- проектов, связанных с экспортом электроэнергии в Китай, расширения сотрудничества в области атомной энергетики, строительство АЭС.
2. Нарастивать поставки Российской машинно-технической продукции и оборудования на Китайский рынок и налаживание взаимовыгодной производственной специализации и кооперации в области машиностроения.
 3. Взаимодействовать в инвестиционной сфере, привлечение Китайских инвестиций в строительство инфраструктурных объектов, их функционирование, создание совместных предприятий в различных отраслях промышленности.
 4. Использовать потенциал российско-китайского экономического сотрудничества для развития регионов России: Дальнего Востока и Сибири.

Итак, хочется сказать, что Россия и Китай всегда были надежными партнерами. Доходы от сотрудничества растут с каждым годом все больше. Поскольку экономическая и политическая ситуация в мире очень нестабильна в последнее время, России и Китаю нужно придерживаться друг друга, поддерживать и вместе нарастить международные торговые отношения.

1. Воронов В.И. Методологические основы формирования и развития региональной логистики: Монография. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного Университета, 2003. – 316 с.
2. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Аникин Б.А.; Родкина Т.А.; Волочиненко В.А.; Заичкин Н.И.; Межевов А.Д.; Федоров Л.С.; Вайн В.М.; Воронов В.И.; Водянова В.В.; Гапонова М.А.; Ермаков И.А.; Ефимова В.В.; Кравченко М.В.; Серова С.Ю.; Серышев Р.В.; Филиппов Е.Е.; Пузанова И.А.; Учирова М.Ю.; Рудая И.Л. Основы логистики. Москва, 2013.
3. Воронов В.И. Международная логистика. Вестник университета (Государственный университет управления). 2014. с.700.
4. Voronov V.I., Voronov A.V., Lazarev V.A., Reva N.I. Preconditions of the logistic structures formation in the far east and their integration with countries of the asian-pacific region ВестникВГУЭС. Научный журнал № 1 – 2002 г.
5. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Аникин Б.А.; Родкина Т.А.; Волочиненко В.А.; Заичкин Н.И.; Межевов А.Д.; Федоров Л.С.; Вайн В.М.; Воронов В.И.; Водянова В.В.; Гапонова М.А.; Ермаков И.А.; Ефимова В.В.; Кравченко М.В.; Серова С.Ю.; Серышев Р.В.; Филиппов Е.Е.; Пузанова И.А.; Учирова М.Ю.; Рудая И.Л. Основные и обеспечивающие подсистемы логистики. Москва, 2013.
6. Лазарев В.А., Воронов В.И. Трансграничная логистика в евразийском таможенном пространстве: монография: / Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. – М.: ГУУ. 2014. -158 с.

Добро В.Г., Кожевникова В.Д.

Опыт внедрения концепции «Бережливое производство» в Республике Татарстан

*Сургутский государственный университет
(Россия, Сургут)*

doi:10.18411/lj-04-2018-72

idsp: 000001:lj-04-2018-72

Аннотация

В данной статье рассмотрен опыт внедрения концепции «Бережливое производство» в Республики Татарстан. Выявлены предпосылки, основные этапы и результаты внедрения концепции. Изучение опыта внедрения концепции является актуальным т.к. в условиях финансовой нестабильности основная задача каждого предприятия не только выстоять в сложных условиях, но и продолжить развиваться. Наиболее современной и эффективной методикой развития предприятия является концепция «Бережливое производство». На основе проведенного исследования

определена эффективность внедрения концепции на основе опыта Республики Татарстан.

Ключевые слова: бережливое производство, Республика Татарстан, ПАО «КамАЗ».

Концепция зародилась в Японии в 50-х годах прошлого века и ее основателем считается Тайити Оно, создававший производственную систему в компании Toyota. Американские же специалисты изучили систему и концептуализировали под наименованием leanproduction, термин «lean» был впервые предложен Джоном Крафчиком к 1988 году.

Применение концепции «Бережливое производство» началось с автомобилестроения, а затем постепенно стало применяться и в торговле, сфере услуг, здравоохранении, системе образования и в других видах деятельности.

Согласно концепции основой производства является клиент. То есть создание реальной ценности товара для потребителя, а именно это исключение всех видов потерь, которые не добавляют ценности товару для потребителя.

