



ЭКОНОМИКА. УПРАВЛЕНИЕ. ФИНАНСЫ.

Журнал

АВТОРИТЕТНЫЕ МНЕНИЯ. ДОСТОЙНЫЕ РЕШЕНИЯ.
НАУЧНЫЙ ПОДХОД

4/2018

**Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций 18 декабря 2015г.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС 77 – 64116
ISSN 2500-2309**

Главный редактор Володин Р.С., к.э.н., доцент

Выпускающий редактор Володина К. Ю.

Редакционный совет

Mariana Cernicova-Buca, Assoc. prof. (Politehnica University of Timisoara, Romania)

Абдыров Т. Ш. д.э.н., профессор (Бишкекская Финансово - Экономическая Академия, Кыргызская Республика)

Анопченко Т. Ю., д.э.н., профессор (Южный федеральный университет, Россия)

Максимов А. В., д.э.н., профессор (Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Россия)

Лысоченко А.А., д.э.н., профессор (Южный федеральный университет, Россия)

Мурзин А. Д., к.э.н., доцент (Южный федеральный университет, Россия)

Мошкин И. В., к.э.н., доцент (Южный федеральный университет, Россия)

Мохов А. В., директор (АНО «Черноморский информационно-аналитический центр», Россия)

Адрес редакции 344091, Россия, Ростовская область, г.Ростов-на-Дону, ул. Малиновского, 3, оф. 15

Телефон 8 (918) 543-32-05

E-mail info@portal-u.ru

Сайт www.portal-u.ru

"Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы." – это рецензируемое научное издание, посвященное исследованию проблем в области экономики и менеджмента. К публикации принимаются результаты научных исследований, доклады конференций, обзор деловой и научной литературы, рецензии, экспертные оценки и другие материалы, отвечающие требованиям журнала. К сотрудничеству приглашаются ученые, аспиранты, магистранты, студенты, общественные деятели, политики, экономисты России, стран СНГ и дальнего зарубежья.

Рукописи статей в обязательном порядке оформляются в соответствии с требованиями для авторов, установленными редакцией. Статьи, оформленные не по правилам, редакцией не рассматриваются.

СОДЕРЖАНИЕ

Исследования в экономике и менеджменте

Гафарова Р. М., Марьина А.В. Последствия повышения НДС для экономики России	6
Григан С.А., Григан Н.А. Особенности принятия решений в бизнес-системах	12
Ласкова Т.С., Шаповалов В.С., Скрементова А.А. Автотранспортная инфраструктура г. Ростова-на-Дону: современное состояние, проблемы и перспективы развития	21
Мартыненко А.С., Жабинская И.С. Концепция природы, открытия, передачи информации и знания в австрийской экономической теории	40
Ибрагимов Т.Г., Якунина М.Г., Коцкий Р.В. Перспективы развития новых цифровых денег в условиях действующего рынка криптовалюты	48

Экономико-управленческая практика

Кузнецова А.А., Сучков О.С. Психология цвета в маркетинге и рекламе	58
Труфанов С.А. Анализ перспектив практического применения «блокчейн» в менеджменте	65
Борисова А.А. Метод парной корреляции и регрессии зависимости роста цены на недвижимость от курса доллара.	71

Первые шаги

Андросова А.А. Роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала	80
Крикунов Р.А., Шевченко М.С. HR-брендинг как инструмент эффективного управления персоналом	85

CONTENTS

Research Works in Economics and Management

Gafarova R., Maryina A. Implications of VAT increases for the Russian economy	6
Grigan S., Grigan N. Features of Decision Making in Business Systems	12
Laskova T., Shapovalov V., Skrementova A. Auto transport infrastructure of Rostov-on-Don: The present condition, problems and development prospects	21
Martynenko A., Zhabinskaya I. The concept of nature, discovery, transfer of information and knowledge in Austrian economic theory	40
Ibragimov T., Yakunina M., Kotskiy R. Development Prospects of New Digital Money in The Current Market Cryptocurrency	48

Practice-Oriented Papers in Economics and Management

Kuznechova A., Suchkov O. Color Psychology in Marketing and Advertising	58
Trufanof S. The Analysis of Prospects of Practical Application of Blockchain in Management	65
Borisova A. The method of pair correlation and regression based on the example of the growth in property prices from the dollar.	71

Young Researchers' Papers

Androsova A. The role of corporate culture in personnel management and its impact on staff motivation	80
Krikunov R., Shevchenko M. HR-branding as a tool of effective personnel management	85

Исследования в экономике и менеджменте

Гафарова Регина Максимовна
Студентка магистратуры
ФГБОУ ВО «Уфимский Государственный Авиационный Технический
Университет»,
г.Уфа, Россия
regina_1505@mail.ru

Марьина Александра Валентиновна
Кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории
Уфимского Государственного Авиационного Технического Университета.
г.Уфа, Россия
alemar08@mail.ru

Последствия повышения НДС для экономики России

В статье рассматриваются возможные последствия увеличения ставки налога на добавленную стоимость на экономику страны. Подробно указано, как повышение налога скажется на бюджете государства и на стоимости основных товаров и услуг.

Ключевые слова: НДС, инфляция, бизнес, правительство, рост цен, бюджет, инвестиции

Gafarova Regina Maksimovna
Master's degree student
Ufa State Aviation Technical University,
Ufa, Russia
regina_1505@mail.ru

Maryina Alexandra Valentinovna
PhD in Economic sciences, Associate Professor Department of Economic
Theory, Ufa State Aviation Technical University. Ufa, Russia
alemar08@mail.ru

Implications of VAT increases for the Russian economy

The article discusses the possible consequences of increasing the value added tax rate on the country's economy. It details how the tax increase will affect the state budget and the cost of basic goods and services.

Keywords: VAT, inflation, business, government, price increase, budget, investment

НДС — это налог на добавленную стоимость. Если компания закупает дешевле, а продает дороже, то разница между покупкой и продажей считается добавленной стоимостью и с нее нужно платить налог.

Формально НДС — это налог для бизнеса. Но из-за особенностей начисления и уплаты фактически он ложится на конечного потребителя. Повышение НДС может повлиять на потребительские цены некоторых товаров и услуг.

Налог на добавленную стоимость (НДС) будет повышен с 1 января 2019 года с 18% до 20%. Такое решение приняла Госдума 24 июля 2018 года [1].

Предполагаемое повышение НДС в 2019 году приблизит Россию к основной массе стран Европы, где в настоящее время величина данного налога составляет те же 20%. Но эти цифры не самые высокие. Лидерами по величине НДС являются: [5]

Венгрия — 27%;

Норвегия, Швеция и Дания — 25%;

Исландия — 24,5%;

Греция, Финляндия — 24%;

Уругвай, Португалия, Польша, Ирландия — 23%.

В рейтинг стран с самым низким размером НДС вошли:

Остров Джерси — 3%;

Малайзия и Сингапур — 5%;

Доминиканская Республика — 6%;

Таиланд — 7%

Швейцария и Япония — 8%.

Зато кредиты для бизнеса у нас с двузначными ставками, а в Европе — в несколько раз дешевле. Сравнить налоговую нагрузку и экономическую ситуацию только по ставкам НДС нельзя

Повышение НДС — решение правительства, вынужденного искать финансирование для реализации новых майских указов президента, который поручил к 2024 году повысить безопасность и качество автомобильных дорог и

инфраструктуры, обеспечить рост численности и продолжительности жизни населения, а также заняться развитием «цифровой экономики» [2].

Собираемость этого налога близка к 100%. По итогам 2017 года налог принес в федеральный бюджет около 5 трлн рублей, и это даже с учетом льготных ставок в 0% и 10% по некоторым видам товаров. Дополнительные же 2 процентных пункта (а речь идет о повышении НДС с 18% до 20%) могут добавить в казну еще порядка 500 млрд рублей. Наполнение бюджета гарантировано, поскольку уклониться от этого вида налогов достаточно сложно. По подсчетам экономистов, за 6 лет прибыль от повышения составит 2 трлн рублей, вкуче с ростом ВВП экономика обогатится на 6 трлн [5].

Негативные последствия:

1. Увеличение цен на товары и услуги

В первую очередь, это рост цен на продукты питания, электронику, бытовые товары. Льготный десятипроцентный НДС сохранен на товары первой необходимости, рост же цен на все остальные произойдет автоматически. Если будет сокращён перечень товаров и услуг, освобождённых от уплаты НДС или на которые сейчас распространяется льготная ставка, то можно ожидать более высокого роста цен.

Отмена льготной ставки приведёт к росту цен на лекарства на 10-12%. Если учесть и повышение НДС, и внедрение систем маркировки лекарств, то рост цен может составить 12-15%

Последствия для системы здравоохранения могут быть очень серьёзными, фактически на рынке возникнет искусственный кризис, который приведёт к резкому сокращению спроса. Это, во-первых, вызовет снижение доступности лекарственных препаратов. Во-вторых, спровоцирует почти гарантировано массовое банкротство аптек и дистрибьюторов. В отрасли накоплен очень большой объём товарных кредитов. Компании просто не смогут их обеспечивать, если спрос ещё провалится. В итоге последствия для рынка могут быть катастрофическими.

2. Ухудшение условий для малого и среднего бизнеса

Повышение НДС может оказаться критичным для ряда предприятий малого и среднего бизнеса — им придётся повысить цены, условно говоря, на величину роста НДС. Однако нельзя быть уверенными в том, что спрос на их продукцию в результате сохранится на прежнем уровне.

Для более крупных производителей, а также для производителей товаров и услуг первой необходимости критичного ничего в таком повышении НДС нет — на их продукцию спрос будет в любом случае.

3. Инфляция к концу 2018 года вырастет с 2,5% до 4-5% в годовом выражении [3].

С ростом цен упадет платежеспособность населения, что может привести к росту инфляции.

4. Рост цен на недвижимость и проседание рынка.

Исходя из повышения цен, вызванных новой ставкой НДС, стройматериалы также вырастут в цене. Всевозможные строительные и отделочные материалы, услуги по реализации и оформления домов и квартир — все это в совокупности приведет к повышению себестоимости жилья. Эксперты прогнозируют рост цен на недвижимость до 2-3% [4]. Это существенная сумма для недвижимости, что приведет к снижению покупательской способности жилья, то есть к еще большему снижению, чем наблюдается в последнее десятилетие.

Решение повысить ставку НДС — не самый плохой вариант финансирования указов, если бы власти решили повысить налог на прибыль или страховые взносы, экономика потеряла бы еще больше. Так, увеличение ставки взносов привело бы к снижению темпов роста экономики на 0,8–1,1%, а потребления и инвестиций — на 1–1,5%. При повышении налога на прибыль рост ВВП замедлился бы на 0,6–1%, потребление — на 0,4–0,7%. У НДС больше налогооблагаемая база и для роста сборов нужно меньше увеличивать ставку. Рост ставок НДФЛ или налога на прибыль замедлил бы экономику в разы сильнее [4].

Тем не менее, повышение НДС принесет экономике России больше вреда, чем пользы: «рост цен, налогов, инфляции», «снижение уровня жизни людей, ухудшение их положения», «снижение покупательной способности населения».

Список источников и литературы:

1. Федеральный закон от 3 августа 2018 г. № 303-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации о налогах и сборах»

2. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»

3. Официальный сайт Министерства финансов России. URL: <http://www.minfin.ru> (Дата обращения: 01.11.2018)

4. Официальный сайт Минэкономразвития России. URL: <http://www.economy.gov.ru> (Дата обращения: 03.11.2018)

5. Романов Б.А. Налоги и налогообложение в Российской Федерации: учебное пособие. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 560 с.

References

1. Federal`ny`j zakon ot 3 avgusta 2018 g. № 303-FZ «O vnesenii izmenenij v otdel`ny`e zakonodatel`ny`e akty` Rossijskoj Federacii o nalogax i sborax»

2. Ukaz Prezidenta Rossijskoj Federacii ot 07.05.2018 g. № 204 «O nacional`ny`x celyax i strategicheskix zadachax razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2024 goda»

3. Oficial`ny`j sajt Ministerstva finansov Rossii. URL: <http://www.minfin.ru> (accessed on: 01.11.2018)

4. Oficial`ny`j sajt Mine`konomrazvitiya Rossii. URL: <http://www.economy.gov.ru> (accessed on: 03.11.2018)

5. Romanov B.A. Nalogi i nalogooblozhenie v Rossijskoj Federacii: uchebnoe posobie. Izdatel`sko-torgovaya korporaciya «Dashkov i K», 2016. – 560 p.

Выходные данные статьи:

ГАФАРОВА, Регина Максимовна; МАРЬИНА, Александра Валентиновна. Последствия повышения НДС для экономики России. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], п. 4, ноя. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/167>>. Дата доступа

Григан Светлана Александровна
кандидат педагогических наук, доцент
Ростовский государственный университет путей сообщений
Россия, Ростов-на-Дону
svetlana-grigan@mail.ru

Григан Никита Андреевич
студент 4 курса
Санкт-Петербургский государственный университет
Россия, Санкт-Петербург
nikita.grigan@mail.ru

Особенности принятия решений в бизнес-системах

Как известно, организационные системы относятся к системам, в качестве элементов которых выступают люди или группы людей. Один из основных видов организационных систем – бизнес-системы, роль которых значительно выросла в условиях рыночных отношений. Данная статья посвящена исследованию процедуры принятия решений в бизнес-системах и организации управленческой деятельности в них.

Ключевые слова: бизнес-система; управленческая деятельность; теория принятия решений; лицо, принимающее решение.

Svetlana A. Grigan
PhD in Pedagogics, associate professor
Rostov State Transport University
Russia, Rostov-on-Don
svetlana-grigan@mail.ru

Nikita A. Grigan
student,
St Petersburg University
Russia, St Petersburg
nikita.grigan@mail.ru

Features of Decision Making in Business Systems

As you know, organizational systems refer to systems whose elements are people or groups of people. One of the main types of organizational systems is business systems whose role has grown significantly in the conditions of market relations. This article is devoted to the study of decision-making procedures in business systems and the organization of

management activities in them.

Keywords: business system; management activities; decision theory; decision maker.

Одним из видов организационных систем являются бизнес-системы. Под бизнес-системой будем понимать организационную систему любого вида, которая, с одной стороны, удовлетворяет потребительские требования общества, с другой – формирует их, создавая предпосылки для одновременного формирования и удовлетворения потребительских запросов общества [1]. Под бизнес-системой можно также понимать организационную систему, формирующую в качестве отклика на требования внешней среды материальный товар или услугу. Примеры бизнес-систем: торговые, торгово-производственные или производственные компании.

Признаками и особенностями бизнес-систем являются следующие:

- в качестве элементов выступают люди;
- люди взаимодействуют между собой с помощью технических средств;
- при взаимодействии происходит преобразование собственных и привлеченных ресурсов в готовый товар или услугу;
- в результате процесса формирования отклика (в виде товара или услуги) на требование внешней среды происходит изменение ресурса бизнес-системы.

Успешное руководство бизнес-системами обеспечивается рациональным распределением функций управления, планирования и контроля в органах управления. Окончательное решение руководителя формируется с учетом частных предложений должностных лиц ("узких профессионалов") на основе глубокого уяснения цели развития организации и оценки складывающейся во внешней бизнес-среде обстановки. В отличие от "узких профессионалов", которые глубоко знают какой-то отдельный вопрос, руководитель должен обладать широтой взгляда на ситуацию, позволяющую ему точно понять, что и как он должен сделать; выделить необходимые силы и средства для выполнения бизнес-задач в заданное время и со знанием дела следить, чтобы все эти задачи выполнялись наилучшим способом.

Современная концепция организации управленческой деятельности, которую развивает теория принятия решений (ТПР), базируется на предположении о том, что

любой результат этой деятельности может быть количественно измерен [2, 3]. Внутренние установки субъектов, вовлеченных в управленческую деятельность, могут и должны быть формализованы и представлены в виде достаточно строгих критериев и правил. Главное, что отличает научный подход к принятию решения от традиционного эвристического – это, четкое разделение процесса выработки решения на логически увязанные фазы, правильное выделение в каждой фазе объекта и предмета исследования, выбор шкалы и способов измерения интенсивности релевантных факторов, обработки и анализа результата измерения, содержательная интерпретация результатов и формирование выводов и рекомендаций.

Сформулируем, основные понятия и определения ТПР, которые получили наибольшее распространение в рамках комплексной концепции принятия решений.

Главным субъектом всякого решения является лицо, принимающее решения (ЛПР). Понятие ЛПР является собирательным. Это может быть одно лицо - индивидуальное ЛПР или группа лиц, вырабатывающих коллективное решение, - групповое ЛПР. Оно выполняет основную роль, его мнение является решающим по всем вопросам и на всех этапах процесса принятия решений. ЛПР наделено необходимыми полномочиями и принимает решение, за которое несет ответственность. Этот выбор ЛПР осуществляет на основе своих предпочтений.

Однако учесть все особенности бизнес-ситуации принятия решения, глубоко разобраться в намечаемых целях и задачах, в способах достижения целей и других важных обстоятельствах, связанных с выбором решения, одному человеку, пусть даже и весьма подготовленному, подчас трудно. Именно поэтому в ходе выработки особенно ответственных решений для помощи ЛПР привлекают линейных исполнителей (тех, кто будет заниматься вопросами конкретного воплощения решения в жизнь) и экспертов - специалистов по решаемой проблеме. Эксперты выполняют информационную и аналитическую работу на основе своих представлений о решаемой задаче. В общем случае представления экспертов могут не совпадать с мнением ЛПР. Такое расхождение во мнениях играет как отрицательную (затягивается процесс выработки решения), так и положительную роль (ЛПР может критически осмыслить различные точки зрения, уточнить свои предпочтения и вновь

взвесить последствия решений). Привлечение экспертов к формированию и выбору решений — это использование коллективных знаний и опыта, позволяющих уменьшить возможность принятия ошибочных решений.

