался «Сбербанк России», однако уже в 2017 году он снова занял свое «законное» четвертое место. «Лукойл» в 2017 году снова опередил компанию «Роснефть», ранее отставая от нее в рейтинге. «Сургутнефтегаз» за счет снижения прибыли в 2016 г. спустился на 10-ю строчку интегрального рейтинга за 2016 год, но уже в 2017 году вернулся на свое пятое место. Банк ВТБ, Магнит, X5 Retail Group борются за лидерство в рейтинге, но вряд ли они смогут противостоять таким гигантам, как Сургутнефтегаз и Новатэк.

Очевидно, что 2016 год стал удачным для банковской сферы, значительно возросла прибыль, Сбербанк опередил всех нефтегазовых лидеров, для которых этот год стал накопительным в плане освоения новых технологий. В 2017 году положительным изменением в рейтинге ведущих компаний России стал резкий перелом рейтинга в пользу нефтегазовой промышленности – ввиду кардинального обновления оборудования и технологий стали поступать доходы от реализации не только сырья, но и продуктов его переработки. Хотелось бы пожелать того же другим важным отраслям: электроэнергетике, транспорту, телекоммуникационным, машиностроительным, металлургическим компаниям. Позитивным для России является стабильное лидерство крупнейшего банка Сбербанка и устойчивые позиции его ближайшего конкурента ВТБ. В сфере розничной торговли также проявляется некоторая стабильность, в основном благодаря компании «Магнит». Однако хотелось бы, чтобы эта компания торговала больше отечественными продуктами, нежели завозными, улучшала региональную сетевую инфраструктуру, развивала технологии, адаптированные к региональным потребностям переработки и сбыта собственной продукции.

Заключение

Предложенный в работе интегральный рейтинг позволяет оценить уровень конкурентоспособности компаний по сравнению с предыдущими периодами и сделать вывод о целесообразности инвестиционных вложений. Автор рекомендует применять представленный инструмент для составления рейтинга ведущих компаний России.

Список литературы

- [1] *Выгодчикова И. Ю., Гусятников В. Н., Мещерякова О. В., Носова Е. Г.* Анализ сбалансированности показателей инновационного развития регионов // Друкеровский вестник. 2017. № 4. С. 192–198.
- [2] *Выгодчикова И. Ю.* Метод построения рейтинга конкурентоспособности российских компаний // Современная конкуренция. 2018. Том 12. № 2 (68) – 3 (69). – С. 5–17.
- [3] *Карминский А. М., Пересецкий А. А.* Модели рейтингов международных агентств // Прикладная эконометрика. 2007. № 1. С. 3–19.
- [4] *Хасанов А. Р., Трачук А. В.* Эволюция теорий вывода на рынок новых продуктов. Стратегии бизнеса. 2016. № 1 (21). С. 24–28.
- [5] *Клейнер Г. Б., Пирогов Н. Л.* Главная задача – совершенствование организационно-экономического механизма развития российских предприятий. МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2018. Т. 9. № 2. С. 248–259.



Малое и среднее предпринимательство России: направления развития и сдерживающие барьеры

Чеканова Ирина Юрьевна

Магистр ФГОБУВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Финансовый университет)

Россия, город Москва

Chekanova-irina@list.ru

Научный руководитель:

Ряховская Антонина Николаевна

Д.э.н., профессор

Департамента менеджмента ФГОБУВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», ректор Института экономики и антикризисного управления

Rectorat_jeay@mail.ru

Аннотация. В статье обосновывается особая значимость малого и среднего предпринимательства для экономики государства, обеспечения занятости населения, создания новых производств, решаемые им задачи, имеющиеся риски. Проведен анализ количества функционирующих коммерческих организаций, числа ликвидированных, в том числе находящихся в процедурах банкротства. Рассмотрены формы государственной и региональной поддержки малого бизнеса, реализуемые федеральные программы. Особое внимание уделено контрольной и надзорной деятельности различных государственных органов за функционированием рассматриваемых субъектов экономики, необходимости снижения числа проверок, повышения уровня их эффективности и объективности. Также обосновывается необходимость обеспечения комплексного подхода к регулированию деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства России.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство, бизнес, МСП, нацпроект, коммерческие организации, юридические лица, ликвидация, банкротство организаций.

[Chekanova I. Yu.](#)

[Master, Financial University under the government of the Russia Federation](#)

[Russia, Moscow](#)

Chekanova-irina@list.ru

[Academic advisor](#)

[Ph.D. in Economics, Department of Management](#)

[Financial University under the government of the Russia Federation,](#)

[Rector of the Institute of Economics and Crisis Management](#)

[Russia, Moscow](#)

[Ryakhovskaya A. N.](#)

Rectorat_jeay@mail.ru

Small and medium enterprises of Russia: development directions and constraining barriers

Annotation. The article substantiates the special significance of small and medium-sized businesses for the state economy, providing employment for the population, creating new industries, solving problems, existing risks. The analysis of the number of operating commercial organizations, the number of liquidated, including those in bankruptcy proceedings. The forms of state and regional support of small business, implemented federal programs. Particular attention is paid to the control and supervisory activities of various government agencies over the functioning of the economic subjects under consideration, the need to reduce the number of inspections, increase their level of efficiency and objectivity. It also substantiates the need to ensure an integrated approach to the regulation of the activities of small and medium-sized businesses in Russia.

Keywords: small and medium entrepreneurship, business, entrepreneurship, SMEs, national project, commercial organizations, legal entities, liquidation, bankruptcy of organizations.

Мировой опыт показывает, что именно сфера малого и среднего предпринимательства (МСП) является основным драйвером экономического роста, обусловленного инвестиционной и инновационной активностью, значение которых чрезвычайно велико и для российской экономики. Государство проводит линию на поддержку индивидуальных предпринимательских инициатив россиян на протяжении многих лет, национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» предусматривает дальнейшее их развитие [8]. Целевой ориентир нацпроекта – увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей, к 2024 году – 25 млн человек. При этом доля малого и среднего бизнеса в ВВП за последующие шесть лет должна увеличиться с нынешних 22,3% до 32,5%. В этой связи и в целях выявленных реальных достижений запланированных параме-

тров важно исследовать текущее состояние рассматриваемой области, реализуемые направления поддержки и сдерживающие факторы.

Малое и среднее предпринимательство в Российской Федерации оказывает непосредственное влияние на общее состояние экономики, насыщение рынка товарами и услугами, развитие рыночной конкуренции, формирование налоговой базы и налоговых поступлений в федеральный, региональные и местные бюджеты, создание новых рабочих мест и новых производств.

Развитие малого и среднего бизнеса также призвано решать следующие задачи:

- форсирование и развитие новых социальных и производственных структур;
- обеспечение самозанятости населения;
- создание конкурентоспособных товаров и услуг народного потребления;
- формирование здоровой конкурентной среды;
- максимально эффективное использование природных ресурсов;
- разработка и внедрение технических новшеств;
- адресное решение экологических проблем и др.

