

Научная статья**УДК 331.1****DOI: 10.25683/VOLBI.2022.60.389****Tatiana Yrievna Sinyuk**

Candidate of Economics, Associate Professor,
Head of the Department of Anti-Crisis
and Corporate Management,
Rostov State University of Economics
Rostov-on-Don, Russian Federation
t_sinyuk@mail.ru

Tatyana Nikolaevna Prokopets

Candidate of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Anti-Crisis
and Corporate Management,
Rostov State University of Economics
Rostov-on-Don, Russian Federation
hatani@mail.ru

Anna Stanislavovna Li

Candidate of Economics, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of State Municipal
Management
and Economic Security,
Rostov State University of Economics
Rostov-on-Don, Russian Federation
lianya2008@yandex.ru

Татьяна Юрьевна Синюк

канд. экон. наук, доцент,
заведующий кафедрой антикризисного
и корпоративного управления,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
Ростов-на-Дону, Российская Федерация
t_sinyuk@mail.ru

Татьяна Николаевна Прокопец

канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры антикризисного
и корпоративного управления,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
Ростов-на-Дону, Российская Федерация
hatani@mail.ru

Анна Станиславовна Ли

канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры государственного муниципального
управления
и экономической безопасности,
Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)
Ростов-на-Дону, Российская Федерация
lianya2008@yandex.ru

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КРІ ДЛЯ ОФИЦИАНТОВ

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

Аннотация. Устойчивость функционирования ресторанного бизнеса напрямую зависит от уровня удовлетворенности потребителей качеством предоставляемых услуг. Проблематика качества услуг заключается в ее неосвязаемости и невозобновляемости. В этой связи возникает множество вопросов при формировании показателей оценки персонала ресторана. Так как в наибольшей контактной зоне с потребителем находится официант, то мы предполагаем, что он является ключевым звеном, формирующим качество предоставляемой услуги, поэтому в рамках настоящего исследования акцент был сделан именно на оценке эффективности официантов.

Исходными данными для настоящего исследования послужили отзывы потребителей на цифровых площадках, личные исследования авторов, информационно-аналитические материалы по заявленной тематике.

Предмет исследования — формирование показателей эффективности персонала в ресторанном секторе.

Гипотеза исследования заключается в том, что формировать ключевые показатели эффективности необходимо основываясь на значимых предпосылках и проблемных

зонах, решение которых способствует достижению целевых приоритетов организации.

Результаты исследования могут быть применены в ресторанном секторе при условии адаптации к реалиям бизнес-структуры, согласно описанной последовательности действий. В качестве инструментария для проведения исследования были использованы: кабинетный анализ, сравнительный анализ, системный и ситуационный подход. В результате проведенного исследования предложен набор показателей для оценки эффективности работы официантов, представлен механизм формирования нормативных значений, отражены поддерживающие сервисы для внедрения рекомендуемых показателей.

Направление будущих исследований будет сконцентрировано на практическом подходе к формированию ключевых показателей эффективности для ресторанного сектора в зависимости от должностей и выработки унифицированного алгоритма формирования данных показателей, опирающегося на систему принципов.

Ключевые слова: ресторан, официант, отзывы потребителей, предпосылки, КРІ, эффективность, персонал, удовлетворенность, качество, услуга

Для цитирования: Синюк Т. Ю., Прокопец Т. Н., Ли А. С. Специфика формирования показателей КРІ для официантов // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 3 (60). С. 209—213. DOI: 10.25683/VOLBI.2022.60.389.

Original article**THE SPECIFICITY OF FORMING KPI INDICATORS FOR WAITERS**

08.00.05 — Economics and management of national economy

Abstract. The sustainability of the restaurant business directly depends on the level of customer satisfaction with the quality of the services provided. The problem of service quality lies in

its intangibility and non-renewability. In this regard, many questions arise in the formation of indicators for assessing restaurant personnel. Since the waiter is in the largest contact zone with the

consumer; we assume that he is a key link in shaping the quality of the service provided, therefore, in this study, the emphasis is placed on evaluating the effectiveness of waiters.

The initial data for this study are consumer reviews on digital platforms, personal research of the authors, information and analytical materials on the stated topic.

The subject of the research is the formation of personnel performance indicators in the restaurant sector.