По отдельным вопросам для выработки решения могут привлекаться исследователи (линейные исполнители). Исследователь не принимает окончательных решений, а лишь помогает в этом ЛПР, предоставляя ему количественные обоснования для принятия решений. Суть работы исследователя состоит в детальном изучении существа и специфики рассматриваемой ситуации.

Объектом исследования в теории принятия решений являются проблема и порождаемая ею проблемная ситуация.

Проблема есть расхождение между тем, чего ЛПР желало бы достигнуть ("желательное состояние") и тем, что оно имеет ("действительное состояние"), а также стремление и возможности, это расхождение преодолеть. Под возможностями здесь понимают наличие различного вида ресурсов, использование которых потенциально приводит к достижению желаемой цели. Качество конечного результата при этом зависит не только от качества имеющихся ресурсов, но и от способа их задействования.

Те способы использования ресурсов, которые ЛПР может применить для достижения цели, будем называть альтернативами или стратегиями, а их набор - множеством альтернатив.

Каждая проблема всегда связана с определенным комплексом условий ее разрешения (обстановкой), задаваемым целью, характером неопределенности обстоятельств места и времени, множеством возможных альтернатив и другими факторами. Систему, включающую в качестве ее взаимосвязанных элементов ЛПР (со своими целями и предпочтениями), проблему и комплекс условий ее разрешения, в теории принятия решений называют проблемной ситуацией. Выявление, описание и анализ проблемной ситуации дают исходную информацию для постановки задачи принятия решений.

Описание и последующий анализ проблемной бизнес-ситуации с широким привлечением формальных и эвристических методов направлены на решение одной

из главных задач данного этапа - формирование цели, достижение которой позволяет решить проблему, то есть предельно уменьшить или вовсе устранить различие между желаемым и действительным. Под целью обычно понимают некоторый требуемый результат деятельности, моделирующий "желательное состояние". В кибернетике для обозначения любой деятельности, направленной на достижение цели, используют особый термин - операция.

Анализируя ту или иную стратегию достижения цели, ЛПР (эксперт, линейный исполнитель) должно четко представлять закономерности, связывающие ход и исход процесса выполнения задачи, с принятыми решениями. Совокупность представлений об этих закономерностях в формализованном виде задает некий "механизм ситуации", порождающий взаимосвязь "решение - исход". В дальнейшем будем ориентироваться на два основных типа "механизма ситуации": детерминистский (условия определенности) и неопределенный (условия неопределенности).

Для сравнения альтернатив ЛПР совместно с экспертами вырабатывает показатели и критерии выбора. Показатель — это специальная числовая функция, заданная на множестве стратегий и позволяющая различать стратегии по предпочтительности. Те значения, которые эти функции принимают, называются оценками показателей. Показатели могут быть скалярными или векторными.

Таким образом, показатель позволяет измерить ценность каждой альтернативы как по отношению к достижению цели в целом (векторный показатель), так и по отношению к тому или иному свойству результата применения альтернатив (скалярный показатель). Критерий выбора - это правило отбора не худших (рациональных) альтернатив. Чем более совершенен критерий выбора, тем уже выделяемое с его помощью подмножество выбора.

На рисунке 1 представлена схема взаимосвязи элементов проблемной ситуации. Вертикальные стрелки, указывающие на расхождение исходного и желаемого состояний, обозначают проблему, требующую разрешения.

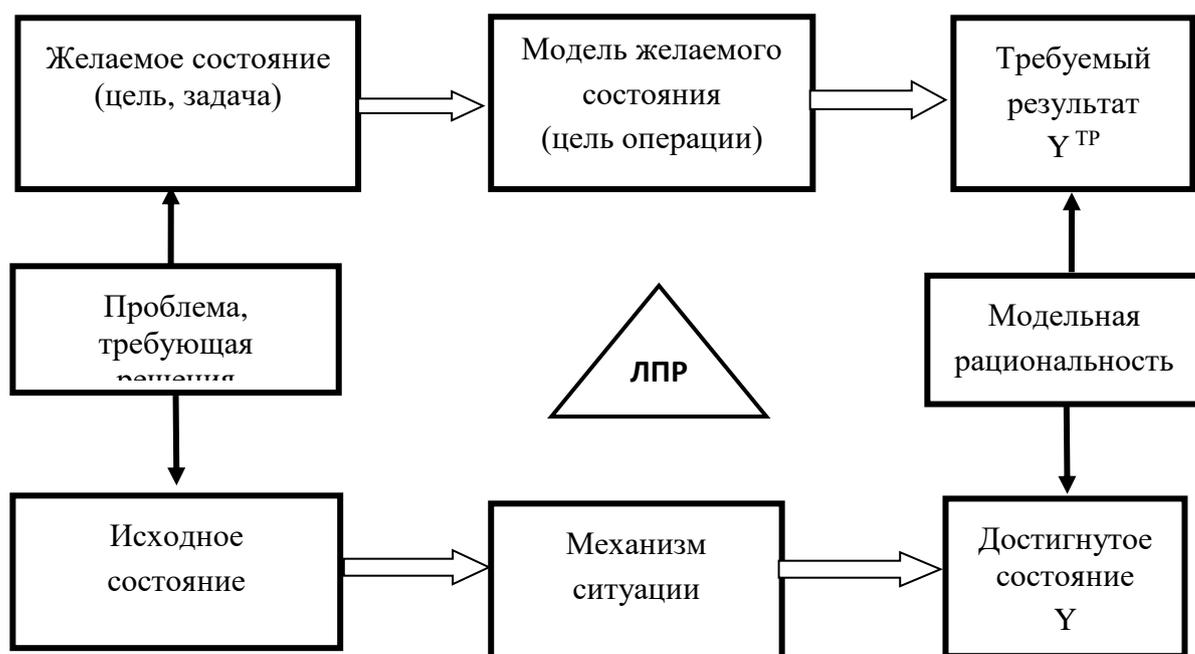


Рисунок 1 – Схема взаимосвязи элементов проблемной ситуации

В сознании ЛПР желаемое состояние моделируется требуемым результатом Y^{TP} , к которому стремится ЛПР при безусловном достижении цели (или выполнении поставленной ему задачи). Это желательное состояние ЛПР намечает (если только оно не задано экзогенно), сообразуясь с решаемой задачей, исходной обстановкой и возможным будущим развитием ситуации. Процесс интуитивного моделирования желаемого состояния в цель операции показан на рисунке горизонтальной стрелкой.

Применение конкретной альтернативы в фиксированном комплексе условий приводит к тому, что исходное состояние трансформируется в новое - достигнутое состояние. При этом в результате действия механизма ситуации достигается результат Y , в общем случае не соответствующий результату Y^{TP} . На рисунке 1 действие механизма ситуации также обозначено горизонтальной стрелкой.

Треугольник в центре рисунка с надписью ЛПР символизирует главенствующую роль, которую играет ЛПР в процессе выработки решений, - оно воспринимает информацию об исходном состоянии (перед началом планируемой операции), поставленной задаче, анализирует ее и формирует представление о цели (требуемом результате) и о том состоянии, которое может быть достигнуто при

задействовании механизма ситуации.

На рисунке 1 показан участок схемы, подчеркивающий расхождение между достигнутым и желаемым состояниями. Чем меньше это расхождение, тем лучше разрешена проблема - выше фактическая рациональность принятого решения.

Таким образом, фактическая действенность или рациональность любого решения определяется близостью реально достигнутого состояния тому состоянию, которое соответствует поставленной задаче. Однако оценить фактическую действенность решения можно только после проведения операции.

В то же время решение должно быть принято до проведения операции. Следовательно, ответить на вопрос, сколь действенно окажется принятое решение заранее весьма трудно.

В указанном противоречии и заключается известная доля риска при принятии решения, на которую идет ЛПР, основываясь на личном опыте, интуиции и собственном представлении о соотношении выигрыша и (неизбежных, но разумных) потерь в операции. Ввиду трудности оценки фактической рациональности вариантов решений процесс обоснования решения организуют как итерационный, производя на начальных и промежуточных его шагах выбор не худших альтернатив путем измерения показателей, построенных на результатах Y и Y^{TP} . Оценку рациональности решения, полученную на основе сопоставления достигнутого и требуемого результатов (не состояний!), назовем модельной рациональностью. Модельная рациональность оценивается с использованием показателя и критерия принятия решения. Ясно, что получить эту оценку проще. Однако всегда необходимо помнить, что оценка действенности решения, проведенная путем формального сопоставления полученного (в ходе моделирования) и требуемого результатов может существенно отличаться от фактической действенности решения.

Таким образом, решение сложной проблемы никогда не бывает готовым. Оно вырабатывается ЛПР в ходе интеллектуальной работы по осмыслению существа проблемы, условий и способов ее разрешения.

Итогом этой работы является волевой акт, направленный на выбор наилучшей альтернативы. В дальнейшем из методических соображений всю подготовительную работу, включающую углубленный анализ целей, условий, стратегий и измерение оценок показателей, а также предпочтений ЛПР, будем называть обоснованием решений. Под принятием решений будем понимать осуществление сознательного выбора среди представленных ЛПР альтернатив. В то же время эти термины часто используются как синонимы. Это также вполне объяснимо, так как оба указанных этапа выработки решений чрезвычайно сильно связаны и взаимообусловлены; обоснование решений и принятие решений - составляющие единого процесса выработки решений, процесса разрешения стоящей перед ЛПР проблемы.

Список источников и литературы

1. Тысленко А.Г. Менеджмент. Организационные системы управления: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство “Альфа-Пресс”, 2011. – 320 с.
2. Петровский А.Б. Теория принятия решений. – М.: Academia, 2009. – 400 с.
3. Халин В.Г. Теория принятия решений в 2-х томах. Том 1. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – М.: Юрайт, 2017. – 250 с.

References

1. Tyslenko A.G. Management. Organizational management systems: Educational and practical manual. M. Alfa-Press Publishers, 2011. 320 p.
2. Petrovsky A.B. Decision making theory. M. Academia, 2009. 400 p.
3. Khalin V.G. Decision theory in 2 volumes. Volume 1. Training and practical work for undergraduate and graduate programs. M. Yurayt, 2017. 250 p.

Выходные данные статьи:

ГРИГАН, Светлана Александровна; ГРИГАН, Никита Андреевич. Особенности принятия решений в бизнес-системах. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/170>>. Дата доступа

Ласкова Татьяна Сергеевна
кандидат экономических наук, доцент, преподаватель
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г.Ростов-на-Дону, Россия
Laskova_2011@inbox.ru
ORCID iD is 0000-0002-0294-5492

Шаповалов Владимир Сергеевич
студент
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г.Ростов-на-Дону, Россия
vlsshapovalov@mail.ru

Скрементова Алина Александровна
студентка
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г.Ростов-на-Дону, Россия
a.skrementova22@mail.ru

**Автотранспортная инфраструктура г. Ростова-на-Дону:
современное состояние, проблемы и перспективы развития**

В статье рассматриваются ключевые проблемы, и основные перспективы развития наиболее проблемной части транспортной инфраструктуры, как Ростовской области, так и Российской Федерации в целом – автотранспорта. Для наиболее полного понимания проблемы были исследованы ее основные составляющие и в дальнейшем были выявлены и проанализированы возможности модернизации инфраструктуры. В дополнение ко всему был проанализирован вклад проведения Чемпионата мира по футболу 2018 в развитие автотранспортной инфраструктуры Ростова-на-Дону. Для контраста в вопросе транспортного дисбаланса было решено провести сравнение с другим городом-организатором Чемпионата мира по футболу 2018 Волгоградом. Так же был рассмотрен ряд проектов по модернизации автотранспортной инфраструктуры, которые разрабатываются правительством области и государством. Особое

внимание уделяется анализу данных анкетирования о состоянии городской транспортной инфраструктуры.

Ключевые слова: автотранспортная инфраструктура, транспорт, инфраструктура

Tatyana S. Laskova

PhD in Economics, Associate Professor
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
ORCID iD is 0000-0002-0294-5492
laskova_2011@inbox.ru

Vladimir S. Shapovalov

Student
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
vlsshapovalov@mail.ru

Alina A. Skrementova

Student
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
a.skrementova22@mail.ru

Auto transport infrastructure of Rostov-on-Don: The present condition, problems and development prospects

The article regarded the main issues and development prospects of the most problematic part of the transport infrastructure both Rostov-on-Don and Russia Federation auto transport. Its main components are investigated and the possibilities of modernization are revealed. In addition was analyzed the contribution of the FIFA World cup 2018 to the development of auto transport infrastructure. For contrast in issue of transport imbalance it was decided to compare Rostov-on-Don and Volgograd. Also, it included information about some state programs of modernization of avto transport infrastructure. Particular

attention is paid to the analysis of the survey data about the condition of the auto transport infrastructure.

Keywords: auto transport infrastructure, transport, infrastructure

Автотранспортная инфраструктура — это разновидность транспортной инфраструктуры, которая выполняет перевозки и обеспечивает их выполнение и обслуживание посредством автомобильного транспорта. Автотранспортная инфраструктура выполняет ряд важных задач, к которым можно отнести удовлетворение потребностей субъектов экономики в автотранспортных объектах, формирование автотранспортной сети региона, повышение конкурентоспособности и уровня социального и экономического развития региона [1].

Состояние автотранспортной инфраструктуры традиционно является одной из проблемных зон, как в регионе, так и в стране в целом. В г. Ростове-на-Дону сформировался целый ряд комплексных проблем. Во-первых, присутствует ярко выраженный транспортный дисбаланс, проявляющийся в том, что в настоящий момент структура общественного пассажирского автомобильного транспорта представлена 443 автобусами большой вместимости и 750 автобусами малой вместимости. Для нормального функционирования общественного транспорта требуется 631 большой автобус и 458 малых исключительно на тех маршрутах, где автобусы не смогут по разным причинам проехать. Так же для комфорта пассажиров требуется развитие других видов общественного транспорта, например, трамваев (по данным на 2017 год в Ростове-на-Дону курсируют 62 трамвайные единицы), которых недостаточно для города[2]. В решении данной проблемы Ростову-на-Дону следует брать пример с г. Волгограда, где

до недавнего времени тоже была проблема с транспортным дисбалансом, которую власти смогли решить.

Во-вторых, к проблеме общественного городского транспорта можно отнести степень его модернизированности, комфорта и безопасности. Если брать рейтинг степени модернизации транспорта сайта «domofond.ru»[3], столица Дона занимает 56 позицию из ста. Заместитель главы администрации г. Ростова-на-Дону по транспорту и дорожному хозяйству Евгений Лебедев, оценил состояние общественного транспорта в донской столице как «ужасное»[4].

В-третьих, неудовлетворительное состояние дорожного полотна. В Ростове-на-Дону насчитывается 1509 улиц. Общая протяженность городских дорог составляет 1170 км, что соответствует более чем 20 млн. кв.м. площади. В последние десять лет состояние дорожного полотна только ухудшалось, но на данный момент благодаря реализации ряда программ можно сказать, что ситуация начинает постепенно выравниваться. Одной из таких программ является «Карта убитых дорог»[5], разработанная Общероссийским народным фронтом, главными задачами которой является улучшение состояние дорожного полотна по всей стране с учетом мнения граждан. Опираясь на данные ОНФ, можно отметить, что всего 120 км. дорог в Ростове-на-Дону считаются «убитыми», а 670 км модернизированными. Благодаря этому по сравнению с 2015 годом в рейтинге состояния дорожного покрытия город поднялся на 37 строчек и занимает 44 место, что говорит о том, что состояние дорожного полотна в донской столице постепенно приходит в норму[6].

С целью более полного выявления современных проблем автотранспортной инфраструктуры Ростова-на-Дону было решено проанализировать мнение горожан путем прямого анкетирования двух

категорий. Один опрос опирался на слушателей Федеральной программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации по направлению «Менеджмент», обучающихся в Южном федеральном университете в 2017-2018 учебном году (целевая группа – руководители предприятий Ростова-на-Дону и области), имеющих личный автотранспорт и передвигающиеся на нем, что позволило выявить их мнение о состоянии дорожного полотна и загруженности дорог донской столицы[7]. Второй опрос опирался на студентов экономического факультета Южного федерального университета, ежедневно пользующихся общественным городским транспортом, что позволило выявить его основные проблемные зоны [8]. В каждом из опросов с помощью Google-форм приняли участие около 50 человек.

Большинство участников первого опроса были люди от 26 до 35 лет (примерно 54% от общего количества опрошенных), добирающиеся ежедневно на работу или в ВУЗ на личном транспортном средстве (87% респондентов) в течение 1 часа (72% опрошенных).

На вопрос «Оцените состояние безопасности дорожного движения в Ростове-на-Дону и Ростовской области по пятибалльной шкале» 46% респондентов отметили удовлетворительную ситуацию в этой сфере внутри города (см. Рисунок 1.), в Ростовской области ситуация практически такая же, большинство опрошиваемых, а именно 41%, считают состояние безопасности удовлетворительным (см. Рисунок 2.). Но при этом, анализируя полученные результаты нельзя считать, что это хорошие показатели, так как не малая часть жителей Дона склонна считать, что состояние дорог либо неудовлетворительное, либо и вовсе плохое.

