МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

МАТЕРИАЛЫ

XI Международной научно-практической конференции

XI International scientific-practical Conference

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС.
ЭКОСИСТЕМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

STATE AND BUSINESS.
ECOSYSTEM OF DIGITAL ECONOMICS

Том 5

24-26 апреля 2019 года
Санкт-Петербург

24-26 April 2019
St. Petersburg

ББК 65
УДК 33

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. ЭКОСИСТЕМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: Материалы XI Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербург, 24-26 апреля 2019 г. / Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. Том 5. – 249 с.

ISBN 978-5-4268-0032-8

ISBN 978-5-4268-0045-8

© Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ, 2019

Тираж 500 экз.

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПРОГРАММНОГО КОМИТЕТА

Казанская О.А. – заместитель директора Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, кандидат экономических наук, доцент (Россия, г. Санкт-Петербург).

СОПРЕДСЕДАТЕЛИ ПРОГРАММНОГО КОМИТЕТА:

Квинт В.Л. – научный руководитель факультета экономики и финансов Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор политической экономии, иностранный член Российской академии наук (Россия, г. Санкт-Петербург).

Исаев А.П. – декан факультета Экономики и финансов Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор исторических наук, профессор (Россия, г. Санкт-Петербург).

Чижиков С.М. – декан факультета таможенного администрирования и безопасности Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, кандидат психологических наук, профессор кафедры (Россия, г. Санкт-Петербург).

Конягина М.Н. – руководитель образовательного направления «Экономика» Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор экономических наук, доцент (Россия, г. Санкт-Петербург).

Наумов В.Н. – заведующий кафедрой «Бизнес-информатика» Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор военных наук, профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации (Россия, г. Санкт-Петербург).

Нещерет А.К. – заведующий кафедрой «Менеджмент» Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, кандидат экономических наук, доцент (Россия, г. Санкт-Петербург).

Куклина Е.А. – руководитель направления магистратуры Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор экономических наук, доцент (Россия, г. Санкт-Петербург).

ПРОГРАММНЫЙ КОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Акимов А.И. – Генеральный директор ООО «ФалконГейз» (Россия, г. Москва).

Алейник Я.А. –Генеральный директор группы компаний «ГК «Омега» (Россия, г. Санкт-Петербург).

Байнев В.Ф. – профессор кафедры Менеджмента Белорусского государственного университета, эксперт консультационного совета Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь доктор экономических наук, (Беларусь, г. Минск).

Бельский В.И. – директор Института экономики Национальной академии наук Беларуси, кандидат экономических наук, доцент (Белорусь, Минск).

Вайнгорт В.Л. – доктор экономических наук, Балтийский институт жилищной экономики и политики, главный редактор журнала «Налоги и бухгалтерский учет. Экспресс-консультация» (Эстония, г. Таллин).

Дронов Р.В. – заведующий кафедрой Экономическая безопасность Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, кандидат юридических наук, профессор (Россия, г. Санкт-Петербург).

Елисеева И.И. – директор Социологического института РАН, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН (Россия, г. Санкт-Петербург).

Клебанова Т.С. – заведующая кафедрой Экономической кибернетики Харьковского национального экономического университета им. С. Кузнеца, доктор экономических наук, профессор (Украина, г. Харьков).

Кобзаренко В.Б. – директор Ассоциации «Саморегулируемая организация «Строители Ленинградской области», кандидат экономических наук (Россия, г. Санкт-Петербург).

Кузьмин Н.А. — депутат законодательного собрания Ленинградской области, председатель комиссии по экологии и природопользованию (Россия, Санкт-Петербург).

Матвеев А.В. – член-корреспондент Петровской академии наук и искусств, доцент Санкт-Петербургского университета ГПС МЧС России, кандидат технических наук, доцент (Россия, г. Санкт-Петербург).

Москаленко В.Н. – председатель Комитета по экономической политике и стратегическому планированию Санкт-Петербурга (Россия, Санкт-Петербург).

Муминов Х.Х. – доктор физико-математических наук, профессор, член-корреспондент Академии наук Республики Таджикистан (Таджикистан).

Новыш Б.В. – заведующий кафедрой «Управление информационными ресурсами» Академии управления при Президенте Республики Беларусь, кандидат физико-математических наук, доцент (Белоруссия, г. Минск).

Нюнин И.Г. — Первый заместитель председателя комитета финансов Ленинградской области (Россия, г. Санкт-Петербург).

Паромов А.Ю. – председатель комитета по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербургской торгово-промышленной палаты, кандидат технических наук (Россия, г. Санкт-Петербург)

Перекрест В.Т. – заведующий лабораторией Санкт-Петербургского экономико-математического института РАН, доктор физико-математических наук, старший научный сотрудник (Россия, г. Санкт-Петербург)

Петросян В.Г. – доцент кафедры Истории и теории прессы Ереванского государственного университета, кандидат философских наук, (Армения, г. Ереван).