Деятельность субъектов МСП сопряжена с постоянными рисками, которые в значительной степени зависят от разнообразных внешних факторов. Недостаток финансовых ресурсов снижает, а в ряде случаев исключает возможность аккумулирования необходимой суммы денежных средств, которые могли бы обеспечить страхование на случай разнообразных изменений. Поэтому любые непредвиденные обстоятельства становятся весьма серьезным испытанием для малого предприятия. Нередко такие ситуации заканчиваются тем, что попав в долговую яму, оно уже не может выбраться из нее как минимум потому, что очень ограничено в масштабах своей деятельности и не может привлекать необходимые по величине финансовые потоки для разрешения возникших проблем. Такие обстоятельства рано или поздно приводят компанию в состояние неплатежеспособности с активизацией кредиторов по взысканию кредиторской задолженности с последующим признанием ее банкротом. Указанные обстоятельства негативно влияют на экономическое состояние страны со снижением доли указанных субъектов экономики в ее валовом внутреннем продукте. По последним данным, вклад малого и среднего предпринимательства в ВВП России оценивается в 22%. При этом президентом Российской Федерации поставлена задача к концу 2024 года увеличить этот показатель до 32,5%. Число занятых в сфере МСП с учетом индивидуальных предпринимателей должно вырасти минимум до 25 миллионов человек [4]. В рамках обеспечения реализации поставленной задачи важным моментом является выявление текущего состояния количества организаций по стране в целом (рис. 1).

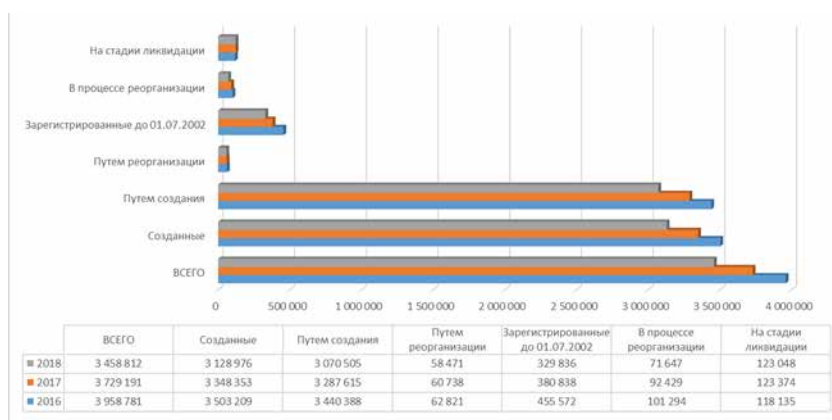


Рис. 1 Количество коммерческих организаций России в 2016–2018 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Вестника государственной регистрации [5]

Анализ приведенных данных (рис. 1) свидетельствует о стабильном сокращении количества функционирующих коммерческих организаций. В 2018 году их общее количество составило 3458812 единиц, что на 2% меньше их числа в 2017 года и на 8% меньше планового показателя 2016 г. В качестве основных негативных тенденций, отразившихся на конечном результате в части сокращения количества вновь созданных организаций следует отметить снижение деловой активности граждан в области предпринимательства. Также следует отметить сокращение количества организаций, зарегистрированных до 01.07.2002, отрицательная тенденция данного показателя может свидетельствовать о том, что стабильно действующие более 10 лет организации не могут вести деятельность в условиях турбулентной экономики и адаптироваться к новым рискам ведения бизнеса. Также растет показатель количества организаций, находящихся на стадии ликвидации, что негативно характеризует состояние текущего делового климата, одной из причин которого является смена формы ведения бизнеса на индивидуального предпринимателя в целях упрощения работы в части уплаты налогов и ведения бухгалтерской отчетности.

Значительный интерес в рамках проводимого исследования представляет анализ количества организаций, прекративших деятельность за аналогичный период (рис. 2).



Рис. 2 Количество организаций, прекративших деятельность в 2016–2018 гг.

Источник: составлено автором на основе данных Вестника государственной регистрации [5]

Анализ приведенных данных свидетельствует о том (рис. 2), что число организаций, прекративших свою деятельность, имеет также негативную тенденцию. Так, в 2016 году их число составляло 4476625 единиц, в 2017 году данный показатель вырос на 15%, до 5168073 единиц, в 2018 году количество организаций, прекративших деятельность, выросло на 27%, или на 1311835 единиц по отношению к 2016 году. Основным последствием прекращения деятельности является исключение юридических лиц из ЕГРЮЛ по решению регистрирующего органа, что возможно при наличии одного из следующих оснований:

- юридическое лицо в течение последних двенадцати месяцев, предшествующих моменту принятия регистрирующим органом соответствующего решения, не представляет документы отчетности, предусмотренные законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, и не осуществляет операции хотя бы по одному банковскому счету;
- наличие в ЕГРЮЛ сведений, в отношении которых внесена запись об их недостоверности, в течение более чем шести месяцев с момента внесения такой записи;
- невозможность ликвидации юридического лица ввиду отсутствия средств на расходы, необходимые для его ликвидации, и невозможности возложить эти расходы на его учредителей (участников) [2].

Для детального исследования демографического состояния организаций в 2018 году исследуем показатели демографии организаций в целом по Российской Федерации в 2018 г, поскольку в данном периоде наблюдались самые неблагоприятные показатели.



Рис. 3 Показатели демографии организаций в целом по Российской Федерации в 2018 г.

Источник: данные Федеральной службы государственной статистики [10]

Результаты анализа представленных данных (рис. 3) свидетельствуют о том, что на протяжении всего рассматриваемого периода коэффициент официальной ликвидации организаций, отражающий отношение количества официально ликвидированных организаций за отчетный период к среднему количеству организаций, учтенных в Статистическом регистре органами государственной статистики по данным государственной регистрации в отчетном периоде, рассчитанное на 1000 организаций, непрерывно превышал коэффициент рождаемости организаций – отношение количества зарегистрированных организаций за отчетный период к среднему количеству учтенных организаций. Негативно на деловую активность бизнеса повлияло повышение НДС с 18 до 20%, ускорение инфляции до 5%, падение реальных доходов населения. Таким образом, по результатам анализа приведенных данных можно сделать вывод о том, что реализация поставленных Президентом Российской Федерации задач в плане увеличения доли субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП, а также увеличения (к 2024 году) численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей, до 25 млн человек, являются труднодостижимыми исходя из сложившейся ситуации.

В целях снижения негативной тенденции важно уделить особое внимание стратегии поддержки субъектов малого и среднего бизнеса. Предыдущий отчетный период был очень сложным для сегмента МСП ввиду волатильности экономики, скачка курса доллара и евро, антироссийских санкций, что оказало негативное влияние на развитие малого бизнеса. При этом государственная поддержка предпринимательства увеличилась, реализуются программы по субсидированию, продлеваются налоговые и надзорные каникулы с учетом того, что развитие малого бизнеса – это стратегический проект, так как малый бизнес способствует внедрению инноваций, поддержке оптимальной конкурентной среды, создает дополнительные рабочие места, препятствует развитию монополий и увеличивает потребительский спрос [6]. В результате расширение границ деятельности малых предпринимателей не только благотворно влияет на экономику России, но и позволяет ей выйти на новый, более качественный уровень.