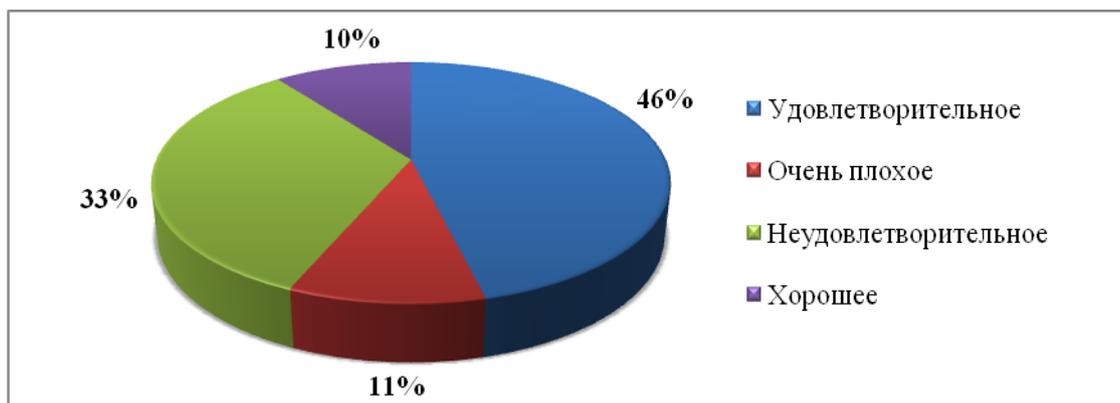


Рисунок 1 - Оценка состояния безопасности дорожного движения в г. Ростове-на-Дону (составлено автором по результатам анкетирования)

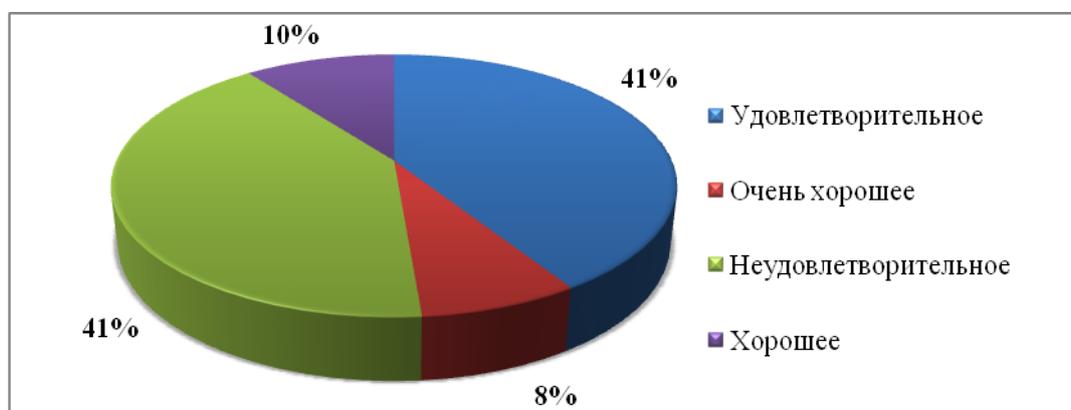


Рисунок 2 - Оценка состояния безопасности дорожного движения в Ростовской области (составлено автором по результатам анкетирования)

На вопрос «Насколько загружены дороги г. Ростова-на-Дону?» подавляющее число опрошенных 87% ответили, что дороги сильно загружены (см. Рисунок 3.). Отсюда следует, что дорожным ведомствам следует задуматься о ситуации с пробками на дорогах Донской столицы и приступить к созданию проектов по нормализации ситуации проблемных участков автодорог посредством строительства новых развязок, расширения существующих дорог и т.д.

На дорогах Ростовской области дела с загруженностью дорог обстоят лучше, так 72% респондентов считают, что загруженность более умеренная (см. Рисунок 4.).

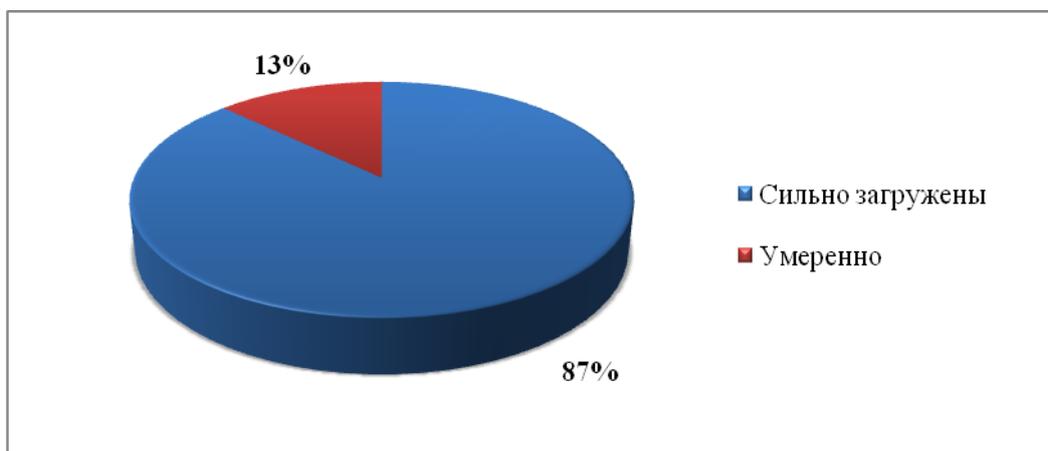


Рисунок 3 - Насколько загружены дороги Ростова-на-Дону (составлено автором по результатам анкетирования)

Далее участникам опроса должно было предложено оценить состояние дорог Ростова-на-Дону и Ростовской области.

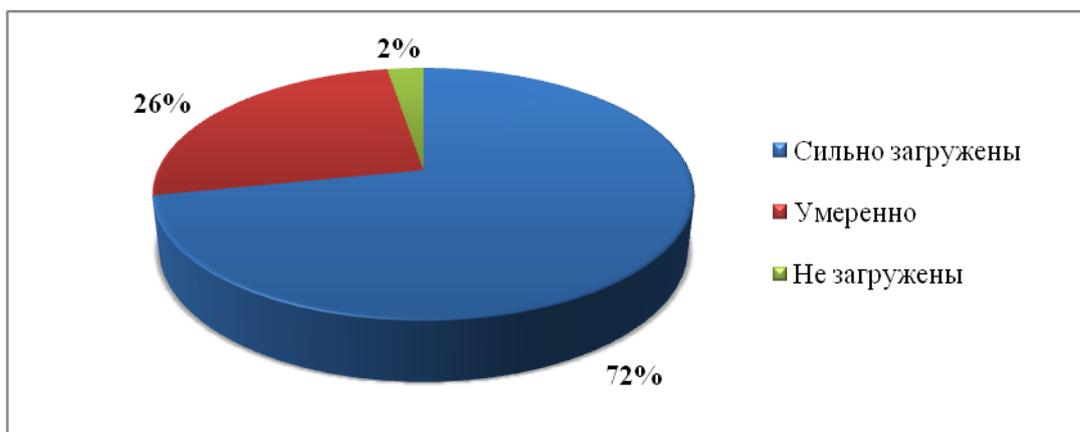


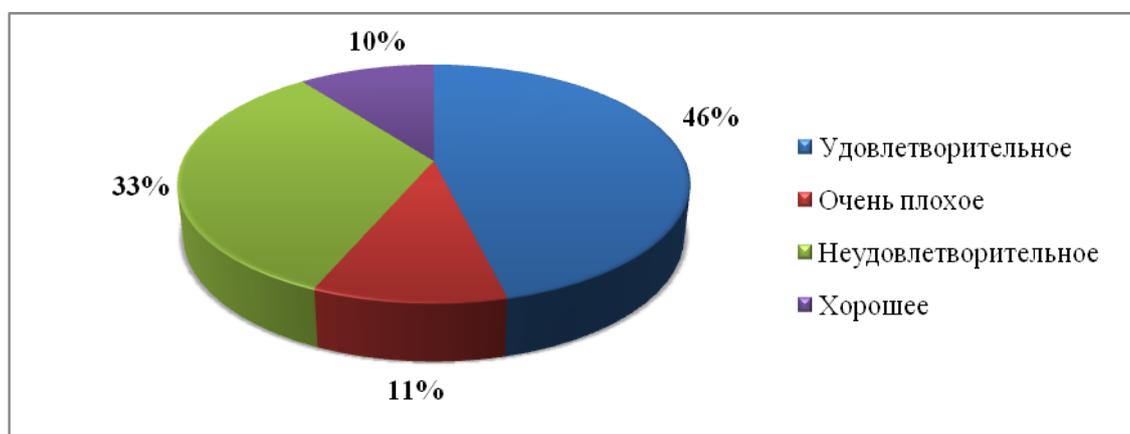
Рисунок 4 - Насколько загружены дороги Ростовской области (составлено автором по результатам анкетирования)

Почти половина опрошенных респондентов (46%) отмечают, что состояние дорог в Ростове-на-Дону удовлетворительное (см. Рисунок 5.), но в тоже время, опрошенные считают, что состояние дорог в области немного

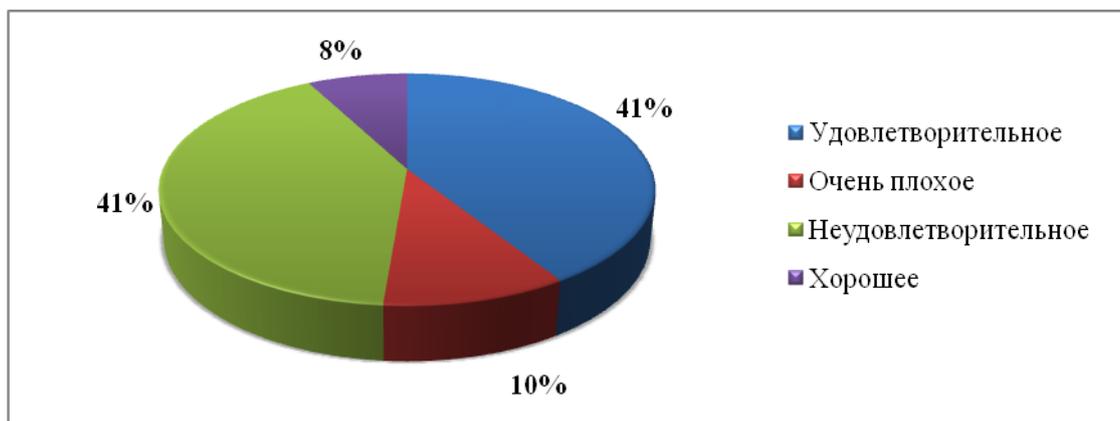
хуже, 41% процент опрошенных респондентов, считают состояние дорожного полотна удовлетворительным (см. Рисунок 6.). Таким образом, данные опроса подтверждают, что состояние дорог на Дону далеко не в лучшем состоянии.

На вопросы «Удовлетворены ли вы качеством проведенных ремонтных работ на улично-дорожной сети в Ростове-на-Дону?» и «Удовлетворены ли Вы качеством проведенных ремонтных работ на улично-дорожной сети в Ростовской области?» в ходе опроса были получены практически идентичные ответы.

Так в Ростове-на-Дону 82% не удовлетворены качеством проведенных ремонтных работ и так же в Ростовской области 82% не удовлетворены проведенными работами. Так и есть, потому что в основном на Дону после проведенных работ дороги либо становятся хуже, либо приходят в неудовлетворительное состояние после недели эксплуатации.



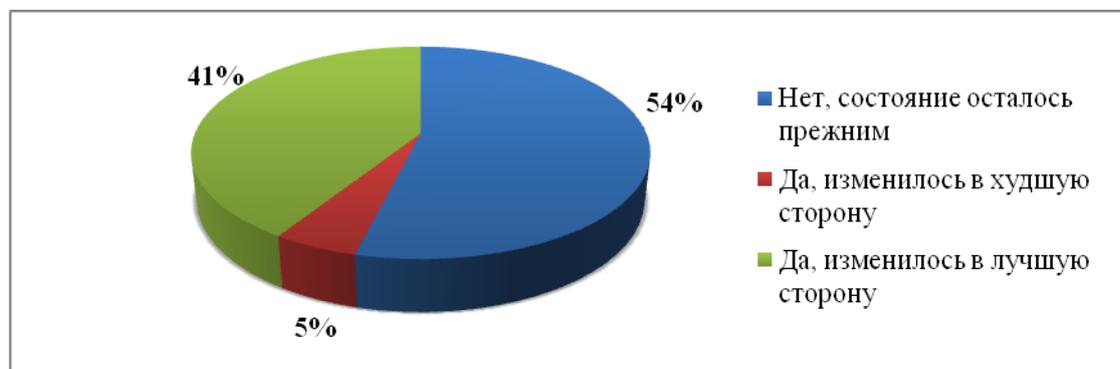
**Рисунок 5 - Оценка состояния дорог в Ростове-на-Дону
(составлено автором по результатам анкетирования)**



**Рисунок 6 - Оценка состояния дорог в Ростовской области
(составлено автором по результатам анкетирования)**

Как показали результаты вопроса «Изменилось ли состояние дорог в связи с проведением в нашем городе Чемпионата мира по футболу 2018?» больше половины респондентов 54% (см. Рисунок 7.) считают, что состояние дорог осталось на прежнем уровне, хотя были проведены работы и построены новые развязки.

В заключительных вопросах анкетирования респонденты оценили работу дорожно-транспортных служб в Ростове и Ростовской области.



**Рисунок 7 - Изменилось ли состояние дорог в связи с проведением в городе Чемпионата мира по футболу 2018
(составлено автором по результатам анкетирования)**

По итогам опроса были получены совершенно противоположные результаты. Большинство людей считают, что работа дорожно-транспортных

служб в Ростове-на-Дону неудовлетворительная 36% (см. Рисунок 8.), в то время как в Ростовской области большинство опрошенных респондентов считает, что работа удовлетворительная 44% (см. Рисунок 9.).

В опросе о состоянии общественного транспорта в Ростове-на-Дону и области первые вопросы так же были про пол и возраст участников. Таким образом, удалось выяснить, что большинство участников опроса девушки от 18 до 20 лет.

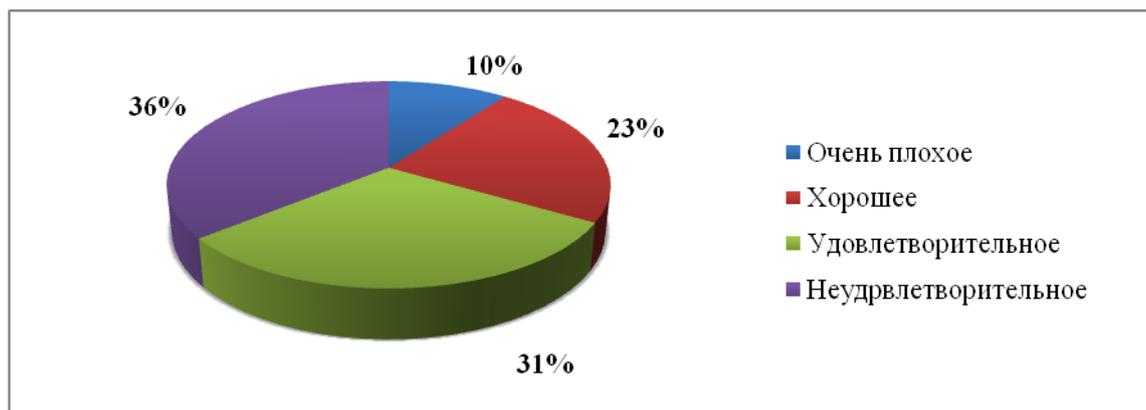


Рисунок 8 - Оценка работы дорожно-транспортных служб в Ростове-на-Дону (составлено автором по результатам анкетирования)

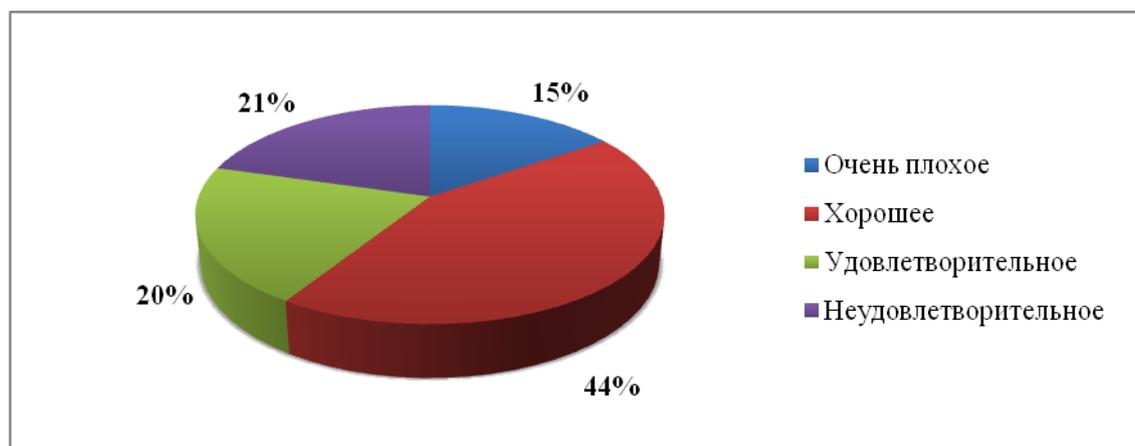


Рисунок 9 - Оценка работы дорожно-транспортных служб в Ростовской области (составлено автором по результатам анкетирования)

На вопросы: «К какой категории участника дорожного движения Вы относитесь?», и «Как вы добираетесь в ВУЗ?» были получены следующие результаты. Большинство респондентов являются пешеходами(84%) которые добираются в ВУЗ на общественном транспорте(84%).

На вопросы: «Оцените состояние общественного транспорта в Ростовской области?» (см. Рисунок 10.) и «Оцените состояние общественного транспорта в Ростове-на-Дону» (см. Рисунок 11.), респонденты ответили одинаково.