Погорелов М.А. – депутат Законодательного собрания СПб, зам. председателя бюджетно-финансового комитета, (Россия, г. Санкт-Петербург).

Пустотин Н.И. – заместитель председателя Законодательного собрания. Законодательного Собрания Ленинградской области, кандидат медицинских наук (Россия, г. Санкт-Петербург).

Саакян А.К. – заведующий кафедрой Теории и истории социологии Ереванского государственного университета, доктор социологических наук, профессор (Армения, г. Ереван).

Суслов В.И. – заместитель директора по научной работе Института Экономики и организации промышленного производства СО РАН, заведующий Лабораторией моделирования и анализа экономических процессов, доктор экономических наук, профессор, член-корреспондент РАН (Россия, г. Новосибирск).

Толстогузов О.В. - доктор экономических наук, профессор, Институт экономики Карельского научного центра РАН (г. Петрозаводск, Россия).

Хоменко В.В. – доктор экономических наук, профессор, Академия наук Республики Татарстан (г. Казань, Россия).

Чекмарев В.В. – доктор экономических наук, профессор, Костромской государственный университет (г. Кострома, Россия).

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ОРГКОМИТЕТА КОНФЕРЕНЦИИ:

Наумов В.Н. – заведующий кафедрой «Бизнес-информатика» Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, доктор военных наук, профессор, Заслуженный деятель науки Российской Федерации (Россия, г. Санкт-Петербург).

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ ОРГКОМИТЕТА:

Столбова О.Г. — заместитель декана факультета Экономики и финансов Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации» (Россия, г. Санкт-Петербург.

СОДЕРЖАНИЕ

Секция ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Горин Е.А., Имзалиева М.Р. Современный менеджмент и профессиональные компетенции в цифровой экономике 8

Маленков Ю.А.О новой научной методологии оценки стратегической устойчивости предприятий депрессивных регионов 12

Семенов В.П. Проблемы развития интегрированных систем менеджмента..... 15

Дышловой И.Н. Перспективы формирования муниципальной экономико-социальной мотивационной модели стимулирования молодых специалистов 21

Растова Ю.И., Бородулина С.А. Операционная эффективность как концепт современного менеджмента 25

Иванова О.Е., Абрашкин М.С. Инновационная составляющая управления затратами промышленного сектора экономики 27

Рязанова В.А. Механизмы управления реализацией муниципальных программ 29

Муравьева Н.Н. Оценка эффективности формирования капитала на предприятиях малого бизнеса..... 32

Семенова З.А. Менеджмент медицинского туризма в системе территориального здравоохранения..... 37

Шмелева Ж.Н. Концепция “agile office” как средство повышения эффективности работы сотрудников компании 41

Колчанов В.Б. Цифровизация маркетинга: тренды и перспективы 44

Ушаков М.В. Корпоративная культура как фактор, определяющий конкурентоспособность организации..... 49

Козлова В.М. Бизнес-план как основа стратегии предприятия..... 54

Ерёмин М.Ю. Причины становления клиенториентированной концепции сервисного сопровождения военной авиационной техники 57

Фокина Е.М., Зозуля Д.М. Система управления персоналом организации: основные элементы и особенности функционирования..... 62

Грозаву И.И. Перспективные направления взаимодействия государства и бизнеса в рамках реализации национального проекта «Образование» 66

Алиев О.М. Особенности рисков при внедрении ERP-систем в строительном бизнесе.. 68

Рященко А.Б., Кучина О.В. HR-тренды: новое в мотивации персонала..... 71

Рященко А.Б., Кучина О.В. Проектный подход в VUCA мире: компетенции нового лидера 73

Бялт В.С., Трипутин С.Н. Актуальные проблемы правового регулирования условий службы в органах внутренних дел на современном этапе административно-правовой реформы в Российской Федерации..... 77

Семенихина А.В. Инструменты повышения эффективности функционирования промышленных предприятий..... 80

Дорофеева Л.В. Долгосрочное планирование устойчивостью социально-экономического пространства..... 85

Степанов В.А. Информационная компетентность – основа конкурентоспособности крупных компаний 89