The hypothesis of the study is that it is necessary to form key performance indicators based on significant prerequisites and problem areas, the solution of which contributes to the achievement of the organization's target priorities.

The results of the study can be applied in the restaurant sector; subject to adaptation to the realities of the business struc-

ture, according to the described sequence of actions. As tools for the study are used: desk analysis, comparative analysis, systemic and situational approach. As a result of the study, a set of indicators is proposed to assess the effectiveness of the work of waiters, a mechanism for the formation of standard values is presented, and supporting services for the implementation of recommended indicators are reflected.

The direction of future research will be focused on practical approaches to the formation of key performance indicators for the restaurant sector; depending on the positions and the development of a unified algorithm for the formation of these indicators, based on a system of principles.

Keywords: restaurant, waiter, consumer reviews, background, KPI, efficiency, staff, satisfaction, quality, service

For citation: Sinyuk T. Y., Prokopets T. N., Li A. S. The specificity of forming KPI indicators for waiters. *Business. Education. Law*, 2022, no. 3, pp. 209—213. DOI: 10.25683/VOLBI.2022.60.389.

Введение

Актуальность тематики исследования заключается в том, что формирование оценочных показателей для специалистов различных должностей приобретает все большую значимость, так как позволяет руководителю, с одной стороны, выявить ключевые этапы бизнес-процессов, оказав воздействие, на которое можно достигать результата, а с другой стороны, такой инструментарий, как KPI, интегрирует мотивационную часть и целевые приоритеты персонала.

Изученность проблемы. Вопросами формирования системы KPI занимаются многие исследователи. О. Ю. Шмелев [1] обращает внимание на «правильность установления количественных значений KPI конкретных бизнес-процессов и их соответствие стратегическим целям компании». Кроме того, автор отмечает необходимость выявления мотиваторов для достижения сотрудниками KPI. О. М. Туманова [2] рассматривает вопросы взаимосвязи KPI и бюджетирования, акцентирует внимание на формировании синергетического эффекта за счет интеграции двух подходов. А. Р. Бадретдинова, Л. В. Вильданова [3] изучают проблематику KPI в телекоммуникационных компаниях, Е. В. Самохвалова, А. Н. Дронова [4] исследуют данный вопрос относительно госсектора. Нами также ранее уделялось внимание формированию системы KPI для менеджеров по продажам [5] и рассматривались взаимосвязи между KPI и КТУ [6]. Особый интерес вызывает работа «Эффективность, как основа KPI» М. В. Виниченко [7], где автор не просто иллюстрирует внедрение концепции на одном направлении, а показывает как один и тот же инструмент может быть эффективен на примере «Леруа Мерлен Восток» и неэффективен на примере ППС вуза.

Целесообразность разработки темы. Несмотря на популярность и изученность проблематики, по-прежнему остается недостаточно изученным прикладной аспект формирования системы KPI для ресторанного сектора, в частности для официантов. С нашей точки зрения, нет единого универсального набора показателей для оценки эффективности персонала, так как они формируются исходя из целевых приоритетов и проблемных зон конкретной организации.

Научная новизна состоит в исследовании предпосылок формирования KPI для ресторанного сектора по должности официанта в зависимости от их стратегических приоритетов и проблемных зон, что позволило предложить новый подход к оценке эффективности персонала ресторана и разработать систему KPI для ресторана «Воздушно».

Цель исследования заключается в разработке показателей KPI для сотрудников ресторанного бизнеса — официантов. **Задачи** исследования: определить предпосылки формирования KPI для сотрудников ресторанного сектора; представить систему KPI для официантов на примере ресторана «Воздушно» (г. Ростов-на-Дону); определить нор-

мативные значения для KPI и охарактеризовать инструменты поддержки для внедрения KPI в ресторане.

Теоретическая значимость заключается в методической разработке показателей KPI для сотрудников ресторанного сектора — официантов.

Практическая значимость работы заключается в возможности внедрения предложенной системы KPI в ресторане «Воздушно» и ее адаптации для других ресторанов в зависимости от их стратегических приоритетов и проблемных зон.

Методология. В рамках исследования использовались сравнительный и кабинетный анализ, системный и ситуационный подход. Источниками информации послужили материалы периодической литературы, отзывы потребителей на цифровых интернет-площадках.