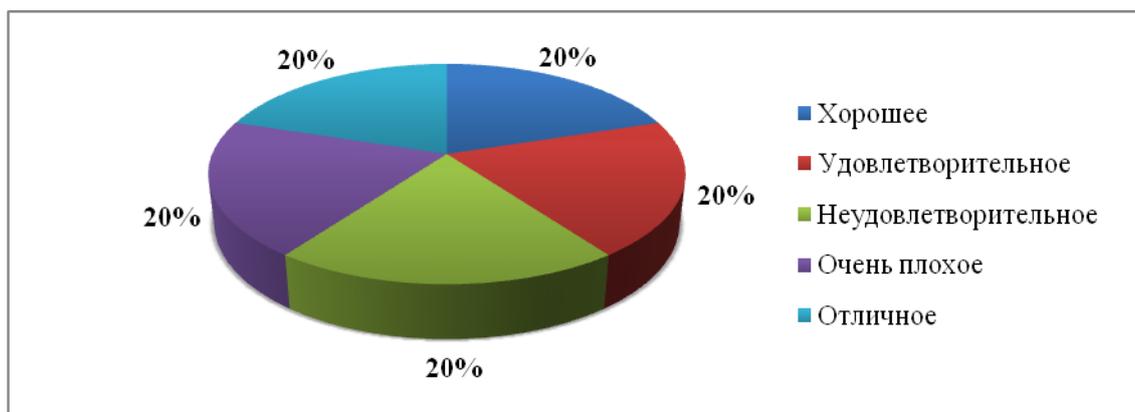
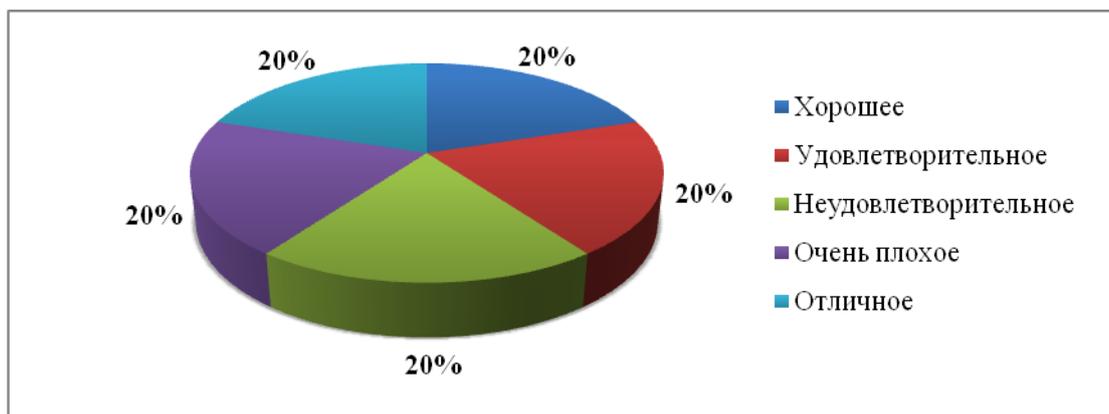


Рисунок 10 - Оценка состояния транспорта в Ростове-на-Дону (составлено автором по результатам анкетирования)

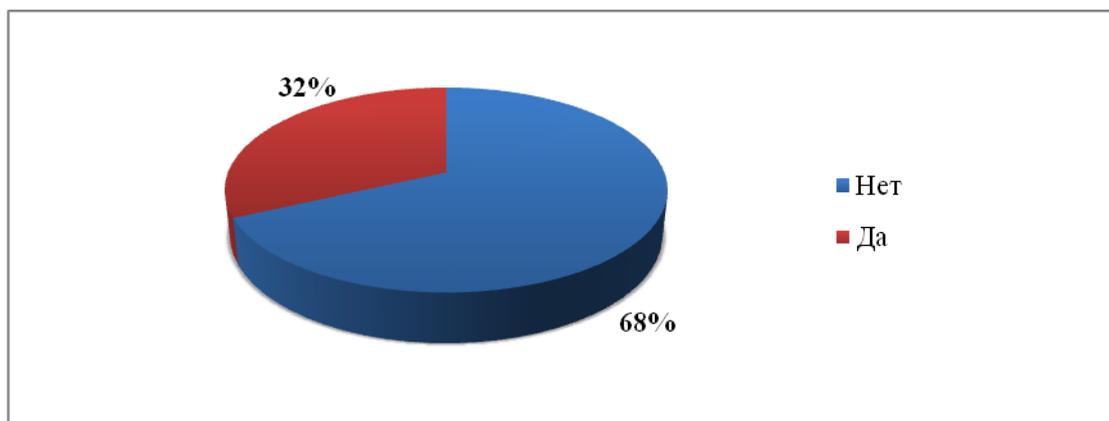
Далее были получены ответы на вопросы «Соответствует ли соотношение цена/качества в общественном транспорте Ростовской области?» и «Соответствует ли соотношение цена/качества в общественном транспорте Ростова-на-Дону?». Проанализировав данные вопросы, было выявлено, что как в Ростовской области соотношение цены качества не соответствует (72%) против (28%), так и в Ростове-на-Дону (83%) против (17%).



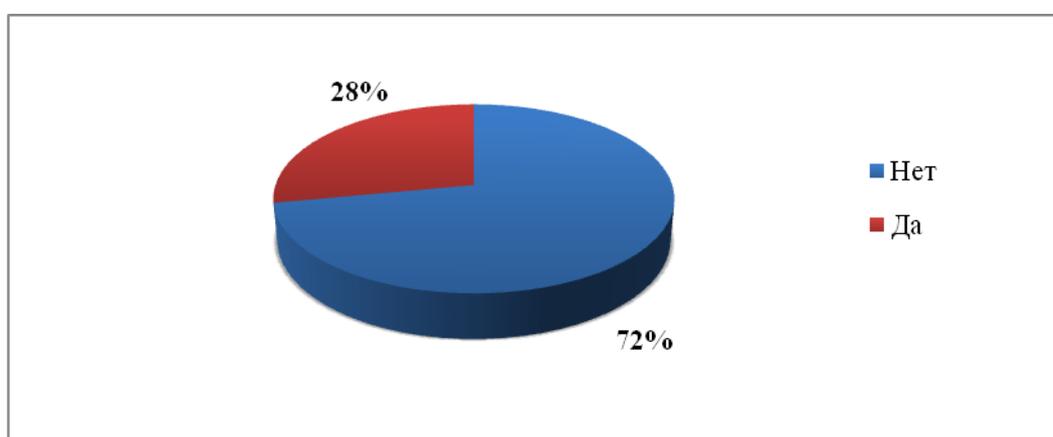
**Рисунок 11 - Оценка состояния транспорта в Ростовской области
(составлено автором по результатам анкетирования)**

Проведя исследование, было выявлено то, что 68% жителей Дона считают местный транспорт неудобным (см. Рисунок 12.) и 72% жителей не устраивает персонал, который обслуживает их в общественном транспорте (см. Рисунок 13.).

Далее респондентам было предложено оценить состояние безопасности транспорта как Ростова-на-Дону, так и области в целом. Так вот если в Ростовской области транспорт можно считать более-менее безопасным, здесь 64% считают, что транспорт небезопасен, а 36% считают, что безопасен, то в Ростове-на-Дону (см. Рисунок 14.) практически все респонденты считают транспорт небезопасным 83% против 17% (см. Рисунок 15.).



**Рисунок 12 - Удобно ли жителям Ростова-на-Дону перемещаться на общественном транспорте
(составлено автором по результатам анкетирования)**



**Рисунок 13 - Устраивают ли жителей Ростова-на-Дону водители, которые работают в маршрутных такси или автобусах
(составлено автором по результатам анкетирования)**

С этим тяжело не согласиться, когда каждый день в социальных сетях появляется информация, связанная с поломками в общественном транспорте.

В заключение опроса респонденты отвечали на вопрос «Изменилось ли состояние общественного транспорта по сравнению с прошлым годом?». Ответы на данный вопрос напрямую отражают ситуацию, сложившуюся с автотранспортной инфраструктурой, потому что только 4% считают, что

состояние стало лучше, 80% считают, что осталось прежним, а оставшиеся респонденты сказали, что состояние стало только хуже.

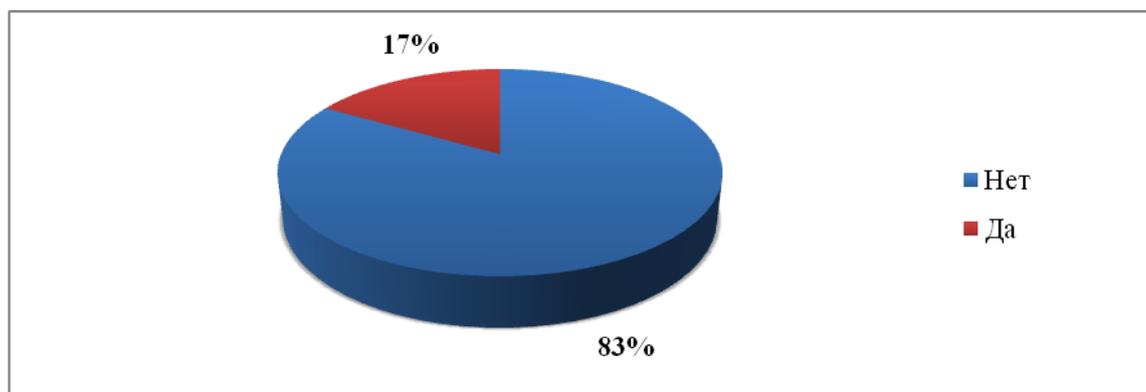


Рисунок 14 - Считают ли жители общественный транспорт Ростова-на-Дону безопасным (составлено автором по результатам анкетирования)

Таким образом, проанализировав результаты опросов, удалось подтвердить, что автотранспортная инфраструктура в Ростове-на-Дону и Ростовской области находится далеко не в лучшем состоянии и не важно, к какой категории вы относитесь.

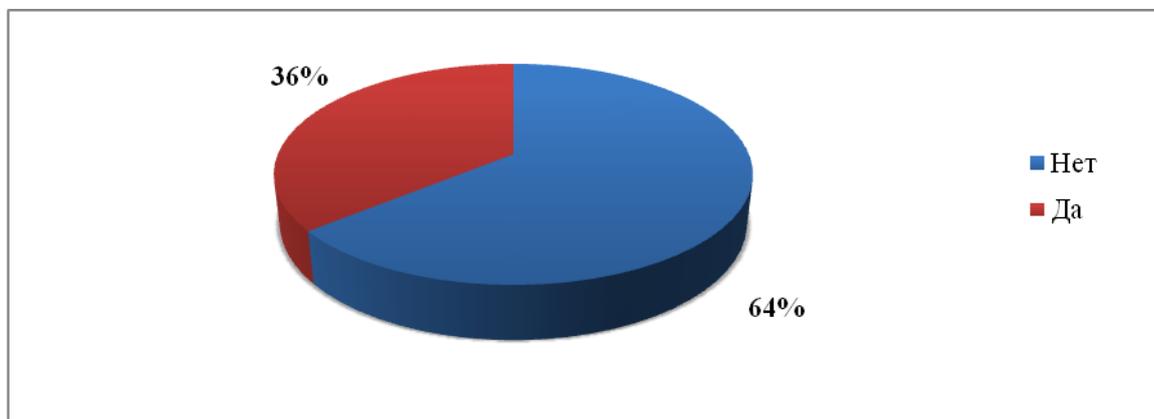


Рисунок 15 - Считают ли жители безопасным транспорт Ростовской области (составлено автором по результатам анкетирования)

Таким образом, проанализировав результаты опросов, удалось подтвердить, что автотранспортная инфраструктура в Ростове-на-Дону и

Ростовской области находится далеко не в лучшем состоянии и не важно, к какой категории вы относитесь.

Для Ростова-на-Дону развитие автотранспортной инфраструктуры входит в список приоритетных задач. Поэтому для решения проблем, связанных автотранспортом разрабатываются различные программы, в том числе и на государственном уровне. Государственная программа Ростовской области «Развитие транспортной системы»[9] является наиболее важной из них. Основной целью данной программы является создание условий для устойчивого функционирования транспортной системы Ростовской области, развитие новых видов городского внеуличного общественного транспорта (метро), повышение уровня безопасности движения.

Так же Ростовская область должна следовать государственным стандартам, согласно которым региональные власти должны довести долю дорог, соответствующих нормативам, до 50% к 2018 году и до 85% к 2025 году.

Вклад проведения Чемпионата мира по футболу 2018 в развитие автотранспортной инфраструктуры трудно переоценить. На реализацию проектов по реконструкции и модернизации города было выделено в общем 90 млрд. рублей. В число программ по модернизации транспорта и дорог к чемпионату мира 2018 входили проекты:[10].

1. Реализация проекта «Безопасные и качественные дороги» по которому проводится реконструкция дорог протяженностью 111 километров и общей площадью 1,5 млн кв.м, в том числе в центральной части города.

2. Обновление Ворошиловского моста. Реконструкция моста предполагает создание на его месте двух новых полноценных мостов. Первый из них был открыт в августе этого года.

3. Постройка Западного и Южного транспортного обхода Ростова-на-Дону. Также запланирован проект по строительству подъезда со стороны трассы М-4 «Дон» к новому аэропорту «Платов»

4. Обновление автотранспортного парка. Благодаря этому в строй войдут 70 новых троллейбусов, 73 трамвая, 320 обычных автобусов и 100 автобусов с повышенной комфортностью. К «Ростов арене» зрители смогут добраться на автобусах шаттлах и впервые Ростовские власти намерены свести к минимуму использование маршрутных такси и воспользоваться услугами автотранспорта с наибольшей вместимостью.

Таким образом, на данный момент не только Ростов-на-Дону обладает слаборазвитой автотранспортной системой, но и страна в целом. Но, несмотря на все проблемы, существуют выходы из сложившейся ситуации. Во-первых, ряд как региональных, так и государственных программ может сформировать предпосылки для развития автотранспорта. Во-вторых, проведения Чемпионата мира 2018 благоприятно повлияло на автотранспортную инфраструктуру. По итогу была осуществлена масштабная модернизация общественного транспорта (в 2017-2018 годах приобрели 200 единиц автобусов большой вместимости), а так же была проведена реконструкция дорог по большей мере находящихся на территории около стадиона: это реконструкция мостового перехода через реку Дон в створе проспекта Ворошиловского, строительство улицы от южного подъезда до Левобережной, капитальный ремонт автодороги Левобережная - Чемордачка.

Список источников и литературы:

1. Абакумов Г. В. Элементы транспортной инфраструктуры. Автомобильные дороги. // Тюменский государственный нефтегазовый университет. - 2012. – 103с.

2. Гарибян М., Горбатова В., Данильчук Е., Зими́на Д., Кругликов М., Кушнерёва С., Меркулова О., Неменова Е., Сюнетджьянц В., Фурманова А. Ростов разворошил общественный транспорт // Журнал «Эксперт Юг». - 2017. - № 339(1). URL: <http://expert.ru/south/2017/01/rostov-razvoroshil-obschestvennyj-transportx/> (дата обращения 05.04.2018).
3. Рейтинг 100 крупнейших населенных пунктов Российской Федерации по качеству работы общественного транспорта [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://www.domofond.ru/statya/elektrichka_hodit_raz_v_chas/6704 (дата обращения 05.04.2018).
4. Законодательное собрание Ростовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://zsro.ru/press_center/news/1/19045/?print=Y (дата обращения 04.04.2018).
5. Проект общероссийского народного фронта «Дорожная инспекция ОНФ / Карта Убитых Дорог» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://dorogi-onf.ru/> (дата обращения 04.04.2018)
6. Газета.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gazeta.ru/auto/2018/06/04_a_11786035.shtml (дата обращения 10.06.2018).
7. Анкетирование на тему: "Состояние дорог в Ростове-на-дону и области" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docs.google.com/forms/d/1GkBVb4gjKS5cGPojuCDa11c8nBVm-asOp83teouKPYw/viewform?edit_requested=true (дата обращения 25.02.2018)
8. Анкетирование на тему: " Состояние общественного транспорта в Ростове-на-дону и области" [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

https://docs.google.com/forms/d/16G0lrxbc0_MIDZXzjSIy1ZwUxdHZDi3VvpS4eC-9IWc/edit (дата обращения 27.02.2018).

9. Государственная программа Ростовской области «Развитие транспортной системы» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://mindortrans.donland.ru/Default.aspx?pageid=125059> (дата обращения 28.03.2018).

10. Инвестиции и инновации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investrostov.ru/pages/chempionat-mira-po-futbolu-v-rostove-na-donu> (дата обращения 04.04.2018)

References

1. Abakumov G. V. E`lementy` transportnoj infrastruktury`. Avtomobil`ny`e dorogi. Tyumenskij gosudarstvenny`j neftegazovy`j universitet. 2012. 103p.

2. Garichyan M., Gorbatova V., Danil`chuk E., Zimina D., Kruglikov M., Kushneryova S., Merkulova O., Nemenova E., Syunetdzh`yancz V., Furmanova A. Rostov razvoroshil obshhestvenny`j transport. Zhurnal «E`kspert Yug». 2017. № 339(1). URL: <http://expert.ru/south/2017/01/rostov-razvoroshil-obshchestvennyij-transportx/> (accessed on 05.04.2018).

3. Rejting 100 krupnejshix naselenny`x punktov Rossijskoj Federacii po kachestvu raboty` obshhestvennogo transporta. Available at: https://www.domofond.ru/statya/elektrichka_hodit_raz_v_chas/6704 (accessed on 05.04.2018).

4. Zakonodatel`noe sobranie Rostovskoj oblasti. Available at: http://zsro.ru/press_center/news/1/19045/?print=Y (accessed on 04.04.2018).