Иваненко Е.И., Навроцкая Т.Г. Влияние мотивационных факторов на повышение эффективности труда работников предприятия 97
Ариткулова Ю.Д., Десятниченко Д.Ю. Теория и практика разработки системы мотивации и стимулирования эффективного труда работников 103
Анисимкина А.С., Трошина Е.П. Необходимость и особенности деятельности отдела кадров в современной организации 111
Беспалов С.В., Марача В.Г. Становление кластерной политики в России: трансформация взаимоотношений государства и инновационного бизнеса 113
Смоленцева А.И., Шевченко О.П. Ключевые методы и инструменты реализации принципов СМК 120
Мирошник М.С., Шевченко О.П. Нормативно-правовое обеспечение аудита персонала в организации 123
Аксенов А.А., Мельникова А.Б. Совершенствование системы адаптации персонала в структурном подразделении транспортного холдинга 126
Никитин М.К. Экономические инструменты повышения доступности амбулаторно-поликлинических услуг в районах массовой застройки 130
Алферов В.А., Прокопец Н.Н. Подход к анализу инвестиций в человеческий капитал .. 132
Шеметев А.А. Управление финансами в условиях формирования интегрированных сетевых структур, создаваемых IT-корпорациями в условиях технологической революции 135
Буланкина Е.В., Белугин Р.М. Особенности социально-экономического развития муниципального района Кинельский Самарской области 139
Суварян М.А. Современные процессы интеграции управления маркетингом в общий менеджмент предприятия 147
Бадыкова И.Р. Роль социального предпринимательства в развитии современных рынков 150
Гарнова Я.Ю., Гуськова И.В. Эффективный стиль управления персоналом в инновационной организации 152
Шаповал А.В. Повышение качества жизни населения Санкт-петербурга на основе развития транспортной инфраструктуры 155
Ларионова С.Н. Проблемы безработицы и пути их решения в регионе 158
Алексеева Э.Р. Определение инновационной среды и факторы ее формирования 164
Чивирев И.Ю., Ушаков М.В. Перспективы использования положительного международного опыта борьбы с коррупцией в современной России 172
Козловский А.В. Особенности закупочной деятельности предприятий в сфере малого и среднего бизнеса 179
Гарькуша О.Г. Искандарян Г.О. Управление персоналом в организации: найм и отбор 183
Тузова А.А. Оценка эффективности управления земельными ресурсами муниципальных образований 185
Васильев В.Г., Зеленов В.И. Проблемы реализации государственной молодёжной политики на муниципальном уровне 187
Нечаева А.П. Тенденции развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области 191
Школьный Д.В., Жерегеля А.В. Управление развитием производственных систем посредством организационной культуры 195

Тебнев П.Н. Молодежный рынок труда: современное состояние и перспективы развития (на примере Свердловской области) 197
Карбозова А.С., Ким В.В. Проблемы формирование менеджера туризма нового типа. 200
Семенова Д.В., Чурсина Н.Ф. Роль маркетинга в разных сферах бизнеса 202
Слабов Е.А. Проблемы развития физической культуры и массового спорта в Санкт-Петербурге и пути их решения 206
Слабов Е.А. Методы разработки и реализации государственной молодежной политики в сфере массового спорта 211
Сизикова В.В. Технология создания продукта галрейного интернет-бизнеса 217
Салахутдинов А.Н. Какое программное обеспечение нужно начинающему бизнесу?.. 221
Иванов Д.Ю., Машкова В.П., Дмитриев П.А. Анализ студенческой публикационной активности в Северо-Западном институте управления на примере победителей конкурса повышенных государственных академических стипендий 224
Абдыкеримова Д.А. Анализ влияния социальной среды на процесс формирования коммуникативной компетенции менеджера: актуальный срез 229
Каршева К.О., Резниченко Р.О. Актуальные проблемы эффективных коммуникаций в системе современного менеджмента 232
Каршева К.О., Резниченко Р.О. Возможность применения методик генерирования идей для проведения реинжиниринга на производственных предприятиях 234
Смолякова С.Е., Соломащенко А.И. Проблема управления геологоразведочной деятельностью на предприятиях минерально-сырьевого комплекса 235
Магомедова Н.Ю., Филина М.А. Страховой механизм защиты безработного населения и его эффективность (на примере Республики Дагестан) 238
Овсепян Т.Д., Чурсина Н.Ф. Позиционный анализ международных гостиничных цепей города Нижнего Новгорода 242
Филатова А.А., Матвеев В.В. Анализ зарубежной законодательной базы по борьбе с коррупцией и практики её применения 246

СЕКЦИЯ

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

УДК 377.12

СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Горин Евгений Анатольевич,

д.э.н., профессор, главный научный сотрудник Института проблем региональной экономики РАН, Санкт-Петербург

Имзалиева Марина Романовна,

аспирант Института проблем региональной экономики РАН, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Обсуждаются формирование новых профессиональных компетенций и особенности управленческого труда в условиях инновационного технологического развития и интенсификации информационного обмена. Трансформация трудовой деятельности рассматриваются как улучшение системы образования и профессиональной подготовки, повышение эффективности управленческой деятельности.

Ключевые слова: человеческий потенциал; профессиональная деятельность; обучение; управление; цифровизация; качество жизни; ресурсы.

MODERN MANAGEMENT AND PROFESSIONAL COMPETENCES IN DIGITAL ECONOMY

Gorin E.A.,

Doctor in Economics, professor, Institute of Regional Economic Problems of Russian Academy of Science, Saint-Petersburg

Imzalieva M.R.,

Graduate student, Institute of Regional Economic Problems of Russian Academy of Science, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The formation of new professional competences and features of management work in the conditions of innovative technological development and intensification of information exchange are discussed. The transformation of labor activity are considered on the basis of improving the system of education and training, improving the efficiency of the management activities.