В качестве проблемы неэффективного использования в Российской Федерации программы государственной поддержки стоит отметить недостаточную осведомленность предпринимателей, так как со стороны государства отсутствует массированная информационная кампания об условиях участия в программах, основных нормативно-правовых актах, в соответствии с которыми государство обеспечивает поддержку малому бизнесу в виде:

- финансирования субъектов предпринимательской деятельности (СПД);
- снижения обязательных налоговых выплат, установления налоговых льгот;
- возврата процентов, уплаченных банкам по потребительским кредитам;
- начисления субсидий для возмещения конкретных затрат;
- установления квоты на госзакупку у субъектов малого бизнеса;
- предоставления землеотвода по особой процедуре;
- аренды государственного имущества на льготных условиях;
- лояльной системы оформления всех видов отчетности и разрешительной документации;
- преимущественного права при госзакупках;
- организации добровольных объединений для содействия развитию малого бизнеса.

Помимо базового закона предусмотрены федеральные программы поддержки бизнеса. Такой вид поддержки бизнеса можно разделить на программы от:

- *Минэкономразвития России*. Сфера интересов распространяется на реализацию программы по предоставлению субсидий из федерального бюджета для оказания господдержки субъектам МСП в регионах.

Средства распределяются на конкурсной основе между регионами и выделяются на мероприятия, предусмотренные региональными программами при условии софинансирования части расходов регионами.

Программа Минэкономразвития предполагает прямые и косвенные меры поддержки, на которые могут рассчитывать те, кто занимается производством товаров, разрабатывает и внедряет инновационную продукцию, специализируется на народно-художественных промыслах, осуществляет ремесленную деятельность, продвигает сельский и экотуризм, развивает социальное предпринимательство.

- *Корпорация МСП* занимается решением различного спектра задач, в числе которых оказание финансовой, имущественной, юридической, инфраструктурной, методологической поддержки; организация различных видов сопровождения инвестпроектов и др. [9].
- *АО «МСП Банк»* обеспечивает финансовую поддержку государственных программ предпринимательства, предоставляя МСП прямые гарантии для получения банковских кредитов и помогая воспользоваться кредитными ресурсами при недостаточности залогового обеспечения.

Организация выступает в роли гаранта исполнения субъектами МСП своих кредитных обязательств, разделяя с банками риски, которые могут возникнуть в результате ухудшения финансового состояния заемщика. Гарантийные продукты доступны субъектам МСП, желающим получить кредиты в банках – партнерах МСП Банка.

- *Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере* отвечает за развитие и поддержку малых предприятий в научно-технической сфере и непосредственно оказывает финансовую помощь целевым проектам. Наиболее известной программой является программа «Умник», ориентированная на поддержку талантливых молодых инноваторов, но также есть программа для стартапов «Старт», разные предложения по поддержке предприятий «Развитие», «Интернационализация», «Коммерциализация».
- *Минсельхоз России* предусматривает для агропромышленного комплекса различные меры государственной поддержки. Так, с 1 января 2017 года товаропроизводители, организации и ИП, осуществля-

ющие производство, переработку и реализацию соответствующей продукции, могут обратиться в уполномоченный Минсельхозом России банк за краткосрочным или инвестиционным кредитом по ставке не более 5%.

Также предусмотрены субсидии производителям сельскохозяйственной техники, субсидии на повышение продуктивности в молочном скотоводстве и др.

Поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства также осуществляется и на региональном уровне, каждый из которых предусматривает свои меры поддержки субъектов МСП. Подробнее о программах поддержки и условиях, на основании которых можно претендовать на помощь государства в развитии бизнеса, можно узнать на региональных порталах малого и среднего предпринимательства, которые дают подробную информацию по видам, формам и инфраструктуре поддержки.

Поскольку самой распространенной проблемой среди предпринимателей является вопрос финансирования бизнеса, то необходимо более подробно рассмотреть возможность получения субсидии на возмещение процентов по кредиту.

В рамках действующего законодательства бизнес может рассчитывать на компенсацию затрат на уплату процентов по кредитам, полученным в кредитных организациях, на поддержку и развитие деятельности, в том числе на обновление основных средств (за исключением кредитов, полученных для приобретения легковых транспортных средств) при соблюдении определенных условий, которые предусмотрены в региональных программах.

В 2019 году на льготные займы для предпринимателей государством предусмотрено выделение банкам 7,2 млрд руб., что увеличивает субсидии из бюджета на программу льготных кредитов для малого и среднего бизнеса в приоритетных отраслях в 11 раз. Это предусмотрено в проекте федерального бюджета на 2019 год и 2020–2021 годы. Совокупная сумма расходов на ближайшие 6 лет составит 190,9 млрд руб.

Основное условие заключается в том, чтобы выделять малому и среднему бизнесу на проекты в приоритетных отраслях кредиты по ставке 6,5%. Оно распространяется на сельское хозяйство, строительство, транспорт, связь, туристическую деятельность, обрабатывающие производства, производство электроэнергии, газа и воды, здравоохранение, сбор, обработка и утилизация отходов, отрасли, в которых реализуются приоритетные направления развития науки, технологий и техники.

Согласно установленным правилам разницу с рыночными ставками (3,1% по кредитному договору для среднего бизнеса и 3,5% – для малого бизнеса) банкам возмещает бюджет. В 2019 году с учетом нововведений льготное кредитование будет осуществлено в сумме более 200 млрд руб.

Помимо всех вышеперечисленных мер государственной поддержки деятельности субъектов малого и среднего бизнеса параллельно государство вводит и некоторые «барьеры», которые, в свою очередь, вносят определенные трудности в процесс ведения повседневной деятельности предпринимателей, а впоследствии могут привести и к банкротству и их ликвидации.

При этом, как уже отмечалось, негативное влияние оказало увеличение ставки НДС с 18% до 20%, что было аргументировано стремлением обеспечить финансирование майских указов президента, в том числе и на поддержку МСП и попыткой изыскать дополнительные 600 млрд рублей в год на реализацию различных инфраструктурных проектов. В результате увеличилась нагрузка как на бизнес, так и на конечных потребителей. У предпринимателей возникли сложности с оформлением бухгалтерских документов, изменением ранее заключенных договоренностей, перепрограммированием контрольно-кассовой техники.

Также в настоящее время находится на рассмотрении предложение отмены возможности использования единого налога на вмененный доход (ЕНВД) для торговли маркированными товарами, несмотря на то что система налогообложения в виде уплаты единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности является одним из самых востребованных льготных специальных режимов налогообложения, который позволяет компаниям сократить налоговую нагрузку. Также расчет самого вмененного налога не вызывает трудностей. Другими словами, Минфин предлагает запретить продавать лекарства, одежду, обувь, табак, алкоголь и другие товары с обязательной маркировкой по специальному налоговому режиму. Представители бизнес-сообщества уже высказались против такого нововведения, опасаясь, что оно приведет к массовому закрытию магазинов [11].

