

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Сборник научных статей
III Международной научно-практической
конференции

Новокузнецк
2017

УДК 33+005(06)
ББК 65+65.050
А 437

А 437 Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке: сб. науч. статей. Ч.1/ Сиб. гос. индустр. ун-т. – Новокузнецк, 2017, – 367 с.

В сборнике представлены материалы III Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы экономики и управления в XXI веке».

Редакционная коллегия:

Лашкова Е.Г., к.т.н., доцент. Секция: *Инновационные технологии маркетинга и продаж.*

Иванова Е.В., к.э.н., доцент. Секция: *Проблемы развития теории и практики управления.*

Лунева Ю.В., к.э.н., доцент. Секция: *Актуальные проблемы финансов, бухгалтерского учета и аудита.*

Черникова О.П., к.э.н., доцент. Секция: *Экономические, социальные и экологические проблемы функционирования предприятий и организаций.*

Борисова Т.Н., к.э.н., доцент. Секция: *Современные технологии управления персоналом.*

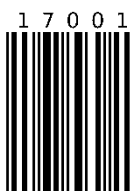
Кольчурина И.Ю., к.т.н., доцент. Секция: *Актуальные вопросы менеджмента качества и стандартизации, информационного и документационного обеспечения управления.*

УДК 33+005(06)
ББК65+65.050

ISSN 2500-1892



9 772500 189004



1 7 0 0 1

>

© Сибирский государственный
индустриальный университет, 2017

Анализ внешних факторов и условий конкурентоспособности вуза на примере Сибирского государственного индустриального университета

к.т.н. Дубовик Ю.В., Романенко Ю.Е.

¹ ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», г. Новокузнецк, Россия

Аннотация: Стратегическое планирование имеет большое значение в управлении вузом, так как определяет направление его развития, формирование его уникальности. Важной предпосылкой для эффективного стратегического планирования является комплексная оценка внешней и внутренней среды организации с применением SWOT-анализа. В работе рассмотрен SWOT-анализ СибГИУ, что позволяет выявить конкурентные преимущества вуза.

Ключевые слова: стратегический анализ, SWOT-анализ, тенденции развития высшего образования, конкурентоспособность ВУЗа.

Проблемы стратегического планирования в вузах в последние годы являются предметом широкого обсуждения на различных конференциях и семинарах по проблемам высшей школы. Процесс стратегического планирования – это вспомогательный инструмент принятия управленческих решений, назначение которого заключается в обеспечении должного уровня новаторства и изменений в организации, который включает четыре основных вида управленческой деятельности: распределение ресурсов, адаптацию к внешней среде, внутреннюю координацию и организационную стратегическую осведомленность. Стратегическое планирование, как основа программно-целевого управления, дает ряд преимуществ вузам в плане адекватной адаптации к условиям постиндустриального общества и востребованности в нем специалистов определенного уровня [1].

Во-первых, стратегия определяет ключевые направления развития вузов, что обеспечивает согласованность действий всех звеньев образовательного учреждения. Во-вторых, стратегия дает уверенность профессорско-преподавательскому составу вузов в их статусе и положении при всё возрастающей неопределенности будущего. В-третьих, благодаря стратегии формируется уникальность вуза, которая позволяет легче определить свою нишу на рынке образовательных услуг и определить условия выживания. Это существенно влияет на формирование смысла для сотрудников в своей работе и определяет ее качество.

Эффективное функционирование высшего учебного заведения на рынке образовательных услуг возможно при условии тщательного анализа изменений внешней среды, а также внутренних аспектов функционирования системы. Это позволит не только отслеживать влияние комплекса факторов на формирование и изменение спроса на образовательные услуги, имеющийся внутренний потенциал, ресурсы и инфраструктуру, но и прогнозировать тенденции и вариабельность развития данного сектора рынка с целью разработки адекватной стратегии позиционирования и развития [2, 3].