Keywords: human potential; professional activity; training; management; digitalization; quality of life; resources.

Возрастание информационных потоков и усложнение производственных процессов увеличивают объем и сложность получаемых знаний на всех этапах образовательного процесса, приводят к серьезным изменениям в человеческих отношениях, трансформируют всю систему образования. Одновременно, происходит значительная дифференциация в различных сферах трудовой и социальной деятельности по структуре получаемых, используемых и обновляемых знаний. В производстве в короткие периоды времени происходит смена применяемых технологических приемов и оборудования, меняется структура и содержание производственных процессов, форма и порядок межличностных взаимоотношений.

Увеличивается разрыв между образованием и реальным производством, в результате чего до 50% профессиональной подготовки выпускников высших учебных заведений осу-

ществляется уже на предприятии [1]. Возможно, что этим объясняется и низкий уровень инновационной активности в экономике. Как показано на рис.1, несмотря на провозглашенную ориентацию на технологическое развитие и принимаемые для этого меры, ожидаемого роста пока не наблюдается [2].

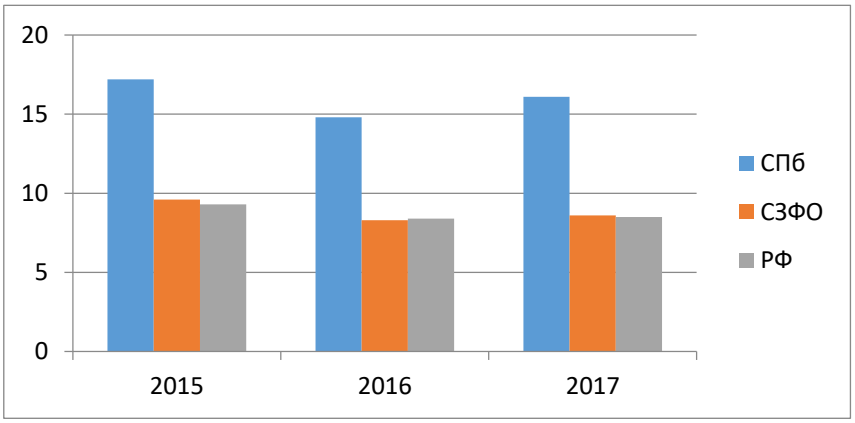

Рисунок 1 – Инновационная активность организаций, %

Накапливая свои диспропорции, мы также успешно повторяем ошибки многих западных стран, где начиная во второй половине прошлого века усилились тенденции сужения горизонта профессиональной подготовки. Вместе с тем, современная управленческая и производственная деятельность ориентирована на качественное изменение условий труда, возрастание творческого компонента и исключение человека из рутинных операций, расширение использования вычислительных возможностей и информационного обмена. С каждым годом уровень требований к работникам неуклонно возрастает, становится очевидным, что система подготовки «узких» специалистов, сейчас уже не устраивает большинство сфер развивающейся экономики. Нужны специалисты с глубокими знаниями и широким кругозором, причем не только в науке и высокотехнологичных промышленных отраслях, но и в любой области экономики, а дефицит грамотных «управленцев» достигает угрожающего уровня.

Кадровая мобильность и миграционные процессы смещают акценты на рынке высококвалифицированного труда, создают реальную конкурентную ситуацию. Очевидно, что прошло время необдуманных образовательных реформ либерального толка, ориентированных на «выращивание квалифицированного потребителя вместо человека-творца» [3]. Такая политика привела к утрате многих отечественных социальных и экономических приоритетов, потере важных производственных звеньев, утечке квалифицированных специалистов, фактической зависимости отечественной экономики от импортных идей и продукции.

Развитие индустриального сектора экономики на новой и самой передовой технологической основе вновь становится базовым общественным приоритетом. Нужны «центры технолого-экономического превосходства», поскольку экономические лидеры будущего – лидеры технологические [4], необходимо использовать возможности регионов, имеющих развитую научно-образовательную и ресурсно-производственную базу для ускоренного инновационного развития [5]. В этой ситуации Санкт-Петербург становится одним из ведущих центров по реализации задачи технологического прорыва, инициатором создания и реализации новых продуктов во всех сферах новой экономики.

Уровень профессиональной подготовки выпускников средних и высших учебных заведений отстает от возрастающих требований работодателей, что подтверждают и проводимые нами исследования [6]. Вместе с тем, для обеспечения инновационной активности петербургских предприятий дефицит квалифицированных кадров пока не является критич-

ным и на рис.2 дано сравнение роли факторов, влияющие на инновационную активность малых и средних промышленных предприятий [7].