Важной составляющей является и политика государства в области контрольной и надзорной деятельности (КНД). Приоритеты реформы контрольной и надзорной деятельности закреплены в Основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации до 2024 г.: внедрение риск-ориентированного подхода, комплексное обновление обязательных требований, развитие профилактики нарушений обязательных требований, внедрение оценки результативности и эффективности КНД, ориентированной на снижение ущерба и снижение издержек подконтрольных субъектов.

Но, несмотря на внедрение риск-ориентированного подхода в деятельности контрольных ведомств, после окончания надзорных каникул количество проверок снова начинает увеличиваться.

Так, с 2012 года общее число плановых и внеплановых проверок на всех уровнях снизилось на 41%. Однако уменьшение внеплановых проверок на федеральном уровне компенсировано введением лицензионного контроля за деятельностью по управлению многоквартирными домами.

Если фиксируется снижение числа проверок, то число дел об административных правонарушениях почти не сокращается. Доля дел в рамках КоАП без проведения проверок составила:

- Роспотребнадзор – до 25% дел против бизнеса и порядка 20% штрафов;
- Росприроднадзор – более 60% дел об административных правонарушениях и более 50% от общей суммы штрафов (в 2016 году было порядка 50%);

- Россельхознадзор – до 50% дел и более 25% штрафов,
- ФАС России – до 70% дел и 97% суммы наложенных штрафов [7].

Приведенные данные требуют кардинальных действий со стороны органов власти в целях их справедливого урегулирования. В этой связи президент Российской Федерации в ежегодном Послании к Федеральному собранию выступил с предложением по обновлению нормативной базы при участии делового сообщества и прекращению с 1 января 2021 года всех неактуальных существующих в настоящее время нормативных актов в сфере контроля, надзора и ведомственных региональных приказов, писем и инструкций и их сдачи в архив. Следовательно, по итогам будет создано новое правовое пространство контроля и надзора.

Также имеются предложения по созданию единого реестра требований к бизнесу на всех уровнях власти в зависимости от отраслевой принадлежности. Единый реестр требований позволит исключить дублирование и навести порядок в проверяемых требованиях, сократит количество контрольно-надзорных функций и оптимизирует структуру контрольных ведомств. Для того чтобы вновь принимаемые нормативно-правовые акты, содержащие обязательные требования, положительно сказались на деятельности различных субъектов экономики, они должны подлежать общественному обсуждению с предпринимателями в рамках процедуры оценки регулирующего воздействия [12].

Исходя из результатов анализа некоторых действий, реализуемых органами государственной власти по отношению к субъектам малого и среднего бизнеса, можно сделать вывод о том, что в них отсутствует комплексный подход. Проблему развития предпринимательства нельзя решить каким-то одним способом. Нужен комплексный подход: и обучение, и низкие процентные ставки по кредитам (или субсидии), и создание благоприятной институциональной среды (например, упрощение бюрократических процедур для открытия бизнеса, реальное снижение давления на бизнес).

Список литературы

1. Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» от 03.08.2018 № 302-ФЗ (последняя редакция).
2. Федеральный закон от 8 августа 2001 г. № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ.
4. Интернет-портал «Российской газеты». Режим доступа: <https://rg.ru/2019/04/01/medvedev-est-zadacha-uvlechit-dolgu-malogo-i-srednego-biznesa-v-ekonomike.html>
5. Журнал «Вестник государственной регистрации» <http://www.vestnik-gosreg.ru/>
6. Ряховская А.Н., Чеканова И.Ю. Особенности банкротства организации-должника: регламент действий. Стратегии бизнеса. 2018; (1):12–15. DOI:10.17747/2311-7184-2018-1-12-15
7. Интернет-портал «Современный предприниматель». Режим доступа: <https://spmag.ru/news/davlenie-na-biznes-vse-takzhe-veliko>
8. Официальный сайт Правительства Российской Федерации <http://government.ru/projects/selection/738/>
9. Официальный сайт Корпорации МСП. Режим доступа: <https://corpmsp.ru/>
10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики <http://www.gks.ru/>
11. Профессиональный бухгалтерский журнал «Главная книга». Режим доступа: <https://glavkniga.ru/situations/s501562>
12. Сетевое издание РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/20190327/1552112021.html>



Анализ подходов к описанию процессов развития современного менеджмента

Тебекин А. В.,

доктор технических наук, доктор экономических наук, профессор, почетный работник науки и техники Российской Федерации, профессор кафедры менеджмента Московского государственного института международных отношений (Университета) МИД России
e-mail: Tebekin@gmail.com

Егорова А. А.,

специалист отдела НИОКР ООО «Научно-технический центр «Интайр»»

Аннотация. Рассмотрены фазовые, этапные и предложенный комбинированный (концептуально-фазовый) подходы к описанию процессов развития современного менеджмента. Показано, что концептуально-фазовый подход к описанию процессов развития современного менеджмента является наиболее перспективным, поскольку отражает эволюцию концепций развития современного менеджмента, изменяющихся по закону спирали в рамках динамики технологических укладов, и позволяет прогнозировать перспективы развития концепций менеджмента.

Ключевые слова: анализ подходов, описание процессов, развитие современного менеджмента.

ANALYSIS OF APPROACHES TO THE DESCRIPTION OF THE DEVELOPMENT PROCESSES OF MODERN MANAGEMENT

Tebekin A. V.,

Doctor of Engineering, Doctor of Economics, professor, honorary worker of science and technology of the Russian Federation, professor of department of management of the Moscow State Institute of International Relations (University) MFA of Russia
e-mail: Tebekin@gmail.com

Egorova A. A.,

Specialist of the R & D Department of LLC «Scientific and Technical Center» Intair»

Abstract. Phase, milestone and proposed combined (conceptual-phase) approaches to describing the development processes of modern management are considered. It is shown that the conceptual-phase approach to describing the development processes of modern management is the most promising, since it reflects the evolution of modern management development concepts that change according to the spiral law within the dynamics of technological patterns and allows forecasting the development prospects of management concepts.

Keywords: analysis of approaches, description of processes, development of modern management.

Менеджмент как науку и практику управления можно рассматривать как ровесницу человечества.

При этом речь идет не только об организации деятельности групп людей, но и о самоорганизации деятельности человека.

Но полноправное формирование менеджмента одновременно как области практической деятельности (специальности), науки и образовательной дисциплины произошло только в начале XX века. Именно с 1900-х годов большинство авторов ведет отсчет процессов развития современного менеджмента.

Рассмотрению основных подходов к исследованию менеджмента как науки и практики управления посвящены работы таких авторов, как Бойделл Т. [1], Борисов Е. Ф. [2], Василевский А. И. [3], Виханский О. С., Наумов А. И. [4], Гольдштейн Г. Я. [5], Дафт Р. [6], Дункан У. [7], Кравченко А. И. [8], Кузнецова Н. В. [9], Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. [10], Минцберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпл Д. [11], Орчаков О. А. [12], Поршнева А. Г. [13], Семенова И. И. [14], Сергеев А. М., Иванова И. А. [15], Тейлор Ф. У. [16], Уткин Э. А. [17], Файоль А. [18] и др.

При этом различные авторы, как правило, рассматривают тот или иной единственный подход к управлению.

Целью данных исследований являлось рассмотрение различных подходов к управлению, сложившихся в современном менеджменте.