В статье рассмотрен анализ учебного заведения высшего образования «Сибирский государственный индустриальный университет». В настоящее время Сибирский государственный индустриальный университет является крупнейшим учебным заведением Кемеровской области, осуществляющим подготовку инженеров для отраслей экономики региона и г. Новокузнецка. В структуру университета входят 7 институтов и 4 факультета, реализующих основные профессиональные образовательные программы и программы ДПО. Подготовка выпускников и проведение научных исследований в вузе осуществляется по следующим направлениям: социальные, гуманитарные и естественные науки, металлургия, машиностроение и материалобработка, геология, разведка и разработка полезных ископаемых, транспортные средства, строительство и архитектура, энергетика и электротехника, автоматика, управление и экономика. В университете лицензировано 30 программ подготовки бакалавров, 7 – специалистов, 12 программ магистратуры. Общая численность обучающихся по всем формам составляет 8761 чел. *Объектом SWOT-анализа является вуз в целом (рисунок 1).*

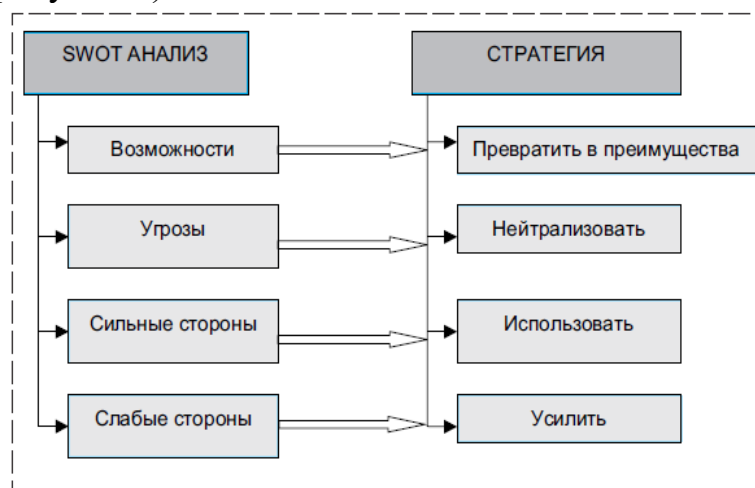


Рисунок 1 – Связь компонентов SWOT-анализа со стратегией вуза [4]

Период исследования: текущий период – исследуются актуальные силы и слабости университета и текущая рыночная ситуация.

Выбор и разработка стратегии высшего учебного заведения начинается с анализа внешней среды. Внешняя среда организации представляет собой совокупность активно действующих субъектов и сил, которые находятся вне сферы непосредственного ее контроля и могут оказать влияние на ее стратегию.

Целью стратегического анализа внешней среды является:

- Обнаружение *признаков* возможных изменений, способных оказать воздействие на жизнедеятельность высшего учебного заведения;
- Отслеживание *специфических тенденций и структур* макроокружения;
- Прогнозирование *направленности* будущих изменений макросреды;
- Оценка существующих и будущих *тенденций* с точки зрения их вероятных воздействий на деятельность высшего учебного заведения.

В анализе внешней среды были рассмотрены экономические факторы, конкурентная и политическая среда, технологические факторы [1, 4].

1. Экономические факторы

Возможности:

1) При стабильном экономическом росте в стране, университет сможет получать надежное и приемлемое финансирование со стороны государства, что позволит полноценно развить и стабилизировать подготовку специалистов в технической сфере, организовать высококвалифицированный преподавательский состав и постепенно повышать уровень образования (доп. курсы, вспомогательные подразделения подготовки).

2) Современные работодатели требуют от работников наличие интегрированных знаний, как в области точных наук, так и в области экономики, что обуславливает ценность таких сотрудников, а следовательно наличие рабочих мест для них в современных организациях. Таким образом, для выпускников университета открывается перспектива развития, а следовательно, заинтересованность в обучении.

3) У университета есть собственный технопарк (бизнес-инкубатор), следовательно, для коммерциализации научных достижений и разработок необходимы подготовленные профессионалы.

Угрозы

1) Демографический спад, наблюдаемый в последние 10-летие привел к сокращению числа обучающихся. Например, численность студентов ВУЗов в 2016 г. снизилась по сравнению с 2011 на 30 %.

2) Текущее изменение курсов валют на мировом рынке, а именно резкое повышение курса евро и доллара, не может не сказаться на финансовом состоянии как страны, так и ее ВУЗов. При данном уровне цен могут возникнуть проблемы с финансированием, поставкой и закупкой оборудования для университета.

2. Конкурентная среда

Возможности:

1) Благодаря научным разработкам и открытиям университета, у него налажены партнерские отношения с рядом крупных компаний на региональном уровне (АО «ЕВРАЗ ЗМСК, ОАО «СГМК-групп»). Следовательно, у университета есть мощная партнерская база для внедрения и реализации новых идей.