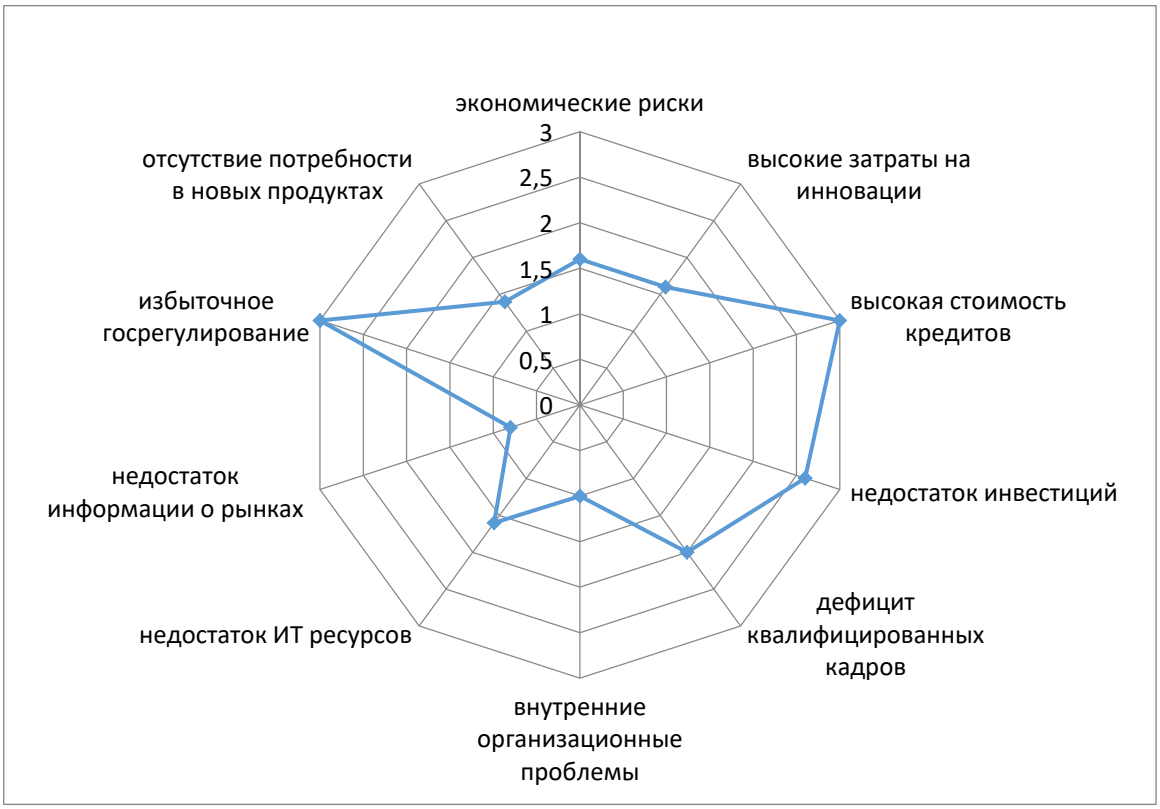

Рисунок 2 – Факторы, влияющие на инновационную активность

Особую важность приобретает формирование приоритета интеллектуальной созидательной деятельности, стимулирование роста в обществе количества творческих и социально активных личностей, заинтересованных в постоянном получении новых знаний, и увеличение продолжительности активного трудового периода в жизни человека [8]. Усиливается дисбаланс между неуклонно устаревающей производственной и социальной инфраструктурой и нарастающими потенциями передовых технологических укладов, складываются новые общественные отношения, происходят изменений в смежных сферах [9].

Большой интерес представляет взаимосвязь человеческого фактора и инновационного процесса с точки зрения изменение роли активной части населения, способной и допущенной принимать ответственные самостоятельные решения, то есть изменение труда руководителей или управленцев.

Уже в советский период, когда решалась задача обеспечения общей грамотности населения и массовой подготовки технических специалистов, управленческие компетенции перестали быть обязательными для выпускников средних профессиональных учебных заведений и, особенно, вузов. Была выстроена общественно-партийная система выявления лидеров и воспитания руководящих кадров.

Существенно, что для современной молодежи в силу многих причин оказались утеряны ряд важных воспитательных аспектов. Ориентацией на поверхностное познание и широким использованием дистанционных источников информации объясняется уменьшение личностных коммуникаций, как результат - снижение внутренней ответственности и внешней оценки действий, а поощряемый индивидуализм приводит к отсутствию опыта коллективной работы и управленческих навыков, утрате мер поощрения и наказания.

Одновременно, в информационно насыщенной среде существенно изменилась сущность управленческой деятельности. Критерии, на которых руководитель основывает свои

решения, все больше формализуются на основе законов и инструкций, но тогда с принятием оптимального решения лучше справится компьютер, в который загружены эти же законы и инструкции. Если возможна импровизация с учетом общественной целесообразности, то это - явная дорога к коррупции.

Любая управленческая работа - это работа с людьми, поэтому для руководителя важны, деловые и профессиональные качества, с одной стороны, и интеллектуальные и личностные качества, с другой. Причем вторые гораздо труднее поддаются изменениям, в отличие от объема знаний или методики принятия решений.