5. Proekt obshherossijskogo narodnogo fronta «Dorozhnaya inspeksiya ONF. Karta Ubity`x Dorog». Available at: <http://dorogi-onf.ru/> (accessed on 04.04.2018)

6. Gazeta.ru. Available at:
https://www.gazeta.ru/auto/2018/06/04_a_11786035.shtml (accessed on 10.06.2018).

7. Anketirovanie na temu: "Sostoyanie dorog v Rostove-na-donu i oblasti". Available at:
https://docs.google.com/forms/d/1GkBVb4gjKS5cGPojuCDaI1c8nBVm-asOp83teouKPYw/viewform?edit_requested=true (accessed on 25.02.2018)

8. Anketirovanie na temu: " Sostoyanie obshhestvennogo transporta v Rostove-na-donu i oblasti". Available at:
https://docs.google.com/forms/d/16GOLrxbc0_MIDZXzjSIy1ZwUxdHZDi3VvpS4eC-9IWc/edit (accessed on 27.02.2018).

9. Gosudarstvennaya programma Rostovskoj oblasti «Razvitie transportnoj sistemy`». Available at:
<http://mindortrans.donland.ru/Default.aspx?pageid=125059> (accessed on 28.03.2018).

10. Investicii i innovacii. Available at:
<http://investrostov.ru/pages/chempionat-mira-po-futbolu-v-rostove-na-donu> (accessed on 04.04.2018)

Выходные данные статьи:

ЛАСКОВА, Татьяна Сергеевна; ШАПОВАЛОВ, Владимир Сергеевич; СКРЕМЕНТОВА, Алина Александровна. Автотранспортная инфраструктура г. Ростова-на-Дону: современное состояние, проблемы и перспективы развития. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/174>>. Дата доступа

Мартыненко Алексей Сергеевич

Студент бакалавриата
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
amartynenko.1997@bk.ru

Жабинская Инна Сергеевна

Студентка бакалавриата
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
inna-zhabinskaya@yandex.ru

**Концепция природы, открытия, передачи информации и знания в
австрийской экономической теории**

Статья посвящена выявлению роли знаний и информации в экономике с позиции Австрийской экономической школы. Представлены типы знаний, выделяемые «австрийскими» экономистами, рассмотрена роль предпринимательства и конкуренции в создании новых знаний и значение механизма цен как инструмента передачи информации и координации.

Ключевые слова: знание; информация; австрийская школа экономики, неявное знание; методологический субъективизм.

Martynenko Alexey

Student of a bachelor degree
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
amartynenko.1997@bk.ru

Zhabinskaya Inna

Student of a bachelor degree
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
inna-zhabinskaya@yandex.ru

**The concept of nature, discovery, transfer of information and
knowledge in Austrian economic theory**

The article is devoted to identifying the role of knowledge and information in the economy from the perspective of the Austrian school of Economics. The article presents the types of knowledge allocated by "Austrian" economists, the role of entrepreneurship and competition in the creation of new knowledge and the value of the price mechanism as a tool for information transfer and coordination.

Keywords: knowledge; information; the Austrian school of Economics; tacit knowledge; methodological subjectivism.

В рамках неоклассической экономической теории главным действующим лицом является Homo economicus. В этой модели поведения человека (для ее обозначения используется акроним REMM – изобретательный, оценивающий, максимизирующий человек) предполагается, что индивид обладает полной, объективной и непротиворечивой информацией о целях и средствах. Однако в ряде неортодоксальных течений экономической мысли считается, что подобная глобальная осведомленность не соответствует действительности. В частности, в неоинституциональной экономике принята предпосылка ограниченности информации [7, с. 35].

В последствие, в экономической теории стали учитывать ситуации, когда одна из сторон сделки обладает более полной информацией, чем ее контрагент, то есть осуществлять анализ рынков с асимметричной информацией, за что Джорджу Акерлофу в 2001 году была присуждена нобелевская премия по экономике.

В настоящее время в рамках неоклассики информация рассматривается как объективная категория, фактор производства, товар, который торгуется на рынке, и решение о покупке или продаже которого, принимается в соответствии с принципом максимизации [6, с. 11].

Подход австрийской школы к природе информации и знания, их возникновению и передаче сильно отличается от подходов, используемых другими течениями экономической мысли. Для «австрийцев» знание является важным объектом исследований, а способность успешной координации фрагментарной и распыленной информации – одним из ключевых показателей успешности экономической системы. Экономисты австрийской школы распространяют принципы субъективизма на информацию и знание, разграничивают их, выделяют разные типы знаний, демонстрируют роль предпринимательства и конкуренции в создании новых знаний. Цель статьи – представить основные теоретические выводы представителей австрийской школы по отношению к данным категориям.

Типы знаний

Австрийская экономическая школа использует праксиологический подход к анализу человеческой деятельности, который включает принципы методологического субъективизма [2, с. 103]. По отношению к такой категории, как информация, это означает, что она, хоть и не является по своей природе субъективной, всегда воспринимается субъективно, так как каждый получатель истолковывает ее, исходя из личного опыта, знаний, мировоззрения. Также степень релевантности информации для индивида может зависеть от окружающей его институциональной среды. Из этого следует, что все индивиды всегда действуют в условиях асимметрии информации, даже если она аналогична для всех. Знание субъективно по своей природе, существует в голове у определенного субъекта [7, с. 37].

Представители австрийской школы выделяют знания типов «А» и «Б». Знание «А» является: практическим – приобретаемым в ходе практической деятельности; неявным (неартикулируемым) – не поддающимся формализации и выражению словами, в результате возникают сложности в

передаче знания другим субъектам; рассеянным – «распыленным» среди большого числа индивидов. Знание «Б» противоположно: оно является научным, централизованным, артикулируемым [6, с. 29].

По мнению «австрийцев», для человеческой деятельности определяющим является не столько научное, сколько практическое знание – то, которое не поддается формализации, преимущественно неявное, неартикулируемое, приобретаемое в ходе повседневных действий в различных ситуациях, то есть на практике [6, с. 30]. К данному виду знаний можно отнести те, которые Фридрих Хайек назвал «знаниями особых условий времени и места» [4]. Это, например, знание менеджера о том, как лучше использовать наилучшие качества какого-либо работника, для повышения его производительности, или извлечение выгод из лучшего знания транспортной логистики.

Так как восприятие информации субъективно, то каждый индивид является носителем, хоть небольшого количества, но уникальных, эксклюзивных практических знаний, которыми обладает только он. Каждый субъект осуществляет деятельность сугубо индивидуально, неповторимым образом, а потому важно использовать знания всех членов общества.

Роль предпринимательства и конкуренции в создании новых знаний

В неоклассике предприниматель (а именно, предпринимательские способности) является лишь фактором производства, а его доход – оплатой этого фактора или же вознаграждением за принятие рисков. В рамках же австрийской школы экономики предпринимательство является главной движущей силой рыночного процесса, а сам предприниматель получает чистую предпринимательскую прибыль – вознаграждение за обнаруженную возможность для получения выгоды в неравновесных ситуациях [1, с. 93].

Таким образом, предпринимательская деятельность заключается в том, чтобы найти ошибку в текущей ситуации, и использовать ее для получения прибыли (то есть устранить ошибку), тем самым, подталкивая рынок к состоянию равновесия, в чем заключается ее (предпринимательской деятельности) координирующая роль. В момент, когда предприниматель нашел эту ошибку, понял, как ее можно использовать для собственной выгоды, и сделал это, он порождает информацию и знание, и подобным созданием сопровождается каждый акт предпринимательства.

Новое знание может рождаться в процессе конкуренции, которую Хайек сформулировал как процедуру открытия. Результаты конкуренции невозможно предсказать, иначе она не имела бы смысла, и, более того, была бы расточительной тратой ресурсов. Конкуренция – катализатор поисковой активности для выявления нового знания о предпочтениях, технологиях, ресурсах, а также об их эффективном распространении и использовании, что могло бы принести предпринимателю экономическую выгоду [3, с. 17].

Механизм цен как инструмент передачи информации и координации

Субъективность информации, ее распыленность, рассеянность и фрагментарность знания порождает вопрос о том, как происходит взаимодействие акторов, приводящее к результатам, будто они действовали по одной, заранее составленной схеме?

По мнению Хайека, это происходит благодаря действию рыночного механизма, который лучше всего справляется данной задачей [3, с. 18]. Он является координационным механизмом, способствующим тому, чтобы субъективные ожидания индивидов, основанные на их субъективных знаниях о действиях других членов общества по поводу совершения сделок, в большинстве случаев могли реализовываться [5]. Иными словами, если актор

нуждается в каком-либо ресурсе, а у другого индивида этот ресурс имеется в избытке, то с большой долей вероятности между ними может состояться рыночный обмен. «Именно рынок создает необходимые условия для эффективного использования личностного знания, поскольку конкурентная среда наделяет агентов правом свободно распоряжаться располагаемой информацией» [2, с. 106].

Однако возможность координации разрозненных знаний будет недостижима, если участникам рыночных процессов не будет предоставлена информация о текущем состоянии экономической системы. Именно с этой задачей справляется механизм цен, который в виде рыночных цен передает информацию о доступности того или иного блага, о предпочтениях потребителей, о том, что какой-либо ресурс стал более редким, и его необходимо расходовать экономно. Также цены могут сообщить индивидам об увеличении предложения определенных ресурсов, то есть о возможности использовать их для осуществления своих планов, от чего они отказывались, считая, что на рынке этого ресурса недостаточно. Информация, содержащаяся в рыночных ценах, дополняет неявное знание обстоятельств времени и места, благодаря чему индивиды могут осуществлять действия, которые могут принести выигрыш в производительности [3, с. 19].

Список источников и литературы

1. Берри Н.П. Австрийская экономическая школа: расхождения с ортодоксией // Панорама экономической мысли конца XX столетия. – 2002. – С. 81-105.

2. Вольчик В.В. «Затерянный мир» австрийской экономической теории // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2007. – № 3. – С. 101–110.

3. Капелюшников Р. Философия рынка Ф. Хайека // Мировая экономика и международные отношения. – № 12. – С. 15–26.

4. Хайек Ф.А. Использование знания в обществе // Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. – М.: Изограф; Начала-Фонд, 2000.

5. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С. 6-14.

6. Хесус Уэрта де Сото. Австрийская экономическая школа: рынок и предпринимательское творчество. – Челябинск: Социум, 2009. – 202 с.

7. Ширяев И.М. Роль знания и информации в экономике с позиций методологического субъективизма // Экономика знаний: инновационная экосистема и новая индустриализация региона. – 2017. – С. 33–42.

References

1. Berri N.P. Avstriyskaya ekonomicheskaya shkola: raskhozhdeniya s ortodoksiyey. Panorama ekonomicheskoy mysli kontsa XX stoletiya. 2002. Pp. 81-105.

2. Vol'chik V.V. «Zateryannyu mir» avstriyskoy ekonomicheskoy teorii. Ekonomicheskij vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta. 2007. № 3. Pp. 101–110.

3. Kapelyushnikov R. Filosofiya rynka F. Khayeka. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. № 12. Pp. 15–26.

4. Khayek F.A. Ispol'zovanie znaniya v obshchestve. Khayek F.A. Individualizm i ekonomicheskij poryadok. M.: Izograf; Nachala-Fond, 2000.

5. Khayek F. Konkurenciya kak protsedura otkrytiya. Mirovaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya. 1989. №12. Pp. 6-14.

6. Khesus Uerta de Soto. Avstriyskaya ekonomicheskaya shkola: rynek i predprinimatel'skoe tvorchestvo. Chelyabinsk: Sotsium, 2009. 202p.

7. Shiryayev I.M. Rol' znaniya i informatsii v ekonomike s pozitsiy metodologicheskogo sub"ektivizma. Ekonomika znaniy: innovatsionnaya ekosistema i novaya industrializatsiya regiona. 2017. Pp. 33–42.

Выходные данные статьи:

МАРТЫНЕНКО, Алексей Сергеевич; ЖАБИНСКАЯ, Инна Сергеевна. Концепция природы, открытия, передачи информации и знания в австрийской экономической теории. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/176>>. Дата доступа

Ибрагимов Тимур Газанфарович
магистр,
Экономического факультета
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
tim.ibragimov@mail.ru

Якунина Маргарита Геннадьевна
магистр,
Факультета управления
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
lady.jakunina@yandex.ru

Коцкий Роман Владиславович
магистр,
Экономического факультета
ФГАОУ ВО «Южный Федеральный Университет»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
majeru3000@gmail.com

Перспективы развития новых цифровых денег в условиях действующего рынка криптовалюты

В данной статье приведен анализ текущей ситуации на рынке криптовалюты, даны прогнозы по его развитию в 2019 году. Рассмотрены текущие лидеры и выявлены преимущества, необходимые новым цифровым деньгам для завоевания рынка криптовалют.

Ключевые слова: криптовалюта, bitcoin, цифровая валюта, рынок криптовалюты.

Timur G. Ibragimov
Master,
Faculty of Economics
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
tim.ibragimov@mail.ru,

Margarita G. Yakunina
Master,
Faculty of Management
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
lady.jakunina@yandex.ru,

Roman V. Kotskiy
Master,
Faculty of Economics
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
majeru3000@gmail.com

Development Prospects of New Digital Money in The Current Market Cryptocurrency

This article provides an analysis of the current situation on the cryptocurrency market, provides forecasts for its development in 2019. The current leaders are considered and the advantages necessary for the new digital money to conquer the cryptocurrency market are revealed.

Keywords: cryptocurrency, bitcoin, digital currency, cryptocurrency market.

Как принято считать, двадцать первый век - век технологий. Начало этого столетия ознаменовано быстрым развитием информационных, инновационных и цифровых технологий. Предпосылками такого стремительного темпа их развития являются процессы глобализации экономических систем и революции в информационной области. Сегодня большинство компаний находятся в процессе модернизации, то есть внедряют в свою деятельность инновационные технологии. Нововведения затронули также финансовый сектор. Для экономики инновации — это главная движущая сила. И самым известным достижением инновационной

сферы за последние годы, которое оказала большое влияние на экономическую сферу, является изобретение «криптовалюты» (цифровых денег).

Этот новый вид денег появился в 2009 году. Цифровые деньги поменяли формирование денежных систем и сами условия движения денежных средств в глобальной сети. На данный момент самыми известными криптовалютами, которыми пользуются в Сети являются: Bitcoin, Ethereum, Bitcoin Cash, Dash и Ripple.

На данный момент, рынок криптовалюты обладает большим потенциалом развития. К примеру, объем валютного рынка «Forex» оценивается экспертами в 5 трлн. дол., тогда как объем криптовалютного рынка, учитывая небольшой период его жизнедеятельности, составляет уже более 170 млрд. дол.

Bitcoin является первой криптовалютой, она положила начало развитию цифровых денег. В начале своего развития она практически ничего не стоила, так как про нее знали немногие. За 8 лет, с 2009 по 2017 года, эта валюта активно развивалась и возросла в цене до 20 000 дол. за цифровую монету. Подобный неестественный рост произошел из-за того, что у Bitcoin не было конкуренции, она была единственной цифровой валютой во всем мире.

На данный момент курс первой криптовалюты занимает лидирующие позиции на биржевых рынках. Но в будущем есть несколько факторов, которые могут поспособствовать краху Bitcoin'a:

- 1) Технические недостатки. Из-за того, что Bitcoin стал «первопроходцем» в мире криптовалют, в написании кода было совершенно большое количество фундаментальных ошибок и недочетов, которые в будущем могут отрицательно сказаться на развитии данной криптовалюты;

2) Разочарование в криптовалюте. За последний год курс рассматриваемой криптовалюты упал с 17 542 дол. до 3 314 дол. Можно сделать вывод, что Bitcoin теряет свою инвестиционную привлекательность.

3) Появление новой криптовалюты. В связи с тем, что в последнее время криптотехнологии развиваются активными темпами, можно рассчитывать на появление новых игроков на криптобирже, у которых есть все шансы вытеснить нынешнего лидера.

Но несмотря на это на начало 2019 года аналитики прогнозируют рост рынка криптовалют, т.е. рост курса и объемов капитализации путем привлечения новых криптовалют, которые смогут существенно повлиять на всю структуру рынка. Только за декабрь 2018 года на рынке появилось 30 новых криптовалют (Опакити, Камбриа, Гравитикоин, Платинум и т.д.)

Прогнозировать развитие новых криптовалюты можно через анализ других крупных конкурентов, появившихся через некоторое время после распространения Bitcoin'a. Например, Элькоин – криптовалюта, созданная в 2015 году. На момент создания, одна единица Элькоина стоила 2,5 евро. За последний год курс рассматриваемой валюты вырос на 89,3%, и ее капитализация, по состоянию на декабрь 2018 год, составила 84 934.74 дол. Другим примером является Гридкоин, созданная в 2016 году и возросшая на сегодняшний день на 137%. Свою привлекательность для инвесторов она заслужила простотой используемых технологий. Для добывания данной криптовалюты не требовалось специализированное оборудование. Любой желающий мог самостоятельно «майнить» (добывать) ее, из-за чего на сегодняшний день капитализация Гридкоина составляет 2 277 407.15 дол.

Противоположенным примером является криптовалюта Infinitecoin, которая в 2013 году занимала десятое место в биржевом рейтинге криптоденег. На сегодняшний день, из-за обвала данной валюты, ее больше

не существует, и таких примеров достаточное количество. Например, BitConnect- это противоречивая цифровая валюта, которая представляла собой доходную инвестиционную программу, но в конечном итоге объявила о своем закрытии, так как была уличена в незаконном распространении незарегистрированных ценных бумаг под видом токенов. Также она имела сомнительную бизнес-модель, которая была похожа на финансовую пирамиду. Самый высокий курс у BitConnect был зарегистрирован на отметке в 460\$, а к концу существования она стоила уже 0,51\$.

Таким образом, за 2018 год много криптовалют попыталось войти и закрепиться на рынке, но год оказался непростым для разработчиков и инвесторов в цифровые деньги. Многочисленные подъемы и спады курсов самых известных цифровых денег значительно ослабили доверие и к «новичкам», поэтому много перспективных проектов не получили должного инвестирования и не были доведены до реализации.