В основе представленных результатов лежит обобщение ранее проведенных исследований, частично получивших отражение в работах [23–46].

Проведенные исследования показали, что существует несколько подходов к описанию процессов развития современного менеджмента, обобщение состава которых приведено на рис. 1¹.



Рис.1. Подходы к описанию процессов развития современного менеджмента.

4-фазный подход к описанию процессов развития современного менеджмента подразумевает четыре входящих в него подхода с привязкой к фазам экономического цикла (рис. 2)², полностью отражают динамику развития менеджмента на любом историческом этапе.



Рис.2. 4-фазный подход к описанию процессов развития современного менеджмента.

При 4-фазном подходе к описанию процессов развития современного менеджмента на этапе экономического подъема управляемой системы реализуется научный подход к управлению, при котором [19]:

- на макроэкономическом уровне в качестве основных факторов экономического развития государства рассматриваются наука и техника;
- на мезоэкономическом уровне в качестве главного фактора развития производственного потенциала предприятий рассматривается осуществление научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ;
- на микроэкономическом уровне в качестве базовой основы менеджмента рассматривается управление процессами развития, базирующееся на использовании статистических факторных моделей, нормировании трудоемкости, материало-, фондоемкости научно-исследовательских, опытно-конструкторских работ и серийного производства.

На этапе экономического пика развития управляемой системы реализуется функциональный подход к управлению, в основе которого лежат [19]:

- рационализация разделения труда в организации, повышающая эффективность деятельности;
- рост специализации управленческих функций в организации;
- использование технологий экономико-математического моделирования при переходе от инновационных процессов этапа экономического подъема к рутинным этапам экономического пика;
- использование методов сетевого планирования и оптимизационных моделей при осуществлении хозяйственной деятельности.

На этапе экономического спада управляемой системы реализуется системный подход к управлению, при котором [19]:

¹ Составлен автором.

² Составлен автором.

- происходит рассмотрение предприятия в качестве новой или модернизированной к изменившимся условиям сложной организационной системы, состоящей из взаимосвязанных элементов;
- осуществляется адекватный учет относительно стабильных или достаточно предсказуемых факторов внешней конкурентной среды и внутренней организационной среды, влияющих на развитие хозяйственных процессов;
- производится рост рационализации управления предприятием как системой.

На этапе экономического кризиса управляемой системы реализуется ситуационный подход к управлению, при котором [19]:

- осуществляется детальный анализ объективных внешних и субъективных факторов, определяющих кризисную ситуацию;
- осуществляется прогнозирование и анализ наиболее вероятных вариантов реализации инновационных процессов;
- производится выработка рационального управленческого решения, наилучшим образом отвечающего сложившимся объективным внешним и субъективным внутренним условиям хозяйствования.

Пятифазный подход к описанию процессов развития современного менеджмента (рис. 3) опирается на описание смены малых циклов экономической активности К. Жугляра со средней продолжительностью 10 лет в рамках больших циклов экономической активности Н. Кондратьева со средней продолжительностью 50 лет [20] (рис. 3)³.



Рис. 3. Пятифазный подход к описанию процессов развития современного менеджмента, опирающийся на описание смены малых циклов экономической активности К. Жугляра в рамках больших циклов экономической активности Н. Кондратьева.

Более подробно четырех- и пятифазный подходы к описанию процессов развития современного менеджмента изложены в работе [25].

Подходы к определению этапов развития современного менеджмента на основе выделения школ менеджмента (рис. 1) также имеют несколько градаций.

Простейший этапный подход базируется на рассмотрении школ менеджмента, охватывающих период с 1900-х по 1950-е годы, описанных, в частности, в работах [42–46], представлен в табл. 1 [21].

Таблица 1

Классификация базовых школ менеджмента

№	Названия школ менеджмента	Период времени
1	Школа научного управления [42]	1900-е гг.
2	Школа административного (классического) управления [43]	1920-е гг.
3	Школа человеческих отношений [44]	1930-е гг.
4	Школа поведенческих наук [45]	1930-е гг.
5	Школа науки управления (количественная школа менеджмента) [46]	1950-е гг.

³ Составлен автором.

Выполненная периодизация школ менеджмента, являющаяся на сегодняшний день наиболее полной, представлена в табл. 2 [38].

Таблица 2

Выполненная периодизация школ развития современного менеджмента

№	Название школы менеджмента и период ее формирования	Основные идеи школы менеджмента
1	Школа научного управления, 1880-1920-е гг.	Законы, подходы, приемы, механизмы и правила, действующие в точных и естественно-научных дисциплинах, могут быть успешно перенесены на практику управления организацией (предприятием) путем реализации системы научной организации труда, включающей научные подходы: – к отбору персонала; – к изучению технологий труда и обучению рабочих; – к специализации работ; – к мотивации персонала; – к распределению обязанностей и ответственности между рабочими и управленческими кадрами.
2	Школа административного (классического) управления, 1920-1950 гг.	Поиск системных подходов к повышению эффективности управления предприятием за счет рационального администрирования без привлечения дополнительных ресурсов извне
3	Школа управления на основе человеческих отношений, 1930-1950-е гг.	Школа управления на основе человеческих отношений базируется на следующих основных положениях, основанных на превалировании у персонала социальных потребностей, позволяющих сотрудникам: – почувствовать собственную индивидуальность через отношения с другими людьми; – нейтрализовать социальными взаимоотношениями потерю привлекательности работы в результате развития индустриализации; – получить возможность проявить большую отзывчивость к социальному влиянию группы коллег, на фоне побуждения мерами контроля со стороны руководства; – дать более сильный отклик на распоряжения руководителя, удовлетворяющего социальные нужды подчиненных.
4	Школа поведенческих наук, 1930-1950-е гг.	Базируются на исследованиях социального взаимодействия в организации, мотивации персонала, роли власти, лидерства и авторитета в управлении, влияния типа используемых организационных структур, коммуникаций, качества трудовой жизни и работы на эффективность функционирования компании.
5	Эмпирическая школа управления, 1940-1950-е гг.	Направлена на аккумуляцию лучшего положительного опыта управления, внедрение и закрепление его в практике управления организацией.
6	Школа количественного подхода к управлению, с 1950 гг.	Школа количественного подхода к управлению базировалась на достижениях в области развития кибернетики, исследования операций, теории систем.
7	Школа социальных систем, 1950-1960-е гг.	Базируется на рассмотрении работника как личности, имеющей социальную ориентацию и потребности, отражающиеся в организационной среде, которая в свою очередь также влияет на формирование потребностей у сотрудников.
8	Школа менеджмента человеческих ресурсов, 1960-е гг.	Рассматривает персонал как главный источник повышения эффективности функционирования организации, что требует, таким образом, наращивания кадрового потенциала и максимального его полезного использования в интересах организации.
9	Школа мотивации персонала, 1950-1990-е гг.	Базируется на определении вариантов наиболее эффективного решения задачи управления деятельностью организации исходя из особенностей формирования в них социально-психологической цепочки событий: «потребность – мотив – стимул – цель – действие», определяющей действия, как отдельных сотрудников, так и групп (коллективов) сотрудников в организации в целом.
10	Школа стратегического менеджмента и маркетинга, 1970-2000-е гг.	Базируется на основе разработок теории стратегического менеджмента как основного инструмента эффективного рыночного развития организации и обеспечения ее высокой конкурентоспособности, а также на разработках в теории маркетинга, позволяющих анализировать внутреннюю и внешнюю (рыночную) среду, изучать поведение потребителей, формировать маркетинговые коммуникации и осуществлять стратегическое управление маркетингом.
11	Школа управления на базе информационных технологий, 1980-н.в.	Базируется на информационных технологиях как на одной из четырех свобод, обеспечивающих процессы интеграции и глобализации, и позволяющих эффективно осуществлять основные функции управления: маркетинг, анализ, планирование, руководство, координация, контроль, корректировка и др.