В наступившей цифровой реальности радикальные технологические возможности сочетаются с высочайшим уровнем неопределенности результатов их реализации, при этом технологизация личного пространства приводит к значительным изменениям в обществе. Одновременно возрастают требования к качеству труда руководителей: наряду с высокой технической грамотностью, опытом и кругозором, такие специалисты должны быть способны осознанно принимать ответственные и взвешенные управленческие решения. Опыт кадровых служб крупных петербургских промышленных предприятий демонстрирует проблемы при подборе руководителей собственных служб информационных технологий даже при наличии значительного числа высокопрофессиональных работников в этих службах.

Сочетание управленческих навыков и профессиональных компетенций – отдельная задача в подготовке кадров, значение которой в усложняющейся цифровой экономике будет только возрастать. Более того, управленцы должны становиться действительными лидерами и «генераторами идей», иначе они переходят в разряд «операторов-программистов», которые просто реализуют результаты обработки информации, заложенной в вычислительные системы.

Решение усложняющихся управленческих задач в информационном пространстве формируемой цифровой экономики подразумевает общий высокий образовательный уровень общества, на достижение которого должна ориентироваться система образования и производственной адаптации.

Список литературы

1. Горин Е.А., Имзалиева М.Р. Система образования и производственная адаптация: цифровизация и управление // Бюллетень науки и практики (электронный журнал). – 2019. – т.5. – №1. – С. 393-404.

2. Наука и инновации Санкт-Петербурга в 2017 году. Стат.сб./Петростат. – СПб, 2018. – 70 с.

3. Ленчук Е.Б. Формирование кадрового потенциала для инновационной экономики // Экономическое возрождение России. – 2017. – № 1 (51). – С. 22-26.

4. Бодрунов С.Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка. – М.: Культурная революция, 2016. – 352 с.

5. Горин Е.А. Регионализация российской промышленности в условиях глобализации мировой экономики // Инновации. – 2002. - № 9-10. – С.57-67.

6. Горин Е.А. Об эффективности системы подготовки профессиональных кадров для ключевых отраслей российской экономики // Бюллетень науки и практики (электронный журнал). – 2016. – № 12. – С. 280-285.

7. Кузнецов С.В., Горин Е.А. Инновационный процесс в экономике Санкт-Петербурга: стимулирующие и сдерживающие факторы // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2017. – № 3-4 (56-57). – С.39-50.

8. Горин Е.А., Красиков А.А., Расковалов В.Л., Романовская Е.В. Социальные ориентиры инновационного процесса: человеческий фактор // Инновации. – 2013. – № 3 (173). – С.39-45.

9. Бодрунов С.Д. Ноономика: монография. – М.: Культурная революция, 2018. – 432 с.

УДК 338.2

О НОВОЙ НАУЧНОЙ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ДЕПРЕССИВНЫХ РЕГИОНОВ

Маленков Юрий Алексеевич,

д.э.н., профессор Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены теоретические проблемы разработки новой методологии оценки стратегической устойчивости предприятий (ОСУ) депрессивных регионов. Обоснована необходимость нового подхода. Предложены новые принципы и концептуальный подход к ОСУ предприятий депрессивных регионов.

Ключевые слова: методология; оценка стратегической устойчивости; предприятие; депрессивный регион; принцип; концепция; стратегическое управление; стратегия; цифровая технология.

ABOUT NEW SCIENTIFIC METHODOLOGY OF STRATEGIC SUSTAINABILITY ASSESSMENT OF THE ENTERPRISES OF DEPRESSIVE REGIONS

Malenkov Y.A.,

Doctor in Economics, Professor of Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg

ABSTRACT

Theoretical problems of working out of a new methodology of strategic sustainability assessment (SSA) of the enterprises of depressive regions are considered. Need of a new approach is proved. The new principles and conceptual approach to strategic sustainability assessment of the enterprises of depressive regions are offered.

Keywords: methodology; estimates of sustainability; enterprise; depressive region; principle; concept; strategic management; strategy; digital technology.

Развитие российской экономики на современном этапе существенно зависит от ее способности противостоять негативным изменениям внешней среды и повышения эффективности использования внутренних резервов развития. Сегодня на оперативном макро и микро уровнях управления в РФ достигнута стабилизация и приоритетное значение приобретает управление уже не столько настоящим, как это было в периоды полосы экономических кризисов, сколько будущим предприятий и экономики РФ. Необходим научный инструментарий выбора эффективных путей развития предприятий, создания инновационных моделей управления и стратегий развития, позиционирующих предприятия как устойчивые и эффективные социально-экономические системы в ближайшем и отдаленном будущем.

Стратегическая устойчивость российских предприятий является главным условием устойчивости экономики РФ. Для ее достижения необходимо использовать совокупность научных принципов, методов, моделей и концепций, которые образуют научную методологию стратегического управления устойчивым развитием. Эти проблемы в настоящее время мало разработаны.