В настоящее время на рынке капитализации криптовалют происходит перераспределение удельного веса, так как в количестве наименований цифровых денег произошел большой скачок - с 500 до 1170 штук. Также можно отметить, что на конец 2018 года удельный вес капитализации криптовалюты Bitcoin находится на первом месте (54, 22%), а второе место занимает Ethereum (18,43 %). Так на топ-5 наиболее капитализированных и распространенных цифровых денег приходится более 85%.

Таблица 1.1 – Топ-5 криптовалют по капитализации (долл. США) за 2-й квартал 2018 года.

№	Наименование	Символ	Цена, долл. США	Капитализация, долл. США
1	Bitcoin	BTC	7437	127 млрд.
2	Ethereum	ETH	586,7	58,5 млрд.

3	Ripple	XRP	0,65	25,7 млрд.
4	Bitcoin Cash	BCH	1082	18,57 млрд.
5	EOS	EOS	13,20	11,8 млрд.

Но в данный момент наблюдается тенденция постепенного снижения удельного веса Bitcoin, что указывает на перспективность инвестирования в новые криптовалюты. Это связано с тем, что появились новые модели краундфиндингового инвестирования при помощи криптовалют, что получило название «Initial coin offering» (ICO).

Анализ действующего рынка криптовалют демонстрирует растущий спрос и интерес к данному тренду. В начале своего развития в 2013 году рынок капитализации криптоденег достиг отметки в 1,5 млрд. дол. США, а через 5 лет в свой лучший период на рынке цифровой валюты был зарегистрирован феноменальный рост капитализации, который составил более чем 175 млрд. дол. США.



Рисунок 1. - Динамика роста капитализации на рынке криптовалюты с 2013-2018 гг.

Быстрый темп роста цифровых денег не мог быть не замечен регуляторами крупных государств. Но до сих пор многие страны относятся

неоднозначно к криптовалютам: США и Великобритания склоняются к положительной стороне, а Канада и Австралия все еще не видят перспектив в работе с этим новым видом денег. Но есть и государства, которые приняли решения о запрете в своих странах цифровой валюты. В этот список входят такие страны как Индия, Китай, Россия, Швеция, Эквадор, Вьетнам, Исландия. Основанием запретов служит анонимность транзакций, из-за которой не представляется возможным взыскивать налоги или отслеживать покупателя, который приобрел нелегальный товар. Но вскоре ситуация может измениться, так как многие из этих государства еще не подтвердили свое решение официально.

Как было отмечено, рынок криптовалюты с каждым годом наращивал обороты и увеличивал свое состояние. Исходя из этого, можно судить о том, что несмотря на недоверие государств, в ближайшие годы он будет продолжать расти и развиваться. Так как потенциал рынка криптовалюты позволяет не только зарабатывать на нем, но и открыть новые бизнес-ниши для его расширения. В ближайшее время ожидается появление числа новых стартапов, связанных с использованием криптовалюты в различных областях экономики. В ближайшие месяцы уже может быть реализован выпуск банковских карт с криптовалютой, новых приложений, в которых товары и услуги будут продаваться за цифровую валюту. Также будет расширяться список компаний, совершающий свои сделки с помощью цифровых денег.

Таким образом, на сегодняшний день перспективы развития криптовалюты как на международном, так и на российском уровне определяются не только большим потенциалом в международном бизнесе, благодаря ее способности к моментальным транзакциям в любое время суток и из любого места, но и ее защитой от фальшивомонетничества, так как

каждая новая монета генерируется специальным алгоритмом, взломать который невозможно.

Так, основной тенденцией на рынке криптовалют в 2019 году станет решение проблемы масштабируемости. Будут создаваться специальные приложения, которые будут нацелены на то, чтобы сделать криптовалюту доступной каждому. Этот же тренд повлияет на то, какие криптовалюты смогут удержаться на плаву на этом рынке, так как стать лидером сможет любой новичок, который завоевывает доверие людей простотой использования своих цифровых денег. Важными направлениями развития этого рынка также станет расширение сфер применения криптовалют и формирование правил их государственного регулирования.

Список источников и литературы

1. Кешелава, А. В. Введение в «Цифровую» экономику. М.: ВНИИГеосистем, 2017.
2. «SharkFx» - блог для трейдеров и инвесторов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sharkfx.ru/> (дата обращения: 12.12.2018)
3. Шайдуллина, В. К. Рынок Криптовалют: Прогноз Развития / Вестник Университета (Государственный Университет Управления). – 2018. № 4. – С. 140-144.
4. «Vc.ru» — новости о бизнесе и технологиях. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/> (дата обращения: 12.12.2018)
5. «iHodl.com» — новостной и аналитический веб-сайт о технологиях, финансах, мировой экономике, рынке криптовалют и блокчейн-стартапах. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.ihodl.com/> (дата обращения: 12.12.2018)

References

1. Keshelava, A. V. Vvedenie v «Tsifrovuyu» ekonomiku. M. VNIIGeosistem, 2017.
2. «SharkFx» - blog dlya treyderov i investorov. Available at: <https://sharkfx.ru/> (accessed on 12.12.2018)
3. Shaydullina, V. K. Rynok Kriptoalyut: Prognoz Razvitiya / Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyy Universitet Upravleniya). – 2018. № 4. – S. 140-144.
4. «Vc.ru» — novosti o biznese i tekhnologiyakh. Available at: <https://vc.ru/> (accessed on 12.12.2018)
5. «iHodl.com» — novostnoy i analiticheskiy veb-sayt o tekhnologiyakh, finansakh, mirovoy ekonomike, rynke kriptoalyut i blokcheyn-startapakh. Available at: <https://ru.ihodl.com/> (accessed on 12.12.2018)

Выходные данные статьи:

ИБРАГИМОВ, Тимур Газанфарович; ЯКУНИНА, Маргарита Геннадьевна; КОЦКИЙ, Роман Владиславович. Перспективы развития новых цифровых денег в условиях действующего рынка криптовалюты. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/180>>. Дата доступа

Экономико-управленческая практика

Кузнецова Анастасия Андреевна
Магистр, 1 курс, группа м-о-2
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»,
г.Ростов-на-Дону, Россия
Ksanastasia@mail.ru

Сучков Олег Сергеевич
Студент, 3 курс, группа 331-ПРИ
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ) »,
г.Ростов-на-Дону, Россия
olegbeltion@gmail.com

Психология цвета в маркетинге и рекламе

Статья посвящена исследованию влияния цветовой палитры на поведение покупателя. Авторами подобрана комбинация цветов, которая представляет настроение товара или услуги, а так же даны рекомендации по использованию цветовой палитры в разработке рекламы.

Ключевые слова: цвета, реклама, маркетинг, товар, услуга.

Kuznetsova Anastasia Andreevna
South Federal University
Rostov-on-Don, Russia
Ksanastasia@mail.ru

Suchkov Oleg Sergeevich
Rostov State Economic University
Rostov-on-Don, Russia
olegbeltion@gmail.com

Color Psychology in Marketing and Advertising

The article is devoted to the study of the influence of the color palette on the behavior of the buyer. The author selected a combination of colors that represents

the mood of a product or service, and also made recommendations on the use of a color palette in the design of advertising.

Keywords: colors, advertising, marketing, product, service.

Психология цвета играет важную роль в маркетинге и рекламе. Использование цветов, влияющих на эмоции, необходимо для успеха маркетинговой стратегии компании. В среднем посетитель сайта тратит около 8 секунд на просмотр страницы, поэтому важно выбрать цвета, и использовать их с умом, исходя из конкретных маркетинговых и рекламных целей[1].

Чтобы захватить внимание читателя, для сайта необходимо подобрать правильные визуальные элементы, такие как цвет, дизайн и изображения. Цветовая гамма сайта может пробудить интерес к товару и услуге или, наоборот, оттолкнуть посетителя, если комбинация цветов не работает. Чтобы потенциальный покупатель задержался на сайте нужно подобрать такую комбинацию цветов, которая будет представлять настроение товара или услуги (табл.1).

Таблица 1 – Цвета и чувства, которые они вызывают[6]

Цвет	Чувство	Комментарий
красный	энергия	Красный цвет повышает уровень энергии и увеличивает адреналин. Этот цвет рекомендовано применять в тех областях бизнеса, где нужно быть продуктивным и энергичным. Также красный цвет ассоциируется со страстью и романтикой.
оранжевый	веселье, радость	Оранжевый представляет теплоту и счастье, обеспечивая оптимизм и доверие. Этот цвет ассоциируется с солнечными днями и ярким светом. Он приносит позитивный

		взгляд на жизнь и стимулирует к хорошему здоровью. Данный цвет рекомендовано применять для сайта туристических услуг или фитнес услуг.
желтый	оптимизм	Желтый цвет ассоциируется со счастьем и бодростью. Это также самый яркий цвет, поэтому он используется для привлечения внимания. Данный цвет рекомендовано использовать для сайта детских праздников и вечеринок.
синий	доверие	Синий считается цветом честности, верности и доверия. Этот цвет является спокойным и имеет успокаивающий эффект. Это может быть одной из причин, по которым врачи и медсестры иногда носят синие халаты. Данный цвет рекомендовано применять для сайта медицинских услуг.
зеленый	спокойствие	Благодаря своей обширной связи с природой зеленый цвет является цветом роста и спокойствия. Также учитывая, что он находится в середине цветового спектра, он считается цветом баланса. Несмотря на то, что зеленый цвет имеет успокаивающий характер, у многих людей он ассоциируется с деньгами, поэтому данный цвет рекомендовано применять на сайте банков.
белый	доброта, святость	Известно, что белые напоминают стерильность и чистоту. Благодаря художественным изображениям религиозных деятелей, как белых и чистых,

		этот оттенок также стал представлять святость и доброту. Поскольку белый обеспечивает небольшую стимуляцию для чувств, его использование может нагнетать и скуку.
черный	таинственность	Помимо негативных ассоциаций, таких как «зло», смерть и тьма, черный можно рассматривать как таинственность и скрытость от мира. В психологии черный цвет означает власть и контроль.

Используя определенные цвета на сайте компании, в первую очередь, необходимо убедиться, что они соответствуют предлагаемому продукту или услуге. Маркетологами было обнаружено, что 90% решений, принятых в отношении определенных продуктов, могут основываться только на их цвете[3].

В дизайне сайта цвет имеет важное значение, поскольку он используется, чтобы привлечь внимание людей и вызвать эмоции. Люди также связывают цвет с товаром. Когда вы думаете о Coca-Cola, вы всегда будете думать о красном.

Психология цвета трактует нам, на что нужно обратить внимание при разработке рекламы. Например, мужчины и женщины имеют разные цветовые предпочтения. Одно из исследований показало, что самые популярные цвета среди мужчин - синие (57%) и зеленые (14%); а женщины - голубые (35%) и фиолетовые (23%).

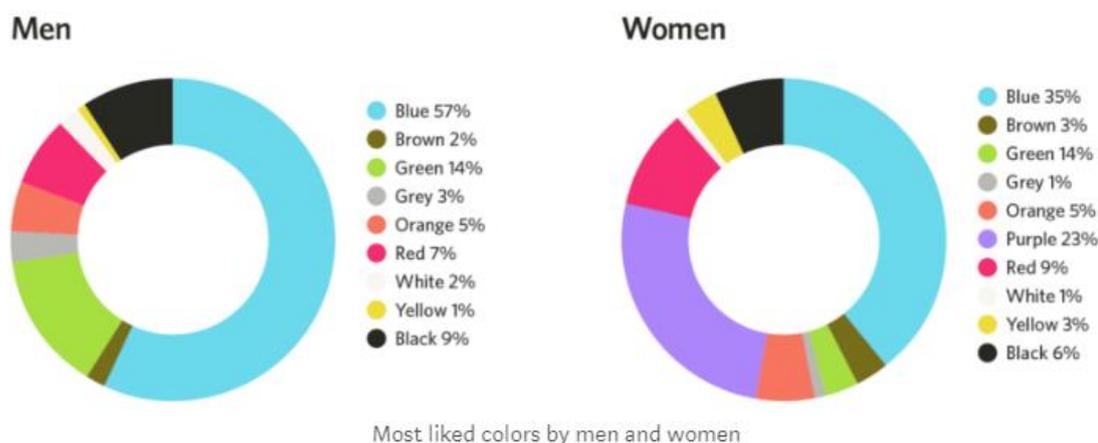


Рисунок 1 – Популярность цветов по половому признаку[5]

Следовательно, можно использовать слегка отличающуюся цветовую палитру в зависимости от того, на кого нацелена реклама на мужчин или на женщин.

Отдельные отрасли промышленности также используют особые цвета. Автор исследования Jeff Desjardins замечает, что многие отрасли склонны отдавать предпочтение определенным цветам, используя психологические триггеры, которые эти цвета несут, и привлекают нас как потребителя, а так же представляют отрасль[4].

В индустрии связи, например, синий и черный являются самыми популярными цветами. Использование этих цветов в рекламных объявлениях вызывает доверие к бренду.

Ясно, что есть много, о чем нужно подумать, когда речь идет о выборе цветовой палитры для рекламного объявления. Для определения цвета необходимо знать:

- кто целевая аудитория, и какие цвета она предпочитает;
- что ожидают люди от товара или услуги.

Как правило, цветовая палитра должна быть минимальной. Для рекламы на сайте необходимо выбрать два или три основных цвета. Если использовать радугу цветов, потенциальный покупатель не сможет сосредоточиться на том, что ему важно. Пара контрастных цветов должна выделяет важные детали[2].

Успех рекламной кампании во многом зависит от того насколько цветовая гамма соответствует вашему товару или услуге, настроению покупателя и его предпочтениям.

Список источников и литературы:

1. Психология цвета в маркетинге и брендинге [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.entrepreneur.com/article/233843>(дата обращения: 23.11.18)
2. Цвета в маркетинге и рекламе [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://99designs.com/blog/tips/colors-marketing-advertising/>(дата обращения:24.11.18)
3. 5 принципов проектирования для улучшения показа рекламы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/07/30/design-principles>(дата обращения:23.11.18)
4. 5 способов улучшить успех вашей рекламной кампании [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.ve.com/blog/improve-success-programmatic-advertising-campaign> (дата обращения: 20.11.18)
5. Популярность цветов по половому признаку [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://uxplanet.org/how-color-can-effect-emotion-ccab0431b1d> (дата обращения: 23.11.18)

6. Цвета и чувства, которые они вызывают [Электронный ресурс].
— Режим доступа:
http://mironovacolor.org/theory/humans_and_color/esthetic_reactions/(дата
обращения: 24.11.18)

References

1. Psikhologiya tsveta v marketinge i brendinge. Available at:
<https://www.entrepreneur.com/article/233843>(accessed on: 23.11.18)
2. Tsveta v marketinge i reklame. Available at:
<https://99designs.com/blog/tips/colors-marketing-advertising/> (accessed on:
24.11.18)
3. 5 printsiptov proektirovaniya dlya uluchsheniya pokaza reklamy.
Available at: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2018/07/30/design-principles>(accessed on: 23.11.18)
4. 5 sposobov uluchshit' uspekhnost' vashey reklamnoy kampanii. Available
at: <https://www.ve.com/blog/improve-success-programmatic-advertising-campaign>
(accessed on: 20.11.18)
5. Populyarnost' tsvetov po polovomu priznaku. Available at:
<https://uxplanet.org/how-color-can-effect-emotion-ccab0431b1d> (accessed on:
23.11.18)
6. Tsveta i chuvstva, kotorye oni vyzyvayut. Available at:
http://mironovacolor.org/theory/humans_and_color/esthetic_reactions/ (accessed
on: 24.11.18)

Выходные данные статьи:

КУЗНЕЦОВА, Анастасия Андреевна; СУЧКОВ, Олег Сергеевич.
Психология цвета в маркетинге и рекламе. Журнал "У". Экономика.
Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на:
<<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/178>>. Дата доступа

Stanislav A. Trufanov
PhD in Economics, lecturer
Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia
Head of the “Mysportspace.ru”
trust@spark-mail.ru
ORCID: 0000-0002-0269-9439

The Analysis of Prospects of Practical Application of Blockchain in Management

The review of the main directions of use of blockchain technology is provided in article. Cases on the examples of companies and startups from various branches are considered. Comparison of the centralized and distributed accounting systems is presented. The main stages of development of blockchain technology from the confidential distributed accounting book to smart contracts are considered.

Keywords: blockchain; management; accounting system; decentralization; smart contracts; asset token; cryptocurrency.

The technologies connected with construction of blockchain-systems, are actively approved, tested in various branches by commercial and non-profit structures in which transparent and effective accounting of large or small number of operations is necessary. Even at small transactions often a key role is played by their transparency. And if we consider the resource-intensive transactions, also optimization of speed of their performance is important. All these problems are solved using blockchain.

In fact, the blockchain technology is some kind of distributed and replicated general register of account for management of transactions and for recording them between several participants at once. Fundamental difference from the traditional centralized systems is that transactions are not stored in the uniform database any

more, and on the contrary — are fixed between participants — knots. Structurally these systems look as follows (figure 1).