2) Университет за последние 10 лет не только открыл новые направления подготовки, что позволило существенно расширить область подготовки студентов. Следуя данной политике в дальнейшем можно также усовершенствовать подготовку по экономическим специальностям.

Угрозы:

1) Основными конкурентами университета в области развития технического образования в техническом университете выступают такие ВУЗы, как: КемГУ, КузГТУ и другие. Соответственно в случае недостаточного уровня образования по данной специальности, ВУЗ может потерять существенное количество сильных студентов.

3. Политическая среда

Возможности:

1) Сегодня одной из главных тенденций развития образования является техническое образование. Данное направление развития образования на данный момент является одним из важнейших направлений модернизации российского образования, в государственных документах она рассматривается как неотъемлемая часть единой программы обновления образовательной системы.

Именно поэтому, следуя данной тенденции, университет имеет широкие перспективы для развития, что позволит готовить высококлассных специалистов не только в области точных наук, но и специалистов с мощными знаниями и умениями в экономике, логистике.

2) У университета всегда есть возможность участия в конкурсах, грантах, проектах, конференциях как на государственной основе, так и на коммерческой.

Угрозы:

1) Несмотря на создание и реализацию законопроектов, в ВУЗе наблюдается дефицит источников финансирования. Это приводит к ограниченному набору дополнительных образовательных услуг, предоставляемых студентам, использование устаревшего оборудования.

2) Высокие темпы изменения нормативно-правовой базы усложняют работу ВУЗа, поскольку затрудняют прогнозирование, планирование и развитие различных сфер деятельности ВУЗа.

4. Технологические факторы

Возможности:

1) Современные технологии могут существенно облегчить и ускорить обучение и дальнейшую работу экономистов, например посредством информационных систем, баз данных и прочих компьютерных технологий.

2) Скорость изменения технологии в последние десятилетия возросла. Очевидно, что вузы должны быстро реагировать на современные разработки и сами предлагать нововведения. Чтобы сохранить конкурентоспособность университеты должны творчески переосмысливать появление новых технологий, от которых зависит эффективность их деятельности. СибГИУ же обеспечивает высокий уровень учебного процесса компьютерной техникой и информационными ресурсами.

Угрозы:

1) Низкие расходы государства на технику и оборудование для лабораторий и компьютерных классов.

2) Слишком быстрый технический прогресс может затруднить обучение преподавательского состава университета.

Оценка сильных и слабых сторон сведена в таблицу 1, матрица SWOT-анализа в таблице 2. Результаты анализа внешней среды приведены в таблицах 3 – 5.

Таблица 1 – SWOT- анализ. Оценка сильных и слабых сторон

Фактор	Сильные стороны	Слабые стороны
Образовательная деятельность	1. Хорошая информационно-техническая подготовка студентов 2. Хорошая техническая оснащенность 3. Наличие системы управления качеством образования 4. Наличие собственной системы дистанционного обучения 5. Возможность участия в научно-исследовательской деятельности 6. Наличие инновационной инфраструктуры	1. Слабо развита система постоянного мониторинга рынков труда в экономической сфере 2. Недостаточное использование активных методов обучения 3. Ограниченный набор дополнительных образовательных услуг 4. Определенная часть оборудования устарела
Маркетинг	1. Участие в программе повышения конкурентоспособности ВУЗа 2. Доступная стоимость обучения 3. Развитие программ двойного диплома 4. Возможность получения диплома международного образца 5. Исследование спроса на специалистов в экономической сфере 6. Продвижение НИОКР	1. Маркетинговая компания вуза не уделяет внимание получению экономического образования в техническом вузе 2. Сокращение бюджетных мест на экономических специальностях 3. Небольшой выбор стран, участвующий в программах обучения по обмену
Финансы	1. Несколько источников финансирования 2. Получение грантов за разработки и научно-исследовательские работы 3. Планирование бюджета на последующие периоды, путем анализа прошлых лет 4. Открытая финансовую отчетность 5. Развита система стипендиальных выплат	1. Выделение небольшого объема средств на развитие экономического факультета 2. Нерациональное распределение денежных средств
Человеческие (трудовые) ресурсы	1. Высоко квалифицированный педагогический состав 2. Все преподаватели имеют огромный опыт работы со студентами 3. Высокие научные достижения педагогического состава	1. Нехватка кадров