В рамках этапного подхода наряду с выделением школ менеджмента (табл. 2), более подробно описанных в работе [38], автором были систематизированы ретроспективные и спрогнозированы перспективные концепции развития менеджмента (табл. 3), более подробно описанные, например, в работах [22, 30, 33].

Таблица 3

Эволюция развития современных концепций менеджмента (включая прогноз развития)

№	Период	Концепция менеджмента организации
1	1900-е гг.	Концепция научного управления (КНУ)
2	1910-е гг.	Развитие концепции научного управления (РКНУ)
3	1920-е гг.	Концепция административного управления (КАУ)
4	1930-е гг.	Концепция управления с позиций психологии и человеческих отношений (КУППЧО)
5	1940-е гг.	Концепция эмпирического или прагматического управления (КЭПУ)
6	1950-е гг.	Концепция системного подхода к управлению (КСистПУ)
7	1960-е гг.	Концепция поведенческого подхода к управлению (КППУ)
8	1970-е гг.	Концепция ситуационного подхода к управлению (КСитПУ)
9	1980-е гг.	Концепция культуры управления (ККУ)
10	1990-е гг.	Концепция инновационного подхода к управлению (КИПУ)
11	2000-е гг.	Концепция управления по целям (КУЦ)
12	2010-е гг.	Концепция информационных технологий управления (КИТУ)
13	2020-е гг.	Концепция комбинаторных технологий управления (ККТУ)
14	2030-е гг.	Концепция управления на основе использования человеческого капитала (КУИЧК)

Разработанный автором концептуально-фазовый подход к описанию процессов развития современного менеджмента заключается в объединении в циклическую зависимость процессов эволюции концепций менеджмента, формирующихся в рамках циклов экономической активности К. Жугляра и изменяющихся в рамках технологических циклов Н.Д. Кондратьева, представлен в табл. 4 [25].

Таблица 4

Разработанный концептуально-фазовый подход к описанию процессов развития современного менеджмента

Фазы ТУ, определяемые циклами ЭА К. Жугляра	Циклы ЭА Н.Д. Кондратьева и соответствующие им технологические уклады (ТУ)			
	Третий ТУ (1870–1920-е гг.)	Четвертый ТУ (1920–1970-е гг.)	Пятый ТУ (1970–2020-е гг.)	Шестой ТУ (2020–2070-е гг.)
Фаза 1	Разработка основных положений КНУ, 1880-е гг.	Формирование КУППЧО, 1930-е гг. [23]	Формирование ККУ, 1980-е гг. [24]	Формирование КУИЧК, 2030-е гг. [25]
Фаза 2	Развитие основных положений КНУ, 1890-е гг.	Формирование КЭПУ, 1940-е гг. [26]	Формирование КИПУ, 1990-е гг. [27]	?
Фаза 3	Оформление КНУ, 1900-е гг. [28]	Формирование КСистПУ, 1950-е гг. [29]	Формирование КУЦ, 2000-е гг. [30]	?
Фаза 4	Развитие КНУ, 1910-е гг. [31]	Формирование КППУ, 1960-е гг. [32]	Формирование КИТУ, 2010-е гг. [33]	
Фаза 5	Формирование КАУ, 1920-е гг. [34]	Формирование КСитПУ, 1970-е гг. [35]	Формирование ККПУ, 2020-е гг. [36]	

Не вызывает сомнения, что, несмотря на то что в данном рассмотрении представлен лишь один комбинированный подход к описанию процессов развития современного менеджмента (концептуально-фазовый), именно комбинированные подходы будут определять перспективы исследования процессов развития современного менеджмента в обозримой перспективе. Но это несколько не умаляет значения фазовых и этапных подходов к исследованию процессов развития современного менеджмента.

Таким образом, проведенные исследования показывают, что в современных условиях можно выделить несколько групп подходов к описанию процессов развития современного менеджмента.

Во-первых, это фазовые подходы (4-фазные (рис. 2) и 5-фазные (рис. 3)), отражающие динамику экономической активности субъектов хозяйствования.

Во-вторых, это этапные подходы, отражающие развитие школ и концепций менеджмента (табл. 1–3).

В-третьих, это разработанный комбинированный, концептуально-фазовый подход к описанию процессов развития современного менеджмента (табл. 4), объединяющий в циклическую зависимость процессы эволюции концепций менеджмента, формирующихся в рамках циклов экономической активности К. Жугляра и изменяющихся в рамках технологических циклов Н.Д. Кондратьева.

По мнению автора концептуально-фазовый подход к описанию процессов развития современного менеджмента является наиболее перспективным, поскольку отражает эволюцию концепций развития современного менеджмента, изменяющихся по закону спирали в рамках динамики технологических укладов и позволяет прогнозировать перспективы развития концепций менеджмента.

Об этом, в частности, свидетельствуют выполненные с использованием указанного концептуально-фазового подхода прогнозные оценки развития концепций менеджмента в 2020-е годы [34, 36] и в 2030-е годы [20, 25].