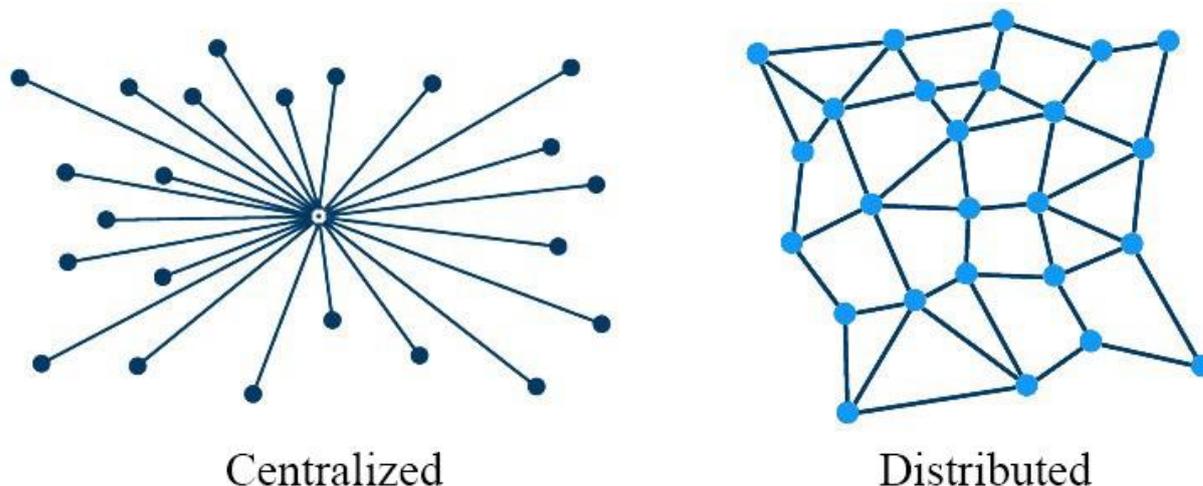


Figure 1 – **The centralized and distributed accounting system**

It is possible to highlight features of the centralized system:

- 1) Transactions between knots of network are possible only through the third party acting as the intermediary
- 2) Participation of the intermediary is often necessary as it creates trust in the environment where partners in the transaction do not know each other.
- 3) Intermediaries usually raise a payment for the services. Also, in the presence of intermediaries, processing time increases.
- 4) The system has one point of possible crash (so-called SPOF, Single Point of Failure). All relevant data, for example, the book of account, are stored on the central server or in the centralized infrastructure.

Features of the decentralized system:

- 1) Blockchain as the distributed technology of account solves problems of high transactional costs, low speed of processing, SPOF and lack of transparency.
- 2) In the distributed network various network knots can interact directly with each other without presence of intermediaries.

3) Existence of only one point of refusal is excluded and the transparency is increased.

According to survey which was conducted by the PwC company in 2017, 70% of the interviewed CEOs (Chief Executive Officers) see as the main problem — the speed of technological changes (the growth on this indicator is observed, because it was only 58% in 2015). In the theme of technological achievements the internal poll of PwC shows that blockchain is represented as the most large-scale "digital shock" for PwC clients in the next five years. [1]

Blockchain has the potential which can be disclosed in the following directions:

- Cryptocurrencies and smart contracts
- Storage on a distributive cloud (P2P)
- Management of identification
- Registration and verification of data
- Automatic implementation of contracts
- Notarial services
- The automated safety
- Collaborative economy (leasing of property)
- Carrying out Internet votes
- The market of the electric power without intermediaries: the system in which houses can develop own electric power and sell surplus
- Application in media for the organization of systems of collection of payment for information
- Application in the military sector (information transfer safety and also when using systems of an unblocking of automatic vehicles and weapon)
- Decentralization of the Internet of Things (IoT)
- Application in the sphere of insurance (Insurtech)

- Application on the Internet (decentralization of DNS servers) [2]

In 2018 both the large companies, and startups in the most different branches test the use of blockchain technology. Some examples of such cases are presented in table 1.

Table 1 – Examples of practical use of blockchain technology by the enterprises [1]

No	Company	Branch	Case of using blockchain
1	“Bankymoon”, “AutoGrid”	Power, utilities and mining industry	1) Clever measuring system of general purpose 2) The decentralized platform of data on power
2	“Ascribe” “Mycelia”	Media and entertainments	1) Control of ownership rights on digital media 2) Elimination of mediation in recording studios
3	“Bitcoin” “Coinfirm”	Financial transactions	1) International P2P transactions 2) Anti money laundering
4	“Factom” “Follow My Vote” “Tradle”	Public and social services	1) Cadastral registration 2) Systems of carrying out votes, steady against sabotage 3) Digital identification of citizens
5	“HealthNautica” “Tierion”	Health care	1) Storage of medical records 2) Health of the population and clinical trials
6	“Loyyal”	Hospitality and rest	Loyalty program
7	“InsurETH” “Stratumn”	Insurance	1) P2P-policies of assurance of flights 2) Microinsurance
8	“Wave”	Transport logistics (freight	1) Trade documentation (for

	“Skuchain” “Provenance”	transportation)	example, consignment) 2) Trade financing 3) Transparency of a chain of deliveries
9	“Loyyal”	Transport and logistics (aircraft)	1) Distribution of tickets and additional services 2) Loyalty program 3) Management of identification of passengers

Depending on requirements of each concrete type of business, various elements of blockchain technology are applied in different degree. The potential of blockchain technologies for goods is double-sided: in the short term blockchain can help to order processes while in the long term it can exert destructive impact on all structure of the market. In particular, the blockchain technology can simplify transactions in the wholesale markets of the electric power which is substantially affected by production of renewable energy.

Nevertheless, the most part of the possible directions of use of blockchain technology still is at an early stage. In development of blockchain technology it is possible to allocate three key stages:

- 1) The confidential distributed book of account (an example — "Bitcoin")
- 2) Token assets (an example — a blockchain platform of "LINQ" from NASDAQ)
- 3) Smart contracts ("Ethereum")

So, the main advantages of the decentralized control system based on blockchain technology are transparency of operations for all participants of network and also, respectively, confidential interaction within the platform; the efficiency which is expressed in low costs of time and resources of observance of

all requirements and the solution of contradictions, settlement of disputes; simplification and automation of control and accounting of payments and other transactions between participants.

References

1. Use Cases for Blockchain in Energy & Commodity Management. URL: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/assets/blockchain-technology-in-energy.pdf> (accessed on: 20.06.2018)

2. 15 options of use of the Blockchain technology except Bitcoin. URL: <http://fintech-ru.com/15-вариантов-применение-технологии-бло> (accessed on: 20.06.2018)

Выходные данные статьи:

ТРУФАНОВ, Станислав Алексеевич. Анализ перспектив практического применения «блокчейн» в менеджменте. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], п. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/179>>. Дата доступа

Борисова Алена Александровна
студентка магистратуры ФЭИ
Северо-Восточный Федеральный университет
РФ, г. Якутск
borisova.alenk@yandex.ru

**Метод парной корреляции и регрессии зависимости роста цены на
недвижимость от курса доллара.**

В статье приведено определение парной корреляции и регрессии. В работе на основе эконометрического моделирования определяется зависимость роста цены на недвижимость от курса доллара.

Ключевые слова: парная корреляция и регрессия, регрессионная модель, анализ.

Borisova Alena
master student of the
North-Eastern Federal University
RF, Yakutsk
borisova.alenk@yandex.ru

**The method of pair correlation and regression based on the
example of the growth in property prices from the dollar.**

The article provides a definition of pair correlation and regression. In work on the basis of econometric modeling is determined by the dependence of the growth in real estate prices from the dollar.

Keywords: pair correlation and regression, regression model, analysis.

Недвижимость как экономическая категория является одним из критически социально значимых факторов общественного воспроизводственного процесса, оказывает влияние на стабильность общества в целом и экономический рост в частности, выступает одним из основных ресурсов воспроизводственного процесса в экономике страны [1].

В связи с последними событиями на мировой арене курс доллара, а именно американская валюта у нас считается одной из самых ходовых при купле-продаже недвижимости. Поэтому в качестве факторного признака выберем курс доллара.

Всего было рассмотрено 28 наблюдений. Результативным признаком является цена на 1 кв. м., а факторным – курс доллара.

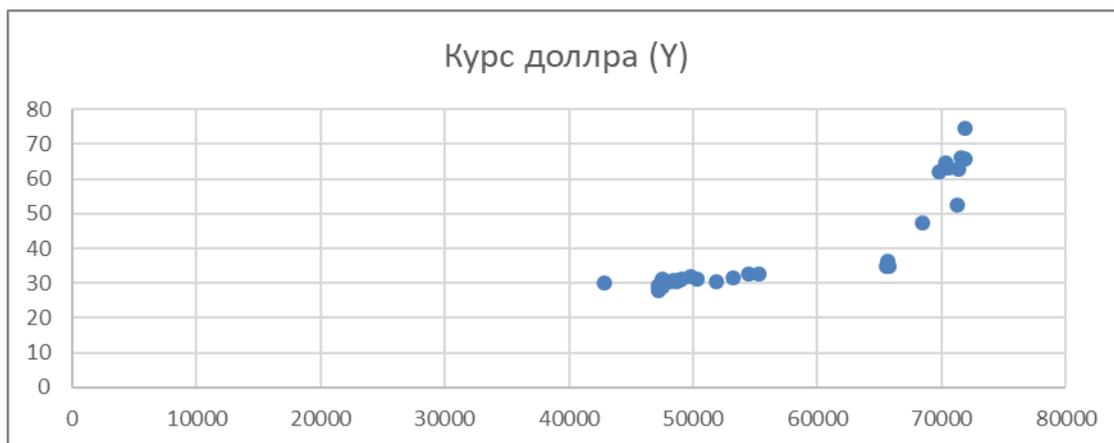


Рисунок 1 – Поле корреляции

Из сделанного поля корреляции можно сделать предварительный вывод: связь между признаками тесная и прямая. На основе графика выбираем линейную, степенную и гиперболическую модели регрессии.

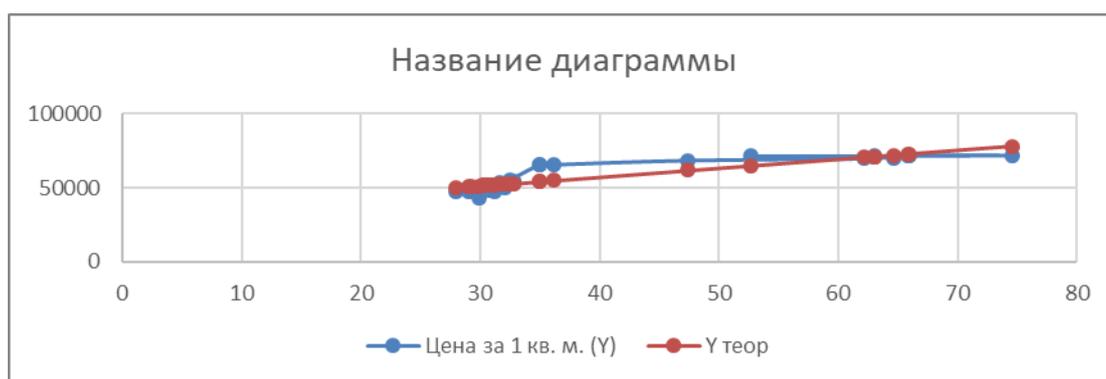


Рисунок 2 - Линейная модель $y=a_0+a_1*x$.

Проведя корреляционно-регрессионный анализ, мы получили следующие результаты:

- Коэффициент корреляции, $R = 0,8772713$
- Коэффициент детерминации, $R^2 = 76,9604933\%$
- Фактическое значение F-критерия Фишера, $F_{\text{факт}} = 86,8496386$
- Коэффициент a_0 линейной регрессии, $a_0 = 33156,66326$
- Фактическое значение t-критерия Стьюдента для коэффициента a_0 ,
 $t_{a_0\text{факт}} = 11,6771039$
- Коэффициент a_1 линейной регрессии, $a_1 = 602,0048003$
- Фактическое значение t-критерия Стьюдента для коэффициента a_1 ,
 $t_{a_1\text{факт}} = 9,319315351$
- Коэффициент эластичности $\varepsilon = 0,428497425$
- Уравнение линейной регрессии $y = 33156,66 + 602 \cdot x$

Из уравнения видно, что при увеличении курса доллара на 1 руб. цена на 1 кв.м. в среднем увеличивается на 602 руб. Коэффициент эластичности показывает, что при росте курса доллара на 1% цена на 1 кв.м. увеличивается на 0,43%.

Коэффициент корреляции, $R = 0,8772713$ показывает, что связь между факторами сильная и прямая. Результативный признак на 76,9604933% объясняется факторным признаком.

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : факторная дисперсия не отличается от остаточной. Применяем F-критерия Фишера и находим его табличное значение при уровне значимости 0,05, $F_{\text{табл}} = 4,2$. $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается существенность связи между признаками.

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : $a_0 = 0$. Применяем t-критерий Стьюдента и находим его табличное значение $t_{\text{табл}} = 2,05$. $t_{a_0\text{факт}} > t_{\text{табл}}$.

Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_0 .

Выдвигаем нулевую гипотезу $H_0: a_1=0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $|t_{a1\text{факт}}| > t_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_1 .

Выдвигаем нулевую гипотезу $H_0: R=0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $t_{R\text{факт}}=9,319315351$. $t_{R\text{факт}} > t_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента корреляции R .

Средняя величина аппроксимации $A=6.57\%$. Она меньше 8-10%. Это значит, что линейная модель качественная.

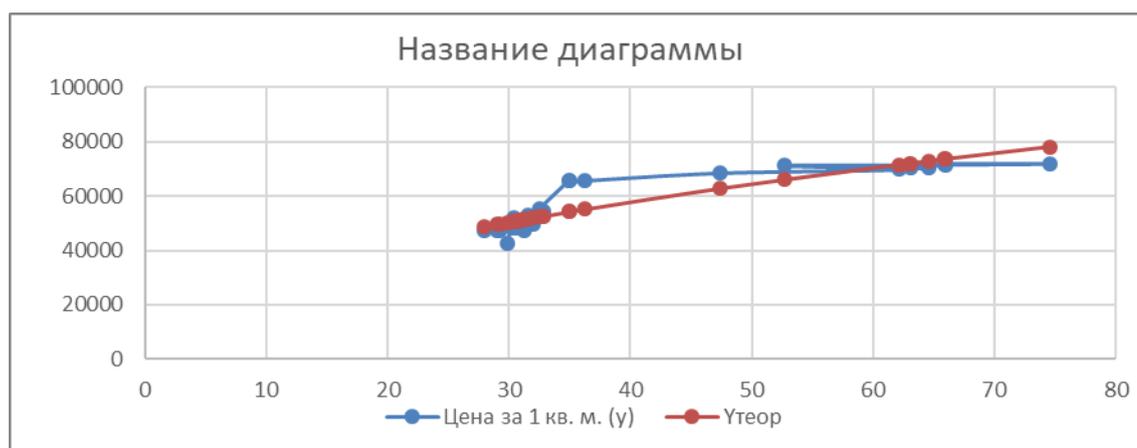


Рисунок 3 - Степенная модель $y=a_0+a_1^x$.

Проведя корреляционно-регрессионный анализ, мы получили следующие результаты:

- Индекс корреляции, $R= 0,890586129$
- Индекс детерминации, $R^2= 79,314\%$.
- Коэффициент $a_0= 9806,937592$
- Коэффициент $a_1= 0,48102467$
- Уравнение регрессии $y=9806,937592 + 0,48102467^x$

- Фактическое значение F-критерия Фишера для уравнения, $F_{\text{факт}} = 99,69109$

- Фактическое значение F-критерия Фишера для индекса корреляции, $FR = 9,984542628$

Индекс корреляции показывает, что связь между признаками сильная. Индекс детерминации показывает, что результативный признак на 79,314% объясняется факторным признаком.

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : факторная дисперсия не отличается от остаточной. Применяем F-критерия Фишера. $F_{\text{факт}} > F_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается существенность связи между признаками.

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : $a_0 = 0$. Применяем t-критерий Стьюдента и находим его табличное значение $t_{\text{табл}} = 2,05$. $t_{a_0 \text{ факт}} > t_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_0 .

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : $a_1 = 0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $|t_{a_1 \text{ факт}}| > t_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_1 .

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : $R = 0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $t_{R \text{ факт}} = 9,319315351$. $t_{R \text{ факт}} > t_{\text{табл}}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента корреляции R .

Индекс корреляции статистически значим, т.к. $FR > F_{\text{табл}}$.

Средняя величина аппроксимации $A = 6,07\%$. Она меньше 8-10%. Это значит, что показательная модель качественная.

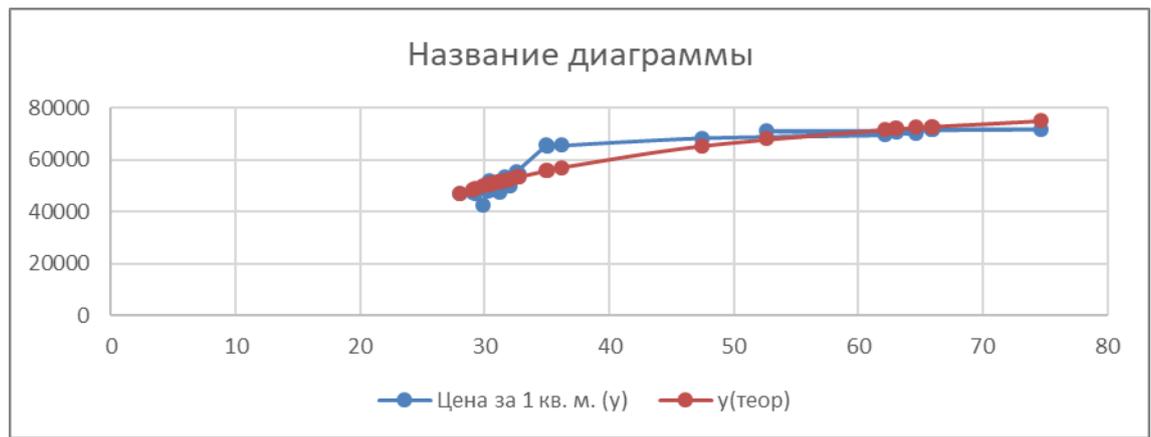


Рисунок 4 - Гиперболическая модель $y=a_0+a_1/x$.