Основная часть

Для разработки KPI воспользуемся мониторингом отзывов в интернете, чтобы выявить наиболее узкие места именно в системе управления персоналом ресторана «Воздушно». Мы проанализировали отзывы с различных сайтов и поисковиков: afisha.ru, 2gis.ru, restaurantguru.ru, google.com, yandex.ru. Особое внимание уделяли негативным или отрицательным отзывам. Отметим, что руководство ресторана не ведет работу по отработке отзывов в цифровом пространстве, нет ответов посетителям ни на положительные, ни на отрицательные отзывы. Систематизация отзывов представлена в табл. 1.

Некоторые отзывы повторяются или есть подобные жалобы на разных цифровых сервисах. На рис. представлена частота замечаний и негативных отзывов по категориям персонала.

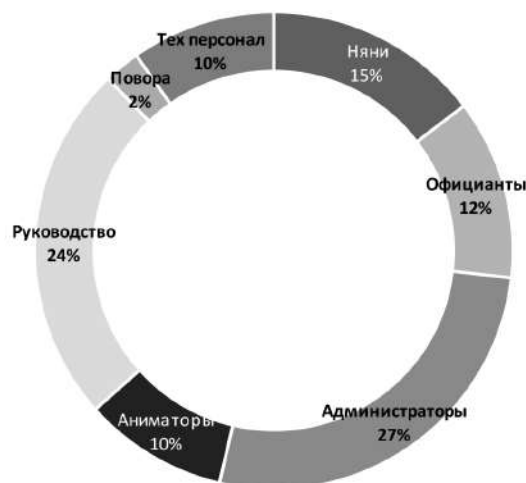


Рис. Распределение долей негативных отзывов по категориям персонала ресторана «Воздушно» (составлено авторами)

Выявление недостатков в управлении персоналом по отзывам потребителей за 2021—2022 год [8]

Источник	Недостатки, отмеченные в отзыве	Должность персонала	Принятые меры	Удовлетворенность потребителя
www.afisha.ru [8] https://2gis.ru [9] https://restaurantguru.ru [10]	Недосмотр за ребенком, ребенок упал с лестницы, рассечение переносицы, не вызвали скорую помощь, угроза подать жалобу в прокуратуру на предмет соблюдения норм безопасности	Няни	Салфетка, лед, сертификат на повторное посещение	Не удовлетворен, не придет повторно, не рекомендует ресторан
www.google.com [11] https://restaurantguru.ru	Презрительно относится к детям, может оттолкнуть ребенка, залипает в телефоне		Не указано	Не удовлетворен, не рекомендует при посещении именно нянь
www.google.com	Не любит детей, жестко хватает, ругается с родителями Посетители сами взяли меню, официанты не знают, из какого теста состоит блюдо, неправильно приняли заказ, не в том порядке подали блюда, как просили гости	Официанты		Не удовлетворен
https://yandex.ru [12] https://restaurantguru.ru	Не занимаются и не играют с детьми	Аниматоры	Не указано	Не удовлетворен, не придет повторно, не рекомендует ресторан
	Разочарование — игрушки и костюмы требуют обновления	Администраторы и руководство		
	Неспешные официанты, неправильная подача блюд: одним все принесли, а другие сидят и ждут	Официанты		
	Официанты «на пофигизме», не убирают столы своевременно, грязно	Официанты, тех персонал		
https://yandex.ru https://restaurantguru.ru	Дорого — ребенку 2 часа не хватает, а целый день он там не проведет, нет предложения на 3 часа	Администраторы и руководство		
https://yandex.ru	Дорого, неудобный туалет, не хватает всем тапочек	Администраторы и руководство		
https://2gis.ru	Ошибки в бронировании, заказ сделан за месяц, внесена предоплата 50 % — не перезвонили и время брони было занято, сорвали праздник — день рождения		Предложили время накануне дня рождения	
https://2gis.ru https://restaurantguru.ru	Аниматоры не занимаются детьми, ругаются на детей, недовольные лица, администраторы не оказывают никакого содействия	Аниматоры, администраторы	Не указано	
https://restaurantguru.ru	В меню нет постных блюд	Повара		

Из табл. 1 видно, что аутсайдерами по отзывам и оценке компетенций потребителями являются сотрудники ресторана по таким должностям, как: руководство (управляющий); администраторы; няни; официанты; аниматоры; техперсонал.