Первоочередной среди них следует считать проблему оценки стратегической устойчивости (ОСУ) предприятий, решение которой позволит объективно и с научных позиций оценить эффективность применяемых менеджментом стратегий развития, правильность выбранных сценариев, стратегические последствия принимаемых решений. Эта проблема

имеет особую значимость для предприятий депрессивных регионов, так как их неустойчивость и кризисы, как показывает мировой опыт, в том числе России, вызывают социальные и экономические потрясения, включая крупные социальные протесты, рост миграции населения в другие регионы, ухудшение демографии и целый ряд других негативных последствий.

Проведенное в СПбГУ исследование показало, что в управлении развитием предприятий ряда регионов сегодня ОСУ не проводятся вследствие неразработанности научной методологии. Цели и стратегии многих предприятий являются декларативными, практически не учитывающими стратегические изменения и последствия принимаемых решений. Менеджмент предприятий реализует управление развитием «вслепую» или в «близоруком режиме», ориентируясь на периоды всего 1-2 года и концентрируя усилия на решении оперативных, а не стратегических задач.

Проведенный анализ ряда российских и зарубежных подходов к управлению устойчивым развитием позволил выделить следующие недостатки в области изучения ОСУ:

– стратегические аспекты ОСУ выражены недостаточно, акцент делается на оперативные результаты и прошлые тренды,

– отсутствуют научные принципы ОСУ образующие целостную систему и содержащие ясные ориентиры для управленческих работников;

– в области научной терминологии и методологии ОСУ имеют место противоречия и смешение ряда важнейших научных категорий стратегической устойчивости в целом;

– в области научных методов и выборе сфер исследования ОСУ отмечается: ограничение предложенных методов сферами анализа на основе экспертных оценок, построение групп показателей без общей оценки, чрезмерное смещение в экологическую и финансовую составляющие оценок, математическая формализация с нарушением внутренней логики и необоснованной сложностью, отсутствием учета стратегических сценариев и прогнозов, акцент на текущую устойчивость вместо стратегической. Проведенные нами исследования показали, что руководители и менеджеры, изучив эти подходы, не могут их использовать, так как не видят в них возможностей практического применения и они не дают ответы на их вопросы;

– ОСУ менеджментом систематически не проводятся, лишь в отдельных случаях реализуются фрагментарно, но без учета ряда их важнейших составляющих и без научной методологии, а это ведет к потере устойчивости развития предприятий и снижению темпов развития регионов, что в депрессивных регионах может иметь крайне негативные последствия.

Таким образом, необходима новая научная методология ОСУ, которая включает постановку проблемы разработки ОСУ, формулировку научных принципов ОСУ, разработку научных методов реализации ОСУ, в первую очередь для предприятий депрессивных регионов.

В качестве новых научных принципов ОСУ предлагаются следующие:

– интеграция внешней и внутренней сред стратегических факторов развития предприятий;

– приоритет альтернативных прогнозных изменений будущего предприятий и настоящего состояния вместо приоритета текущего состояния и прошлых результатов;

– переход к созданию опорной сети приоритетов стратегического развития предприятий вместо оценок отдельных показателей или факторов;

– построение ОСУ на основе моделей вееров сценариев и вееров прогнозных изменений стратегических факторов развития. Переход от точечных оценок к веерным оценкам стратегической устойчивости;

– построение ОСУ на основе синтеза, вместо разделения ОСУ на составные части;

– системная интеграция устойчивости и стабильности развития, разделение параметров стабилизации на группы с изменяемыми пределами изменений и неизменяемыми;

– построение системной модели процесса формирования ОСУ предприятий с применением цифровых технологий;

– интеграция ОСУ в систему стратегического, тактического и оперативного менеджмента предприятий и администраций регионов.

На рис. 1 приведен фрагмент системной модели ОСУ, которая включает ряд важнейших составляющих и этапов ее формирования:

Рисунок 1 – Принципиальные элементы системной ОСУ предприятий

Отличительная особенность новой методологии заключается в создании системы управления формированием ОСУ на основе стратегических приоритетов и изменений внешней и внутренней сред в будущем. Первоочередным приоритетом ОСУ являются не оценки финансовой устойчивости, которые по своей сути краткосрочны, не учитывают качество стратегий, инновации, конкурентоспособность, а приоритеты создаваемой продукции, изменение потребностей в ней. Также не точечные оценки текущего состояния продукции и технологий, а веер ОСУ конкурентоспособности на основе бенчмаркинга с мировыми лидерами. Основу ОСУ образуют не субъективные оценки экспертов, а объективные параметры внешней и внутренней сред предприятий.

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 18-010-01204.

УДК 658

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА

Семенов Виктор Павлович,

д.э.н., профессор СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Рассмотрены основные проблемы развития интегрированных систем менеджмента, включая вопросы, связанные с применением международных стандартов на системы менеджмента, организованные на принципах всеобщего менеджмента качества.