Отсюда, бережливое производство – это организация деятельности, ориентированной на создание привлекательности для потребителя путем формирования непрерывного потока создания ценности и постоянного совершенствования процессов организации через вовлечение персонала и устранение всех видов потерь.

Так как концепция оказалась прогрессивной, она получила широкое распространение в нашей стране. Ее популярность обусловлена следующими основными причинами: бережливое производство базируется на таких принципах, которые особо актуальны в кризисном состоянии экономики, направлены на всестороннее снижение потерь, где не требуется больших затрат по ее внедрению и концепция практически сразу дает реальный эффект, который может быть выражен в конкретной экономии денежных средств; история развития бережливого производства является совокупностью историй успеха самых известных компаний в различных отраслях мировой экономики: от автомобильной промышленности до торговых услуг.

В нашей стране заинтересовались концепцией и первый lean форум был проведен в России в 2006 году. Первооткрывателями в России в данном деле на основании исследований является Республика Татарстан.

Таблица 1

*Предпосылки, этапы и результаты внедрения концепции
«Бережливое производство» в Республике Татарстан.*

Предпосылки
1. Современный ритм жизни уже не оставляет шансов на выживание предприятию которое придерживается старых жестких иерархичных структур. Для успешной деятельности любого предприятия необходимо его постоянное развитие и повышение эффективности его деятельности.
2. Проблемы предприятий типичны: огромные запасы, низкое качество продукции, низкая производительность персонала, простои оборудования из-за поломок или неэффективной загрузки, потеря квалифицированных кадров.
3. Ужесточение конкуренции, в основном со стороны зарубежных производителей.
Основные этапы
2010 год - разработана долгосрочная целевая программа «Реализация проекта «Бережливое производство» на 2012-2013 гг.»
2012 год - принята первая в России долгосрочная целевая программа «Реализация методики «Бережливое производство» в Республике Татарстан на 2011-2013 годы», которая направлена на поэтапное повышение эффективности деятельности предприятий.
Программа была продлена и на 2013 – 2015 гг.
2014 год - принят ГОСТ Р 56020-2014 «Бережливое производство».
Результаты (экономический эффект)
По итогам 2013 года – более 6,5 млрд. рублей.
За 9 месяцев 2014 года - 3 млрд рублей.
По итогам 2015 года - 10,2 млрд. рублей.
По итогам 2016 года - 5,43 млрд. рублей.

Начиная с 2000-х годов Министерством промышленности и торговли Республики Татарстан проводилась значительная работа по внедрению принципов бережливого производства. Настоящим прорывом стала целевая программа «Реализация проекта „Бережливое производство“ в Республике Татарстан на 2011–2013 годы». В перечень программных мероприятий входило:

реализация проектов на наукоемких предприятиях Татарстана; создание региональных учебных центров и формирование программ развития предприятий в сфере бережливого производства; разработаны курсы профессиональной подготовки по «Бережливому производству»; проведены Лин-форумы, обучающие семинары, совещания по обмену опытом с участием российских и зарубежных компаний и др. В 2014 году был принят Национальный стандарт Российской Федерации ГОСТ Р 56020-2014 «Бережливое производство. Основные положения и словарь». Заложены основы для официальной добровольной сертификации на соответствие стандартам в области систем менеджмента бережливого производства. Стандарт разработан ООО "Приоритет-БИТ" совместно с рабочей группой, состоящей из представителей ведущих предприятий в области применения Бережливого производства, одним из которых является Торгово-промышленная палата г. Набережные Челны и региона "Закамье". 2015 же год ознаменовался выходом целой серии ГОСТов: ГОСТ Р 56404-2015 (требования к системам менеджмента бережливого производства), ГОСТ Р 56405-2015 (порядок сертификации на соответствие), ГОСТ Р 56406-2015 (вопросы аудита системы менеджмента бережливого производства), ГОСТ Р 56407-2015 (методы и инструменты).

Результатами внедрения концепции в Республике Татарстан является экономический эффект в виде экономии денежных средств по итогам 2013 -2016 гг. около 25 млрд. рублей.

Следует отметить, что первопроходцем и лидером в области применения концепции «Бережливое производство» в Республике Татарстан является ПАО «КамАЗ». Они начали прорабатывать данное направление в 2006 году и добились больших результатов (табл.2).

Таблица 2

Основные результаты развития Производственной системы «КамАЗ» в соответствии с годовым отчётом за 2015 год.