Исходя из этого мы можем предложить руководству: уделять внимание формированию ценовой политики; мониторить потребность клиентов по обновлению меню и введению постных блюд; разработать и предложить потребителям иные тарифные пакеты на посещение игрового пространства — например, 3 часа за 400 рублей; уделять внимание отработке отзывов в интернет-пространстве; проводить оценку удовлетворенности потребителей; проводить оценку официантов, аниматоров, нянь на знание своих обязанностей и давать оценку их компетентности; провести оценку работы администраторов. Для такой позиции, как аниматоры, няни и официанты, мы рекомендуем введение системы KPI. В рамках настоящего исследования мы предлагаем KPI для официантов, так как именно они находятся в контактной зоне с потребителем и от их производительности во многом зависит удовлетворенность потребителей [13—16].

Результаты. Мы предлагаем оплату труда официантов разделить на две части, первая часть — это окладная форма в размере МРОТ в зависимости от количества отработанных дней и часов. Вторая часть — это премиальная часть,

которая определяется по итогам расчета KPI. В табл. 2 представлены ключевые показатели эффективности, которые мы предлагаем внедрить для официантов.

Отметим, что для предложения норматива по количеству проданных блюд в месяц мы использовали данные по выручке за 2021 год, что позволило нам определить среднегодовую величину продаваемых позиций, исходя из величины среднего чека. С нашей точки зрения, должна быть дифференциация показателя по сезону и несезону, но для такой проработки нужна более подробная управленческая отчетность, доступа к которой на данный момент нет.

Расчет норматива был произведен следующим образом $3\,031\,000$ рублей / $1\,700$ рублей с человека = $1782,9$ человека в год; $1782,9$ / 12 месяцев = $148,5$ человек в месяц; $148,5$ человек в месяц / 25 календарных дней = 6 человек в день. 6 человек в день \times 3 блюда = 18 позиций в день, 18 позиций в день \times 25 рабочих дней = 450 .

Для оценки показателя уровня сервиса (официант) можно использовать приложение или Google-форму с QR-кодом. Чтобы замотивировать посетителей оставлять отзывы и оценки по QR-коду, можно объявить о том, что раз в месяц будет проводиться розыгрыш сертификата на посещение — либо самого пространства ресторана «Воздушно», либо театрализованного занятия, либо на посещение стоматологии «Бобренюк».

Показатели оценки эффективности для официантов ресторана «Воздушно» (составлено авторами)

Наименование показателя	Норматив	Выполнение норматива	Размер бонуса
Количество проданных блюд в месяц	445—450 позиций (среднегодовой норматив) в месяц	Меньше 250 позиций в месяц	—
		От 250 до 350 позиций в месяц	2 % от суммы продаж
		От 350 до 450 позиций в месяц	3 % от суммы продаж
Средний чек	1700 рублей	Меньше 60 % — бонус не выплачивается	—
		От 60 % до 100 % — бонус выплачивается в указанном объеме	10 % от суммы
		Выше 150 %	12 % от суммы
Уровень сервиса по оценкам потребителей	5 баллов	До 3 баллов включительно	—
		4 балла	Возможность уйти с работы на 2 часа раньше в течение недели следующего месяца
		5 баллов	Дополнительный оплачиваемый выходной
Аттестация на знание шагов сервиса и правил подачи блюд	Тестирование с помощью гугл-формы, 100 % правильных ответов	Меньше 80 %	—
		От 80 % до 100 %	1000 рублей

Кроме гугл-формы, можно воспользоваться таким приложением и сервисами, как:

– [surveymonkey.com](https://ru.surveymonkey.com/mp/mobile-surveys) (<https://ru.surveymonkey.com/mp/mobile-surveys>) — есть как бесплатный, так и платные тарифы, рекомендуется на первоначальном этапе пробовать бесплатный тариф и только потом уже переходить к выбору платного, если понравится;

– первый бит с приложением БИТ.Качество (<https://rostov.lcbit.ru/company/news-rostov/341572>) — есть мобильная версия приложения, интегрируется с 1С, одна лицензия основная — 10 000 рублей, 5 лицензий дополнительных — 25 тысяч рублей;

– [foquz](https://foquz.ru) (<https://foquz.ru>) — от 7 рублей за заполненную анкету с включенной статистикой и обработкой;

– [testograf](https://www.testograf.ru) (<https://www.testograf.ru>) — годовая лицензия 34 990 рублей.