Список литературы

1. Бойделл Т. Как улучшить управление организацией. – М., 2001.
2. Хрестоматия по экономической теории./Сост. Е. Ф. Борисов. М.: Юрист, 2000. 536 с.
3. Василевский А. И. История менеджмента: Курс лекций/А. И. Василевский. М.: РУДН, 2005. 264 с.
4. Виханский О. С. Менеджмент/О. С. Виханский, А. И. Наумов. 5-е изд., стер. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. 576 с.
5. Гольдштейн Г. Я. Основы менеджмента: Учебное пособие/Г. Я. Гольдштейн. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2003. 94 с.
6. Дафт Ричард. Организационная теория и дизайн/Ричард Дафт. – 8-е изд. – СПб.: Питер, 2013. 640 с. (Классика МВА). Пер. с англ. Пер. изд.: Organization Theory and Design.
7. Дункан У. Основополагающие идеи в менеджменте. – М.: Дело, 1996.
8. Кравченко А. И. История менеджмента/А. И. Кравченко. 5-е изд. М.: Академ. Проект: Трикта, 2005. 560 с.
9. Кузнецова Н. В. История менеджмента/Н. В. Кузнецова. Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 2004. 216 с.
10. Мескон М. Основы менеджмента/М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. М.: Вильямс, 2007. 672 с.
11. Минцберг Генри. Школы стратегий: стратегическое сафари: экскурсия по дебрям стратегий менеджмента/Г. Минцберг, Б. Альстрэнд, Д. Лэмпел. – М.: Альпина Пабlishер, 2013. 330 с.
12. Орчаков О. А. Теория организации: Учебный курс/О. А. Орчаков. М.: Финансы и статистика, 2007. 266 с.
13. Поршнев А. Г. Управление организацией. – М.: Инфра-М., 2006.
14. Семенова И. И. История менеджмента: Учебное пособие для вузов/И. И. Семенова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. 222 с.
15. Сергеев А. М. Теория менеджмента/А. М. Сергеев, И. А. Иванова; рец. А. Н. Сазанович. – М.: Академия, 2013. 320 с.
16. Тейлор Ф. У. Принципы научного менеджмента/Ф. У. Тейлор. Пер. с англ. М.: Контроллинг, 1991. 104 с.
17. Уткин Э. А. История менеджмента. – М.: ЭКМОС, 2006.
18. Файоль А. Общее и промышленное управление. – М., 1991 г. 388 с.
19. Тебекин А. В., Тебекина А. А. Развитие концепций инновационного менеджмента. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 2. С. 9–31.
20. Тебекин А. В. Предпосылки формирования концепции менеджмента 2030-х годов. В сборнике: Тенденции и перспективы развития социотехнической среды. Материалы IV международной научно-практической конференции. Ответственный редактор И. Л. Сурат. 2018. С. 648–654.
21. Тебекин А. В., Денисова И. В., Тебекин П. А. Влияние научной школы человеческих отношений на развитие современного менеджмента. Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 5. С. 1–8.
22. Тебекин А. В. Динамика развития инновационного менеджмента как составляющей менеджмента организации. // Транспортное дело России. 2011. № 6. С. 202–206.
23. Тебекин А. В. Развитие прикладных направлений менеджмента в 1930-е годы и его значение для современной экономики. Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 7. С. 58–67.
24. Тебекин А. В., Тебекин П. А., Тебекина А. А. Развитие концепций менеджмента в 1980-е годы. // Журнал исторических исследований. 2019. Т. 4. № 1. С. 14–22.
25. Тебекин А. В. К вопросу о формировании концепции менеджмента 2030-х годов. // Вестник Московской финансово-юридической академии, № 2, с. 168–176.
26. Тебекин А. В. История развития менеджмента как науки в 1940-е годы и ее значение для решения современных проблем управления. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 8. С. 1–8.
27. Тебекин А. В., Тебекин П. А. Развитие менеджмента организации как науки, искусства и практики управления в 1990-е годы. // Журнал исторических исследований. 2019. № 3.
28. Тебекин А. В., Денисова И. В., Тебекин П. А. История развития менеджмента в 1900-е годы. Журнал исторических исследований. 2017. Т. 2. № 4. С. 1–8.

29. *Тебекин А. В., Тебекин П. А.* Развитие прикладных направлений менеджмента в 1950-е годы и их влияние на развитие современного менеджмента. // Транспортное дело России. 2019. № 3.
30. *Тебекин А. В.* Теория менеджмента: учебник. – М.: Кнорус, 2016. 696с.
31. *Тебекин А. В., Денисова И. В., Тебекин П. А.* История развития менеджмента в 1910-е годы. // Журнал исторических исследований. 2018. Т. 3. № 3. С. 15–23.
32. *Тебекин А. В., Тебекин П. А., Тебекина А. А.* Концепция поведенческого подхода к управлению как базовая основа для развития менеджмента в 1960-е годы и ее значение для развития современных методов управления. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 10. С. 30–39.
33. *Тебекин А. В.* Теория управления. Учебник – М.: Кнорус, 2017. 342 с.
34. *Тебекин А. В., Тебекин П. А., Тебекина А. А.* Сравнительная характеристика прикладных направлений менеджмента в 1920-е годы и 2020-е годы и ее значение для развития современной экономики. // Транспортное дело России. 2018. № 5. С. 90–92.
35. *Тебекин А. В.* Развитие концепций менеджмента в 1970-е годы. // Журнал исторических исследований. 2018. Т. 3. № 4. С. 33–43.
36. *Тебекин А. В.* Формирование концепции управления (менеджмента) 2020-х годов. Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. 2018. № 1 (30). С. 64–68.
37. *Тебекин А. В., Тебекина А. А.* Развитие концепций инновационного менеджмента. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 2. С. 9–31.
38. *Тебекин А. В.* Анализ влияния школы научного управления на развитие менеджмента: многоаспектный подход. // Стратегии бизнеса. 2019. № 1 (57). С. 13–23. (№ 194)
39. *Тебекин А. В.* К вопросу о выделении научных школ менеджмента. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 12. С. 32–40.
40. *Тебекин А. В.* Развитие направления подготовки «менеджмент» в системе высшего образования в современных условиях. Журнал педагогических исследований. 2018. Т. 3. № 2. С. 128–153.
41. *Тебекин А. В., Тебекин П. А., Тебекина А. А.* Значение опыта развития менеджмента на основе концепции административного управления для современного этапа развития экономики. Журнал экономических исследований. 2018. Т. 4. № 7. С. 12–30.
42. *Тебекин А. В.* Роль школы научного менеджмента в развитии современного менеджмента. // Журнал исторических исследований. 2018. Т. 3. № 1. С. 48–56.
43. *Тебекин А. В.* Роль школы административного (классического) управления в развитии современного менеджмента. Вестник Московского финансово-юридического университета. 2018. № 2. С. 169–177.
44. *Тебекин А. В., Денисова И. В., Тебекин П. А.* Влияние научной школы человеческих отношений на развитие современного менеджмента. Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 5. С. 1–8.
45. *Тебекин А. В., Денисова И. В., Тебекин П. А.* Роль школы поведенческих наук в развитии современного менеджмента. Журнал исторических исследований. 2018. Т. 3. № 2. С. 20–34.
46. *Тебекин А. В., Тебекин П. А., Тебекина А. А.* Школа количественного подхода к управлению и возможности использования ее положений для развития современного менеджмента. // Журнал исследований по управлению. 2018. Т. 4. № 8. С. 52–61



Создание рекламной кампании в Яндекс.Директ, ее особенности и анализ результатов

Н. В. Гамаюнов

Донской Государственный технический университет

Аннотация. Предлагаемая статья посвящена изучению процесса создания рекламной кампании, настраиваемых элементов внутри нее, а также анализу проведенной рекламной кампании. Приведены подробные информация и скриншоты.

Ключевые слова: реклама, рекламная кампания, Яндекс.Директ, ключевые слова, статистика пользователей.

CREATING AN ADVERTISING CAMPAIGN IN YANDEX.DIRECT, ITS FEATURES AND ANALYSIS OF RESULTS

N. V. Gamayunov

Don State Technical University

Abstract. The proposed article is devoted to the study of the process of creating an advertising campaign, custom elements within it, as well as the analysis of the conducted advertising campaign. There are detailed examples and screenshots.

Keywords: advertising, advertising campaign, Yandex.Direct, keywords, user statistics.