Показатели	Результаты за 2006-2015 годы
Обучено принципам и методам «Бережливое производство» 100% персонала, человек	101 992
Внедрено кайдзен-предложений, шт	1 159 334
Открыто проектов, шт	22 814
Внедрено проектов	17 493
Получен экономический эффект, млрд. руб	33

Таким образом, можно сделать вывод, что «Бережливое производство» является эффективной концепцией для сбережения затрат. Наше исследование привело к тому, что применение принципов концепции «Бережливое производство» имеет экономический эффект и Республика Татарстан активно её внедряет.

1. Концепция «Бережливый регион» в ХМАО-Югре
2. Эксперт. Российский опыт внедрения бережливого производства http://www.up-pro.ru/library/production_management/lean/otsech-lyshnee.html
3. Дивизион «Автобусы» http://ind.kurganobl.ru/assets/files/Beregl_proizv.pdf
4. Внедрение бережливого производства в Республике Татарстан Министерство промышленности и торговли Республики Татарстан http://mpt.tatarstan.ru/file/%D0%92%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%91%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%BE%D0%B4%D1%81%D1

- %82%D0%B2%D0%B0_%D0%B2_%D0%A0%D0%A2_%D0%B2_2013_%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83.docx
5. Бережливое производство сэкономило Татарстану 10,2 млрд. рублей
<https://rt.rbc.ru/tatarstan/freenews/57e90fc09a794725b49d4b2e>
 6. Годовой отчет ПАО «КамАЗ»
[file:///C:/Users/Media/Downloads/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%9F%D0%90%D0%9E%20%D0%9A%D0%90%D0%9C%D0%90%D0%97%20%D0%B7%D0%B0%202015%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Media/Downloads/%D0%93%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%9F%D0%90%D0%9E%20%D0%9A%D0%90%D0%9C%D0%90%D0%97%20%D0%B7%D0%B0%202015%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%20(2).pdf)
 7. Национальный стандарт Российской Федерации Бережливое производство. Основные положения и словарь. <http://docs.cntd.ru/document/1200110957>

Иванов К.А.¹, Воробьева Н.С.¹, Гостилович А.О.².

Социальные боты в современности. Как тролли помогают политическим организациям

¹Московский Государственный Технический Университет имени Н.Э.Баумана

²МГУ

(Россия, Москва)

doi:10.18411/lj-04-2018-73

idsp: 000001:lj-04-2018-73

Аннотация

Данная статья посвящена описанию социальных ботов, принципам их работы и применению в маркетинге.

Ключевые слова: боты, социальные сети, медиа, контент, маркетинг.

Abstract

This article describes social bots, the principles of their work and application in marketing.

Keywords: bots, social networks, media, content, marketing.

С современной тенденцией развития информационных технологий, появляется все больше способов манипуляции человеческим сознанием. Социальные сети стали одной из главных площадок для подобных действий. Социальные медиа быстро становятся самым важным инструментом, используемым для бизнеса, и все чаще прибегают к использованию социальных ботов. В современном понимании «социальные боты» – это программы, созданные для имитации поведения людей в социальных сетях. Социальные боты – это учетные записи, контролируемые программным обеспечением, алгоритмически генерирующие контент и устанавливающие взаимодействия [6]. Чаще всего их использованию прибегают интернет-маркетологи и киберпреступники. Боты в социальных сетях – мощная сила, способная повлиять на общественное мнение. Они способны эффективно похищать персональные данные пользователей, а также вводить пользователей в заблуждение с целью искусственно вызвать их интерес к тем или иным веб-ресурсам.

В отличие от обычного бота, социальный бот убеждает другого пользователя в том, что он настоящий человек. Исследователи из Университета Южной Калифорнии и Университета Индианы выяснили, что между 9% - 15% активных учетных записей Twitter являются ботами [1]. В 2014 году отчет о доходах в четвертом квартале в Facebook показал, что между 5,5% - 11,2% учетных записей Facebook были дублирующими, злонамеренными или «фальшивыми» [1]. В июне 2015 года исследователи из итальянских исследователей выяснили, что 8,2% 300 000 пользователей Instagram были ботами. Увеличение числа социальных ботов затруднит использование платформ социальной сети, таких как Twitter, Facebook, Вконтакте и Instagram, для регулирования проблемы поддельных новостей, высказываний ненависти и дезинформации [1].