Есть и другие приложения, но их стоимость достаточно высока, что не оправдано для тестирования показателя КРП.

Отметим, что необходимо заранее уведомить сотрудников о системе внедрения КРП, рассказать им как производится расчет и оценка. При внедрении первые два месяца

рассматривать как пробные, по итогам возможно внесение корректировок в нормативы. Об этом также надо предупредить персонал. В дальнейшем мы рекомендуем обновлять показатели не чаще одного раза в год. И по совокупности обновлять не более 50 % показателей.

Заключение

Формирование системы КРП не носит унифицированный характер, набор и структура зависят от специфики деятельности компании и от должности, для которой разрабатываются показатели оценки. При разработке КРП необходимо опираться на концептуальные принципы, единые для всех, а именно согласованность показателей с целями организации, адекватность установления нормативных значений, определение предпосылок формирования показателей — проблемные зоны и степень их влияния на приоритетные цели, ясность формирования КРП и сохранение их мотивационной функции для сотрудников. Использовать рекомендуемый набор показателей для оценки эффективности персонала в выбранном секторе можно при условии адаптации как показателей, так и нормативных значений к специфике конкретной бизнес-структуры.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Шмелев О. Ю. КРП — базис мотивации // Век качества. 2010. № 5. С. 38—38.
2. Туманова О. М. Методология проекта по разработке и внедрению КРП на предприятии: синергический эффект объединения систем КРП и бюджетирования // Управление развитие персонала. 2021. № 1. С. 40—49.
3. Бадретдинова А. Р., Вильданова Л. В. Мотивация персонала телекоммуникационных компаний на базе КРП // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2022. № 1(163). С. 97—100.
4. Самохвалова Е. В., Дронова А. Н. К вопросу об использовании КРП как нового инструмента оценки эффективности деятельности государственных гражданских служащих // Modern Science. 2021. № 11-4. С. 292—297.
5. Синюк Т. Ю., Дрыгин Л. Н. Праксеологические основы формирования ключевых показателей эффективности менеджеров по продажам // Вестник Академии знаний. 2020. № 2(37). С. 300—305.
6. Синюк Т. Ю., Казмирова Н. Г. КРП и КТУ как базис формирования мотивационной части сотрудников современной организации // Вестник Академии знаний. 2020. № 2(37). С. 306—309. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42770132>.
7. Виниченко М. В. Эффективность, как основа КРП // Материалы ивановских чтений. 2015. № 5(5). С. 209—216.
8. URL: <https://www.afisha.ru/rostov-na-donu/restaurant/vozdushno-492645>.
9. URL: <https://2gis.ru/rostov/firm/70000001040677473/tab/reviews>.
10. URL: <https://restaurantguru.ru/Vozdushno-Rostov-on-Don/reviews?bylang=1>.
11. URL: <https://www.google.com/maps>.
12. URL: <https://yandex.ru/maps/org/vozdushno>.
13. Whitney D. L., Stuenkel K. Focusing attention on your Waitstaff's performance // The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly. 1989. Vol. 29. Iss. 4. Pp. 40—44. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0010880489800138>.

14. The impact of developmental experience, empowerment, and organizational support on catering service staff performance / Irene Hau-siu Chow, Thamis Wing-chun Lo, Zhenquan Sha, Jiehua Hong // *International Journal of Hospitality Management*. 2006. Vol. 25. Iss. 3. Pp. 478—495. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.03.002>.

15. Xiaodong Li, Chuang Wang, Juho Hamari. Frontline employees' compliance with fuzzy requests: A request-appraisal-behavior perspective // *Journal of Business Research*. 2021. Vol. 131. Pp. 55—68. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.052>.

16. Jin Ho Jung, Tom J. Brown, Alex R. Zablah. How Customer Requests Influence Frontline Employee Job Outcomes: The Role of Personal Appraisal Tendencies and Situational Customer Demandingness // *Journal of Retailing*. 2022. Vol. 98. Iss. 2. Pp. 315—334. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.005>.