Таблица 2 – Матрица SWOT

Сильные стороны: 1. Высококвалифицированный педагогический состав 2. Хорошая информационно-техническая подготовка студентов экономических специальностей 3. Возможность участия в научно-исследовательской деятельности 4. Участие в программе повышения конкурентоспособности ВУЗа 5. Доступная стоимость обучения	Возможности: Востребованность специалистов с интегрированными знаниями Партнерские отношения с крупными организациями Открытие инновационных специальностей и присоединение институтов Возможность получать приемлемое финансирование при стабильном экономическом росте Создание законопроектов, нацеленных на развитие образования	Угрозы: Развитие и востребованность образования у мощных конкурентов на рынке образования Дефицит источников финансирования экономической области образования Затрудненное обучение преподавательского состава Демографический спад
Слабые стороны: 1. Маркетинговая компания ВУЗа не уделяет внимания привлечения студентов на технические специальности в технический ВУЗ 2. Недостаточно внимания уделяется изучению иностранных языков 3. Недостаточно развитая система обучения по обмену для технических специальностей		1) В связи с быстрым техническим прогрессом может затруднить обучение преподавательского состава университета. Но так как университет имеет высококвалифицированный педагогический состав, который либо уже научен, либо без труда пройдет курсы повышения квалификации, то это поможет избежать нам представленную угрозу. 2) При хорошей информационно-технической подготовки студентов экономических специальностей даже демографический спад, наблюдаемый в последние 10-летие, не позволит потерять предпочтения студентов обучаться в университете. Также данная сильная сторона позволит превзойти мощных конкурентов в области развития экономического образования в техническом университете 3) Возможность участия студентов в научно-исследовательской деятельности университета способна привлечь надежное финансирование со стороны государства, что позволит полноценно развить и стабилизировать подготовку специалистов в экономической сфере и избежать дефицита источников финансирования. 4) Участие университета в повышении конкурентоспособности,

		несомненно, может решить такую угрозу, как развитие и востребованность образования у мощных конкурентов на рынке образования. 5) Доступная стоимость обучения способна превзойти мощных конкурентов в области развития экономического образования в техническом университете и привлечь сильных студентов.
Слабые стороны: 1. Маркетинговая компания ВУЗа не уделяет внимание привлечения студентов на экономические специальности в технический ВУЗ 2. Сокращение бюджетных мест на экономических специальностях 3. Узкий спектр экономических специальностей 4. Недостаточно внимания уделяется изучению иностранных языков 5. Недостаточно развитая система обучения по обмену для экономических специальностей		1) Так как маркетинговая компания ВУЗа не уделяет внимание привлечения студентов на экономические специальности в технический ВУЗ, то может возникнуть угроза конкурентности со стороны не менее сильных ВУЗов, оказывающих качественное экономическое образование и уделяющее должное внимание для привлечений студентов. 2) Сокращение бюджетных мест на экономических специальностях может привести к тому, что ВУЗ потеряет значимое число талантливых студентов, которые предпочтут другие учебные заведения с экономическим образованием. 3) Узкий спектр экономических специальностей не способен привлечь надежное финансирование со стороны государства, что может плачевно сказаться на развитии стабилизированной подготовки специалистов в экономической сфере. И опять же возрастет угроза развитие и востребованность образования у мощных конкурентов на рынке образования в экономической сфере. 4) Так как уделяется недостаточное внимания изучению иностранных языков и недостаточное развитие системы обучения по обмену для экономических специальностей, могут возникнуть такие угрозы, как: демографический спад ,наблюдаемый в последние 10-летие, который итак привел к сокращению числа обучающихся. И, следовательно, благодаря данным слабым сторонам эта угроза будет значимой для университета. И опять же недостаточное внимание иностранным языкам и развития системы по обмену не привлечет потенциальных студентов, а следовательно, возрастет угроза предпочтения образования у более мощных конкурентов.