Проведя корреляционно-регрессионный анализ, мы получили следующие результаты:

- Индекс корреляции, $R= 0,928459868$
- Индекс детерминации, $R^2= 86,20377263\%$
- Коэффициент $a_0= 92118,05039$
- Коэффициент $a_1= -1265613,935$
- Уравнение регрессии $y=92118,05039-1265613,935/x$.
- Фактическое значение F-критерия Фишера для уравнения, $F_{факт}= 162,4573174$
- Фактическое значение F-критерия Фишера для индекса корреляции, $FR= 12,74587453$

Индекс корреляции показывает, что связь между признаками сильная. Индекс детерминации показывает, что результативный признак на $86,20377263\%$ объясняется факторным признаком.

Выдвигаем нулевую гипотезу H_0 : факторная дисперсия не отличается от остаточной. Применяем F-критерия Фишера. $F_{факт} > F_{табл}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается существенность связи между признаками.

Выдвигаем нулевую гипотезу $H_0: a_0=0$. Применяем t-критерий Стьюдента и находим его табличное значение $t_{табл}=2,05$. $t_{a_0факт}>t_{табл}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_0 .

Выдвигаем нулевую гипотезу $H_0: a_1=0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $|t_{a_1факт}|>t_{табл}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента a_1 .

Выдвигаем нулевую гипотезу $H_0: R=0$. Применяем t-критерий Стьюдента. $t_{Rфакт}=9,319315351$. $t_{Rфакт}>t_{табл}$. Гипотеза отклоняется и с вероятностью 95% признается статистическая значимость коэффициента корреляции R . Индекс корреляции статистически значим, т.к. $FR>F_{табл}$. Средняя величина аппроксимации $A=4,95\%$. Она меньше 8-10%. Это значит, что гиперболическая модель качественная.

Таблица 1 - Линейная, степенная и гиперболическая модели регрессии

Название модели	Уравнение модели	r (R)	r ² (R ²)	отклонение/принятие гипотезы				Ср.ош. аппрокс.ю
				+	+	+	+	
Линейная	$y=33156,66+602*x$	0,877	76,96 %	+	+	+	+	6,57%.
Степенная	$Y = 9806,937592+0,48102467^x$	0,89	79,314 %	+	+	+	+	6,07%
Гипербол.	$y=92118,05039-1265613,935/x.$	0,928	86,2%	+	+	+	+	4,95%

Для составления прогноза выбираем гиперболическую модель, т.к. средняя ошибка аппроксимации у нее меньше, чем линейная и степенная.

Прогноз будем делать при курсе доллара равном 80 руб. Имеем по данной гиперболической модели следующий прогноз:

$$y=92118,05+-1265613,9/x=76297,9$$

Далее находим доверительный интервал. С вероятностью 95% прогнозируемое значение лежит в интервале от 67331,2081 до 85264,54431.

Список источников и литературы

1. Журавлев Н.В. Экономическая сущность недвижимости в рыночной экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomicheskaya-suschnost-nedvizhimosti-v-rynochnoy-ekonomike> (дата обращения: 20.12.2018).

References

1. Zhuravlev N.V. Ekonomicheskaya sushhnost` nedvizhimosti v ry`nochnoj e`konomike. Available at: <https://cyberleninka.ru/article/v/ekonomicheskaya-suschnost-nedvizhimosti-v-rynochnoy-ekonomike> (accessed on: 20.12.2018).

Выходные данные статьи:

БОРИСОВА, Алена Александровна. Метод парной корреляции и регрессии зависимости роста цены на недвижимость от курса доллара.. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/181>>. Дата доступа

Первые шаги

Андросова Аграфена Анатольевна
студент
ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет
им. М.К. Аммосова»
г. Якутск, Россия
agrafena14@mail.ru

Роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала

В данной статье рассматривается роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала. Автором рассмотрены мотивы работников. Также приведен пример сильной корпоративной культуры американской авиакомпании «Delta Air Lines».

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, мотивация персонала.

Androsova Agrafena Anatolievna
студент
North
North-Eastern Federal University
Yakutsk, Russia
agrafena14@mail.ru

The role of corporate culture in personnel management and its impact on staff motivation

This article discusses the role of corporate culture in personnel management and its impact on staff motivation. The author considers the motives of workers. Also, an example of a strong corporate culture of the American airline "Delta Air Lines" is given.

Key words: corporate culture, organizational culture, personnel motivation.

Построить сильную корпоративную культуру нелегко, но те, кто смог, обладают большим конкурентным преимуществом. Если раньше

работодатели не обращали особого внимания на культуру, то уже сейчас все больше и больше компаний стали ценить это. Нормы, ценности, традиции, униформа, стиль общения – все это абсолютно влияет на мотивацию персонала. Но чтобы выяснить каким образом культура влияет на мотивацию, сначала нужно разобраться какие же мотивы существуют у работников. И нужно отметить, что результат работы напрямую зависит от мотивов работника.

В статье «Как корпоративная культура формирует мотивацию сотрудников» [1] авторы Линдси МакГрегор и Нил Доши определили мотивы людей, основываясь на 6 причинах, почему люди работают, ранее выявленных профессорами Эдвардом Диси и Ричардом Райан из университета Рокестер в 1980 г.

Причины, почему люди изо дня в день ходят на работу, можно разделить на 6 мотивов:

1. Игра – когда человек замотивирован самим процессом работы, он получает от этого огромное удовольствие.

2. Цель – когда личность человека полностью совпадает с результатами его деятельности. Он работает, потому что глубоко ценит важность и необходимость, что он делает и как это влияет на окружающих.

3. Возможность – когда человек работает ради дополнительных преимуществ или выгод. Работа позволяет усилить и раскрыть потенциал, реализоваться.

4. Эмоциональное давление – когда человек испытывает страх, давление со стороны сверстников, вину, стыд и работает под угрозой его личности какой-то внешней силой, чтобы не разочаровать себя или других.

5. Экономическое давление – когда человек работает ради получения зарплаты или во избежание наказания.

6. Инерция – человек не знает, почему он работает. Он приходит на работу, потому что он приходил вчера, позавчера и т.д.

Многие исследования доказали, что первые три мотива повышают производительность сотрудников, так как они напрямую связаны с трудовой деятельностью, а последние три наоборот понижают, так как человек отвлечен и будет думать о разочаровании, вознаграждении или как ему скучно, но только не о работе.

Компании, у которых сильная корпоративная культура, усиливают мотивы игры, цели и возможности, и понижают эмоциональное, экономическое давление и инерцию.

В качестве примера рассмотрим американскую авиакомпанию «Delta Air Lines» [2], которая благодаря сильной корпоративной культуре выплыла из кризиса. Джоанн Смит, исполнительный вице-президент и руководитель отдела кадров, утверждает, что ключом к успеху организации является способность организации к инновации, улучшению, максимальной производительности. И тем самым ключом является культура. Конкуренты при наличии времени и ресурсов могут скопировать у вас всё над чем вы трудились много лет: они могут переманить ваших лучших людей или украсть ваши лучшие идеи за исключением той самой уникальной культуры, которая есть только у вас.

В 1990-ые годы, когда многие авиакомпании стали понижать свои цены на перевозки, «Delta» столкнулась с серьезными финансовыми трудностями и дальнейшее существование компании зависело от снижения стоимости билетов. Как утверждает Джоанн Смит, в тот момент авиакомпания совершила огромную ошибку, пожертвовав своей культурой, чтобы снизить цены. Тем самым компания разочаровала своих лучших руководителей, сотрудников, клиентов, что в конечном итоге привело к банкротству в 2005 г.

Но благодаря этому они перерассмотрели свою корпоративную культуру уделяя внимание ценностям и убеждениям своих сотрудников. И первое, что они сделали это то, что они полгода вместе с опытными лучшими руководителями устраивали личные встречи с 45000 сотрудниками, чтобы поговорить и лично извиниться за трудные времена. Они рассказывали новую бизнес стратегию и делали корректировки, прислушиваясь к мнениям сотрудников. Например, в данной организации работники всегда поддерживали и заботились друг о друге, поэтому руководство создало сообщества по схожим признакам (женщины, люди с нетрадиционной ориентацией, латиноамериканцы и т.п.). В конце 2006 г., когда компания была под угрозой враждебного поглощения, тогда сотрудники показали свою сплоченность и преданность к компании, нося значки «Keep Delta my Delta», пытаясь сохранить независимость своей авиакомпании. В этом и сила корпоративного духа, что приводит компанию к успеху.

Ежегодные исследования «Delta Air Lines» выявили, что довольный работник → довольный клиент → довольный акционер = успех компании. «Delta» ежегодно опрашивает 8 миллионов клиентов, а также десятки тысяч сотрудников, что помогает постоянно совершенствовать их корпоративную культуру.

Из опыта «Delta Air Lines» можно выделить следующие главные принципы, благодаря которым компания развивается:

1. Создание корпоративной культуры среди сотрудников (ведь сотрудники — это центр компании, главный актив);
2. Создание бизнес стратегии с использованием сильных сторон компании и с учетом корпоративной культуры;
3. Найм людей, которые подходят культуре организации;

4. Проведение опросов среди сотрудников насчет соответствия культуры их ценностям и убеждениям с целью узнать о необходимости изменений и совершенствования культуры.

Несмотря на потерю взгляда культуры во времена кризиса, благодаря тому, что руководство восстановило и пробудило заново культуру, компания начала процветать. В современном мире изменения неизбежны, культура не должна быть препятствием этим изменениям, а наоборот быть готовой к изменениям, когда этого требует бизнес.

Список источников и литературы

1. How company culture shapes employee motivation [Электронный ресурс]. URL: <https://hbr.org/2015/11/how-company-culture-shapes-employee-motivation> (дата обращения: 02.12.18).

2. Delta Air Lines [сайт]. URL: <https://www.delta.com/> (дата обращения: 02.12.18).

References

1. How company culture shapes employee motivation. Available at: <https://hbr.org/2015/11/how-company-culture-shapes-employee-motivation> (accessed 2 December 2018).

2. Delta Air Lines. Available at: <https://www.delta.com/> (accessed 2 December 2018).

Выходные данные статьи:

АНДРОСОВА, Аграфена Анатольевна. Роль корпоративной культуры в управлении персоналом и его влияние на мотивацию персонала. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/171>. Дата доступа

Крикунов Роман Александрович
Магистрант,
Факультета управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
romakrikunov97@mail.ru

Шевченко Мария Сергеевна
Студент,
Факультета управления
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»
Ростов-на-Дону, Россия
mary106@mail.ru

HR-брендинг как инструмент эффективного управления персоналом

В статье раскрыты понятие HR-брендинга и сущность данного процесса. Проанализированы этапы создания HR-бренда. Рассмотрены условия, при которых HR-брендинг не требуется.

Ключевые слова: HR-брендинг; управление персоналом; имидж компании; внешняя среда.

Roman A. Krikunov
Master's student,
Faculty of Management,
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
romakrikunov97@mail.ru

Maria S. Shevchenko
Student,
Faculty of Management,
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russia
mary106@mail.ru

HR-branding as a tool of effective personnel management

The article is considered the term «HR-branding» and the essence of this process. The stages of HR-brand creation are analyzed. The conditions under which HR-branding is not required are considered.

Keywords: HR-branding; personnel management; company image; external environment.

На современном этапе развития рынка труда имеет место противоречивая ситуация, при которой образуется некий конфликт между работодателями и наемными сотрудниками. Большое количество людей получает высшее образование в престижных вузах, но в то же время многие работодатели отмечают дефицит высококвалифицированной рабочей силы среди потенциальных работников. Поэтому в таких ситуациях компания стремится не только найти, но и заинтересовать специалиста таким образом, чтобы у последнего даже не возникло желания просмотреть предложения конкурентов. А для того чтобы претенденты расценивали потенциальное место работы лучшим, необходимо создать такой образ компании, который будет характеризовать ее как престижную, со сформированной корпоративной культурой и хорошей деловой репутацией. Именно поэтому все чаще идет речь о применении HR-брендинга, направленного на создание не столько экономических, сколько психологических и профессиональных выгод для фирмы.

HR-брендинг – это комплекс мер по формированию положительного имиджа как компании в целом, так и ее руководства с целью привлечения высококвалифицированных специалистов в своей области[1]. В процессе создания HR-бренда должны участвовать не только специалисты по работе с

персоналом, но и маркетинговый отдел, отдел по связям с общественностью, PR-отдел и топ-менеджмент фирмы. Такое количество участников объясняется тем, что эффективный HR-бренд необходимо не только разработать, но и внедрить, преподнести, грамотно продвинуть и использовать на протяжении долгого срока функционирования организации.

Неважно, на каком жизненном цикле находится компания – HR-бренд может быть в любой из них с учетом особенностей ведения бизнеса и этапа развития организации.

Выделяют 10 этапов создания HR-бренда в организациях любого уровня и масштаба[2]:

1. Initial Idea (начальная идея). Инициатором первичной идеи может как высшее руководство, так и специалисты по подбору персонала. Перед началом создания идеи необходимо проведение следующих мероприятий:

- определить цель создания бренда;
- проанализировать рынок труда по внешнему HR-брендингу у конкурирующих компаний;
- сформулировать предполагаемые преимущества и задачи бренда.

2. Essence (сущность идеи). На основе полученных данных о HR-действиях конкурентов разрабатывается внешний HR-брендинг организации, обладающий конкурентными преимуществами.

3. Naming (формирование имени). Оно состоит из нескольких элементов: самого названия, HR-логотипа и HR-слогана, которые характеризуют отношение компании к персоналу и потенциальным работникам.

4. Dressing («упаковка идеи»). Сюда включены внешний вид помещений, отзывы сотрудников о своем месте работы и поведение сотрудников HR-отдела.

5. Tasting (тестирование). Тестирующие мероприятия следует проводить для четкого определения концепции, подхода, комбинации составляющих с целью эффективного формирования восприятия у потребителя мнения о компании.

6. Bible (формирование «устава» идеи). Этап подразумевает создание некой инструкции со сведениями, что именно формирует HR-брендинг данной фирмы.

7. Communication (коммуникация). Разработка программы передачи сущности HR-брендинга до претендентов на рабочее место.

8. Entrusting (передача). Вовлечение сотрудников компании в концепцию созданного HR-бренда, заключающееся в информировании персонала о достижениях фирмы, его конкурентных преимуществах.

9. Implementation (реализация). Воплощение идеи в реальность – самый сложный этап создания HR-бренда.

10. Analysis (анализ). Заключается в оценке результатов после внедрения HR-бренда.

С помощью различных каналов коммуникаций (газеты, журналы, наружная реклама, промоакции и тд) необходимо продвигать сформированный HR-бренд во внешнюю среду. В результате проведения таких мероприятий в сознании людей должны сформироваться ассоциативные связи, основанные на общечеловеческих и профессиональных ценностях: надежность, перспективность, честность, престижность, законность, профессиональность, сплоченность, социальность.

Правильно составленный HR-брендинг в итоге приведет к следующим положительным эффектам [3]:

- увеличение выработки готовой продукции вследствие роста производительности труда и укомплектованием штата;

- снижение брака готовой продукции;
- сокращение затрат на услуги привлеченных агентств по подбору персонала;
- сокращение затрат на обучение специалистов;
- снижение затрат на оплату труда благодаря оптимизации численности штата, вызванная, в свою очередь, повышением производительности труда.

Конечно, не все компании нуждаются в создании HR-бренда. К таким относятся те организации, которые отвечают следующим условиям:

- текучесть кадров менее 3 – 5%;
- компании-монополисты на рынке труда;
- бренд компании узнаваем;
- компании близки к банкротству или находятся в процессе реорганизации;
- целью компаний не является расширение производства и рынка сбыта.

HR-брендинг является важнейшим инструментом по подбору, найму и управлению персонала. При эффективной стратегии HR-брендинга кандидаты на место сами будут находить компании и хотеть в нее устроиться, при этом зная, что их по достоинству оценят и создадут все условия для комфортной и эффективной работы. HR-брендинг способен вывести организацию на новый уровень и расширить горизонты ее влияния во внешней среде.

Список источников и литературы

1. Гулей И.А. Организационная культура как маркетинговый актив конкурентоспособности вуза // Вестник Белгородского государственного технического университета им. В.Г.Шухова. – 2018. – №4. – С.197 – 200.

2. Бурьянец В.А. Организационная культура как инструмент кадровой политики предприятия: сборник трудов. – Белгород: БГТУ, 2017. – С.13 – 15.

3. Демура Н.А. Основные подходы к управлению развитием предприятия // Социально-гуманитарные знания. – 2018. – №6. – С.3 – 10.

References

1. Guley I.A. Organizatsionnaya kul'tura kak marketingovyy aktiv konkurentosposobnosti vuza. Vestnik Belgorodskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. V.G.Shukhova. 2018. №4. Pp.197 – 200.

2. Bur'yanets V.A. Organizatsionnaya kul'tura kak instrument kadrovoy politiki predpriyatiya: sbornik trudov. Belgorod: BGTU, 2017. Pp.13 – 15.

3. Demura N.A. Osnovnye podkhody k upravleniyu razvitiem predpriyatiya. Sotsial'no-gumanitarnye znaniya. 2018. №6. Pp.3 – 10.

Выходные данные статьи:

КРИКУНОВ, Роман Александрович; ШЕВЧЕНКО, Мария Сергеевна. HR-брендинг как инструмент эффективного управления персоналом. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 4, дек. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/175>>. Дата доступа

Сетевое издание
Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы.

№ 4 2018

Издательство: ИП Володин Роман Сергеевич
344091, г.Ростов-на-Дону, пр.Коммунистический, д.40, кв.33