REFERENCES

1. Shmelev O. Yu. KPI — the basis of motivation. *Century of quality*, 2010, no. 5, pp. 38—38. (In Russ.)
2. Tumanova O. M. Methodology of the project for the development and implementation of KPI at the enterprise: the synergistic effect of combining KPI systems and budgeting. *Management of personnel development*, 2021, no. 1, pp. 40—49. (In Russ.)
3. Badretdinova A. R., Vildanova L. V. Motivation of personnel of telecommunication companies based on KPI. *Economics and management: scientific and practical journal*, 2022, no. 1, pp. 97—100. (In Russ.)
4. Samokhvalova E. V., Dronova A. N. On the issue of using KPI as a new tool for assessing the effectiveness of public civil servants. *Modern Science*, 2021, no. 11-4, pp. 292—297. (In Russ.)
5. Sinyuk T. Yu., Drygin L. N. Praxeological foundations for the formation of key performance indicators of sales managers. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2020, no. 2, pp. 300—305. (In Russ.)
6. Sinyuk T. Yu., Kazimirova N. G. KPI and KTU as a basis for the formation of the motivational part of employees of a modern organization. *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2020, no. 2, pp. 306—309. (In Russ.) URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=42770132>.
7. Vinichenko M. V. Efficiency as the basis of KPI. *Proceedings of the conference Ivanovo reading*, 2015, no. 5, pp. 209—216. (In Russ.)
8. URL: <https://www.afisha.ru/rostov-na-donu/restaurant/vozdushno-492645>.
9. URL: <https://2gis.ru/rostov/firm/70000001040677473/tab/reviews>.
10. URL: <https://restaurantguru.ru/Vozdushno-Rostov-on-Don/reviews?bylang=1>.
11. URL: <https://www.google.com/maps>.
12. URL: <https://yandex.ru/maps/org/vozdushno>.
13. Whitney D. L., Stuenkel K. Focusing attention on your Waitstaff's performance. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1989, vol. 29, iss. 4, pp. 40—44. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0010880489800138>.
14. Irene Hau-siu Chow, Thamis Wing-chun Lo, Zhenquan Sha, Jiehua Hong. The impact of developmental experience, empowerment, and organizational support on catering service staff performance. *International Journal of Hospitality Management*, 2006, vol. 25, iss. 3, pp. 478—495. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.03.002>.
15. Xiaodong Li, Chuang Wang, Juho Hamari. Frontline employees' compliance with fuzzy requests: A request-appraisal-behavior perspective. *Journal of Business Research*, 2021, vol. 131, pp. 55—68. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.052>.
16. Jin Ho Jung, Tom J. Brown, Alex R. Zablah. How Customer Requests Influence Frontline Employee Job Outcomes: The Role of Personal Appraisal Tendencies and Situational Customer Demandingness. *Journal of Retailing*, 2022, vol. 98, iss. 2, pp. 315—334. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.005>.

Статья поступила в редакцию 28.07.2022; одобрена после рецензирования 29.07.2022; принята к публикации 05.08.2022.
The article was submitted 28.07.2022; approved after reviewing 29.07.2022; accepted for publication 05.08.2022.

Обзорная статья

УДК 621.039

DOI: 10.25683/VOLBI.2022.60.390

Lyubov' Nikolaevna Shapkina

Candidate of Economics,
Applicant of the Department of Management and Marketing,
Belgorod State
National Research University
Moscow, Russian Federation
luba.1982@mail.ru

Любовь Николаевна Шапкина

канд. экон. наук,
соискатель кафедры менеджмента и маркетинга,
Белгородский государственный
национальный исследовательский университет
Москва, Российская Федерация
luba.1982@mail.ru

ФАКТОРИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ АТОМНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА В КОНТЕКСТУАЛЬНЫХ РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

08.00.05 — Экономика и управление народным хозяйством

Аннотация. В статье рассмотрены основные факторы развития атомной энергетики в рамках глобального энергетического баланса. В рамках современного экономического пространства атомная отрасль является одной из ключевых, стратегически важных отраслей отечественной экономики как страны в целом, так и отдельных ее регионов,