Таблица 3– Определение возможностей и угроз

Фактор	Возможности	Угрозы
Экономические факторы	1.Возможность получать приемлемое финансирование при стабильном экономическом росте 2. Востребованность специалистов с интегрированными знаниями 3. Подготовка профессионалов для развития коммерческой деятельности собственного технопарка	1. Демографический спад 2. Изменение и резкое повышение курса валют
Фактор конкуренции	1.Партнерские отношения с крупными организациями 2. Открытие инновационных специальностей и присоединение институтов	Развитие и востребованность образования у мощных конкурентов на рынке образования
Политическая среда	1. Гуманитаризация образования 2. Создание законопроектов, нацеленных на развитие образования 3. Возможность участия в грантах, конкурсах и т.п.	1. Дефицит источников финансирования экономической области образования. 2.Высокие темпы изменения нормативно-правовой базы
Технологические факторы	1.Облегчение и ускорение обучения за счет современных технологий 2. Быстрая реакция университета на нововведения и инновации.	1. Низкие расходы государства на технику и оборудование для экономических классов. 2. Обучение преподавательского состава

Таблица 4 – Матрица анализа возможностей внешней среды

Вероятность использования возможностей	Влияние на университет		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая	Партнерские отношения с крупными организациями	Создание законопроектов, нацеленных на развитие образования	Подготовка профессионалов для развития коммерческой деятельности собственного технопарка
Средняя	Возможность получать приемлемое финансирование при стабильном экономическом росте	Облегчение и ускорение обучения за счет современных технологий	Возможность участия в грантах, конкурсах и т.п.
Низкая	Открытие инновационных специальностей и присоединение институтов	Востребованность специалистов с интегрированными знаниями	Гуманитаризация образования

Таблица 5 – Матрица анализа угроз внешней среды

Вероятность реализации угроз	Возможные последствия		
	Разрушающее	Существенное	Незначительное
Высокая	Демографический спад	Дефицит источников финансирования технической области образования.	
Средняя	Изменение и резкое повышение курса валют	Низкие расходы государства на технику и оборудование для лабораторий и компьютерных классов	Развитие и востребованность образования у мощных конкурентов на рынке образования
Низкая		Обучение преподавательского состава	Высокие темпы изменения нормативно-правовой базы

Таким образом, состояние и тенденции развития Кемеровской области, а также роль образовательной, научной и инновационной деятельности СибГИУ позволяют выделить его следующие конкурентные преимущества:

- накоплен уникальный опыт взаимодействия с работодателями в области целевой подготовки студентов и переподготовки кадров, который является передовым в России, учитывая отсутствие соответствующей нормативной базы на государственном уровне.

- университет имеет прочные интеграционные связи с региональным бизнесом через систему подготовки кадров и проведение научных исследований для угледобывающей, химической, металлургической, транспорта, строительства и др., что дает, в частности, возможность формирования положительного имиджа вуза, а также активного вовлечения руководящего эшелона промышленного сектора и администрации области для решения вопросов управления и развития университета;

- в СибГИУ реализуется принцип комплексного подхода к проблеме трудоустройства выпускников, который содействует формированию в вузе системы продвижения выпускников на рынке труда Кузбасса.

СибГИУ является ведущим вузом региона в сегменте подготовки инженерных кадров для ключевых отраслей региона. Таким образом, сформированные конкурентные преимущества и сложившееся позиционирование вуза на рынках образования и исследований позволяют ему ставить дальнейшие задачи по поддержке модернизации экономики региона.

Библиографический список

1. Хорин, А.Н. Стратегический анализ: учебное пособие для вузов/ А.Н. Хорин, В. Э. Керимов. – М.:Эксмо, 2006. – 286 с.:ил.
2. Круглова, Н.Ю. Стратегический менеджмент: учебник для вузов/ Н.Ю. Круглова, М.И. Круглов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.:Высшее образование, 2008. – 492 с.
3. Акмаева, Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент: учебное пособие для вузов/ Р.И. Акмаева,; Астраханский государственный технический универси-тет. – М.:Финансы и статистика, 2006. – 207 с.

4. Герчикова И.Н. Менеджмент: Учебник для вузов/ И.Н. Герчикова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.:ЮНИТИ-ДАНА,2005. – 499 с. – (Золотой фонд российских учебников).

5. Российская Федерация. Гражданский кодекс. Часть первая : [Электронный ресурс]: Консультант-плюс. – М., 2015. – CD-ROM.

6. Российская Федерация. Гражданский кодекс. Часть вторая : [Электронный ресурс]: Консультант-плюс. – М., 2015. – CD-ROM.