Введение

Контекстная реклама в Яндекс.Директ – один из самых простых и доступных инструментов увеличения продаж. Аудитория у таких объявлений достаточно обширна – в месяц рекламные объявления Яндекс.Директ видят около 60 млн человек, а это 90% от общей аудитории интернета России. Оплата контекстной рекламы на Яндексе организована по системе «цена за клик», то есть оплата происходит за переход пользователя на рекламируемый сайт. Стоимость клика определяется аукционным путем и зависит от степени конкуренции в тематике, от показателя кликабельности ключевого слова и от желаемой позиции в поисковой выдаче.

Исходя из географического положения целевой аудитории проекта следует выбирать подходящий регион. В качестве примера мы рассмотрим рекламную кампанию туристической фирмы, в качестве регионов выбрана Центральная Россия, Поволжье, Северо-Западная часть, Юг, Северный Кавказ и Республика Крым. Срок проведения рекламной кампании – 30 дней, осуществляется на всех площадках, валюта – российский рубль. Ключевые фразы: путешествия, дешевый отдых, горящие туры.

Существует две разновидности рекламной кампании – кампания РСЯ (рекламная сеть Яндекса) и кампания для выдачи объявлений на поиске. Выбор стратегии показов для рекламной сети Яндекса изображен на рис. 1.

Рис. 1. Скриншот создания стратегии РСЯ

У каждой кампании есть свои особенности и преимущества. Однако зачастую используются оба варианта одновременно, что помогает достичь результатов за меньший промежуток времени и не затратив при этом огромных денег. РСЯ – это система размещения рекламы на сервисах Яндекса и площадках партнеров. РСЯ открывает рекламодателям Директа доступ к аудитории более чем 40 000 площадок: сайтов, мобильных приложений, приложений Smart TV, а также поверхностей операторов цифровой наружной рекламы. Партнеры Рекламной сети получают доход за размещение рекламы, а рекламодатели – приток трафика и клиентов. Помимо Реклам-

ной сети Яндекса, объявления Директа могут быть показаны на тематических площадках внешних партнерских сетей. Яндекс внимательно проверяет каждую площадку, на которой могут быть показаны объявления Директа. К участию не принимаются площадки с сомнительным контентом и созданные специально для заработка на размещении рекламы. Каждая площадка проходит многоступенчатую модерацию и подключается к мониторингу качества. Среднесуточная аудитория площадок Рекламной сети – более 65 млн пользователей, из которых более 50% посетителей не пересекаются с аудиторией Яндекса.

Рекламные места в результатах поиска – при данной стратегии рекламной кампании объявления для показа сортируются по параметрам кликабельности, так называемый CTR – коэффициента качества и ценовой ставки за клик. Те объявления, которые обладают наилучшими показателями, относятся к категории премиум-объявлений. Для расчета CTR используется прогноз вероятности кликов, опираясь на статистику показов и кликов по ключевой фразе. Также существуют и другие параметры, которые влияют на вероятность клика – наличие слов из запроса в тексте объявления, поведение пользователей в регионе

показа и т.п.

CTR включает в себя разнообразные факторы: релевантность объявления запросу, статистические данные по объявлению, релевантность объявления странице сайта, на которую ведет ссылка, и др. И, чтобы достичь прироста пользовательского трафика на нашем сайте, можно не только повышать цену за клик, но и увеличивать эффективность самого рекламного объявления. Устройство, с которого пользователи наблюдают нашу рекламу, также влияет на количество объявлений в результатах поиска. На страницах результатов поиска Яндекса объявления могут быть показаны в двух блоках. Премиум-показы – блок расположен над результатами поиска. Показы в этом блоке приносят наибольшее количество кликов.

Остальные показы – объявления, не попавшие в премиум-показы, могут показываться под результатами поиска или справа от результатов поиска. Подключив сюда собранную ранее семантику (прямые и косвенные запросы), мы внутри каждой кампании создаем группы запросов, схожих между собой. Затем, после запуска кампании, мы сможем увидеть какие группы запрашивались чаще, а какие реже, соответственно, мы сможем отключить ненужные группы запросов, чтобы не растрачивать рекламный бюджет.

В итоге, запустив рекламную кампанию сроком на одну неделю, мы получили прирост пользователей, количество просмотров, что также повлияло на глубину просмотра и проведенное время на сайте. Показатели метрики изображены на рис. 2.

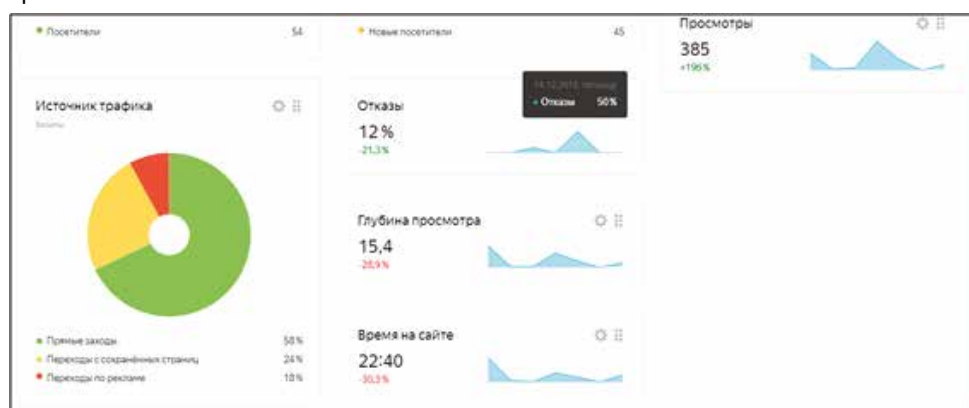


Рис. 2. Показатели метрики за 1 неделю тестирования

Новые посетители – 45, просмотров – 385, источники трафика: переходы с сохраненных страниц – 24%, прямой заход – 58%, переходы по рекламе – 18%. Процент отказов – 12%. Глубина просмотра – 15,4. 68% пользователей посещали сайт с компьютера и 32% со смартфона. Возраст посетителей – от 18 до 65 лет.

Выводы

Яндекс.Директ – это единая платформа размещения контекстной и медийной рекламы, позволяющая построить воронку продаж и решать маркетинговые задачи на всех ее уровнях. Яндекс.Директ поможет привлечь потенциальных клиентов, которые заинтересованы в ваших товарах или услугах с минимальными затратами.

Список литературы

1. *Эрдни-Горяев С.* Анализ и аналитика поисковых запросов// Блог о интернет-маркетинге [Электронный ресурс]. URL: <https://raiseskills.ru/analiz-i-analitika-poiskovykh-zaprosov/> (дата обращения: 05.06.2019).
2. *Дитман Т.А.* Ранжирование ключевых показателей эффективности сайта предприятия/Т.А. Дитман, В.В. Нордин // Вестник молодежной науки. 2018. № 1 (13).
3. *Бабенкова, Ю. А.* Использование теории аукционов при построении оптимальной стратегии рекламодателя на Яндекс. Директ/Ю.А. Бабенкова // Труды МФТИ. 2010. № 1.
4. *Сычева А. А.* Исследование возможностей интернет-ресурсов для старта работы малого бизнеса./А. А. Сычева // Вопросы науки и образования. 2018. № 4. С. 8–10.