УДК 338.33

Рынок Интернет-торговли в России: современное положение и перспективы развития

Пискунова А. Е.¹

Научный руководитель: Пальянова О. В.¹

¹ Новокузнецкий институт (филиал) ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», г. Новокузнецк, Россия

В данной статье рассмотрен уровень проникновения Интернета в России, проанализировано состояние рынка Интернет-торговли в нашей стране и обозначены перспективы его развития.

Ключевые слова: Интернет, Интернет-торговля, online-покупки, Интернет-пользователи.

Современная сфера производства и услуг направлены, в первую очередь, на обеспечение удобств и обустроенной жизни. Наше время, в котором важнейшее значение имеют компьютеризация и информатизация, предоставляет людям огромное количество возможностей для комфортного существования. Это обуславливает мощнейшие темпы развития для самой удобной и доступной сферы продаж – Интернет-торговли. Шанс делать покупки через Сеть дает потребителям безграничный спектр возможностей, таких как: широкий выбор товаров, приобретение их по сниженным ценам, средство для совершения экономической деятельности не выходя из дома. На сегодняшний момент, Интернет-торговля стала неотъемлемой частью экономики любого государства и имеет темпы развития существенно выше темпов развития мировой торговли в целом.

Для определения места Интернет-торговли в экономике России и тенденций ее развития необходимо проследить распространение Интернет-услуг в нашей стране, чтобы яснее понимать специфику этой части рынка торговли.

Согласно результатам исследования Фонда общественного мнения (ФОМ) летом 2016 года суточная аудитория Интернета, то есть люди, которые выходили в Сеть в последние сутки, составила 57% взрослого населения России, ежемесячно же к Интернету имели подключение и доступ 68%. О пользовании Интернетом как о массовом явлении в России стало возможным говорить относительно недавно, по сравнению с развитыми странами Европы и США. По данным агентства eTForecasts в 2001 г. количество пользователей Интернета составило: США – 27,3%, Япония – 10,1%. А в России на 2003 г. было подключено лишь 10 % взрослого населения. Это отставание в интегрированности в Интернет-использование Россия активно пытается сократить, но на сегодняшний день по-прежнему отстает от темпов проникнове-

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ: ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ

СТЕР-анализ как инструмент маркетингового анализа внешней среды ПАО

«Аэрофлот – российские авиалинии»

Морозова А.В.¹, к.т.н. Дубовик Ю.В.¹ 3

Анализ внешних факторов и условий конкурентоспособности вуза на примере
Сибирского государственного индустриального университета

к.т.н. Дубовик Ю.В., Романенко Ю.Е. 7

Рынок Интернет-торговли в России: современное положение и перспективы
развития

Пискунова А. Е.¹ 16

Составляющие коммуникационной политики предприятия и их влияние на
становление и развитие организации

Попова А.Д.¹ 20

Коммуникационная политика организации как фактор развития организации

Попова А.Д.¹, Колесник М.А.¹ 26

Коммуникационная политика предприятия в условиях современных
информационных технологий

Цыш Т.С., Колесник М.А.¹ 30

Бренд как часть коммуникационной политики организации

Цыш Т.С.¹ 33

Тенденции российского рынка одежды

Гафарова Д.А.¹ 37

Коммуникационные решения по продвижению бренда туристской
дестинации «Горнолыжный курорт Шерегеш»

Гафарова Д.А.,¹ Цветкова А.А.² 44

СЕКЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Создание студентами стартап-проектов и их продвижение в молодежной среде

к.э.н. Казанцева Г.Г.¹, д.э.н. Петрова Т.Н.¹, Гудин В.Н.² 50

Проблемы при принятии эффективных управленческих решений в интересах
правильной организации строительства

Анциферова А.И.¹ 54

Исследование внешней и внутренней клиентоориентированности организаций..

Хуснулина А.Р.¹, к.э.н. Мельникова И.Ю.¹ 57

Формирование сбалансированной системы для повышения эффективности АО
«Кузнецкие ферросплавы»

Корнеева И.А.¹ 62

Клиентоориентированность как часть стратегии организаций Кемеровской
области

Пискунова Е. Е.¹, к.э.н. Мельникова И. Ю.¹ 68

Клиентоориентированный бизнес глазами потребителя

Речкова Т.А.¹, к.э.н. Мельникова И.Ю.¹ 72

Эволюция методов управления затратами