Ключевые слова: менеджмент; менеджмент качества; интегрированные системы менеджмента; стандарты на системы менеджмента; система менеджмента качества; всеобщий менеджмент качества.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE MANAGEMENT INTEGRATED SYSTEMS

Semenov V.P.,

Doctor in Economics, Professor of RANEPA, Saint Petersburg

ABSTRACT

The main problems of development of the integrated systems of management, including the questions connected with application of the international standards on the systems of management organized on the principles of general quality management are onsidered.

Keywords: management; quality management; the integrated systems of management; standards on systems of management; a quality management system; general quality management.

Последние годы текущего столетия ознаменовались существенными изменениями в осмыслении теории и практики управления, и одной из основных проблем менеджмента в условиях современной глобальной экономики выступает обеспечение устойчивого и сбалансированного развития предприятий (фирм) всех организационно-правовых форм. Менеджмент под воздействием механизма жесткой конкуренции является сегодня самым динамично развивающимся научным направлением. Основными особенностями современной мировой экономики являются резкое ускорение темпов научно-технического прогресса и постоянно возрастающая интеллектуализация труда и производства [1, 2].

Конкурентоспособность предприятия и организации зависит от качества менеджмента. В недрах теории и практики общего менеджмента зародился менеджмент качества, однако он долгое время развивался достаточно обособленно от него. Лишь в последние годы стало появляться понимание того, что менеджмент и менеджмент качества – неразделимые явления, которые должны рассматриваться вместе как науки о достижении и повышении эффективности деятельности организации.

Менеджмент качества в условиях возрастающей конкуренции, неопределенности и сложности внешней среды становится в настоящее время ведущим менеджментом организации [3]. В этих условиях менеджмент качества рассматривается как новое междисциплинарное направление теории и практики, сочетающее методологию теории организации и организационного поведения**,** реинжиниринга бизнес-процессов, стратегического, корпоративного и антикризисного управления, инновационного менеджмента [4].

Одним из механизмов продвижения идей устойчивого развития организации является международная стандартизация систем менеджмента и их интеграция [5].

Современному состоянию мирового экономического развития предшествовал период бурного развития военной отрасли и сопутствующих отраслей (радиоэлектроника, средства связи и др.). Первые стандарты на системы менеджмента появились в 1959 г. в США. Именно в оборонных отраслях стали широко применяться методы статистического контроля качества, обличенные в форму норм и требований. Другой конкурентообразующей отраслью, для которой также достаточно быстро и раньше, чем в других отраслях (1962 г.) были разработаны стандарты менеджмента качества, явилась автомобильная отрасль.

Первые универсальные межотраслевые стандарты на системы менеджмента и качества (BS 5750) появились в Великобритании в 1979 г.

В 1987 г. усилиями специально созданного в структуре Международной организации по стандартизации (ISO) технического комитета (ТС) 176 «Менеджмент качества и обеспечение качества» были подготовлены и приняты первые международные стандарты в этой области (ISO 9000, ISO 9002, ISO 9003, ISO 9004), а также словарь терминов и определений (ISO 8402). Все эти документы содержали нормы и требования, которым должна была удовлетворять деятельность в области менеджмента качества.

Вторая версия стандартов на системы качества вышла в 1994 г. Требования этих стандартов рассматривались как нижний необходимый уровень, не всегда удовлетворяющий требованиям потребителей и проигрывающий в конкурентной борьбе с более эффективными системами. Поэтому к концу XX столетия была разработана концепция их сближения с идеологией TQM и, таким образом, подготовлена основа для их пересмотра, включающая реализацию восьми фундаментальных принципов менеджмента качества.

Новая версия международных стандартов ISO 9000:2000 предназначалась для обеспечения функционирования результативных систем менеджмента качества в организациях любой отраслевой принадлежности, любых форм собственности и размеров [3]. Стандартами ISO 9000:2000 провозглашены восемь принципов менеджмента качества, описаны основные положения систем менеджмента качества и установлена терминология для них.

Стандарт ISO 9001:2000 определяет требования к системам менеджмента качества для тех случаев, когда организации необходимо продемонстрировать свою способность представлять продукцию, отвечающую требованиям потребителей и применимым обязательным требованиям и направлен на повышение удовлетворенности потребителей.

Стандарт ISO 9004:2000 предоставляет методическую помощь по более широкому спектру целей системы менеджмента качества, чем это делает ISO 9001:2000, особенно по постоянному улучшению деятельности организации и ее эффективности и результативности. Целью этого стандарта является улучшение деятельности организации и удовлетворенность потребителей и других заинтересованных сторон. Стандарт ISO 9004:2000 рекомендуется как руководство для организаций, управленческий состав которых желает выйти за рамки требований ISO 9001. Для целей сертификации или заключения контрактов этот стандарт не предназначен.

И, наконец, стандарт ISO 19011:2002 содержит методические указания по аудиту систем менеджмента качества и систем экологического менеджмента.

Эти четыре документа образуют согласованный комплекс стандартов на системы менеджмента качества, содействующий достижению консенсуса в национальной и международной торговле. В России стандарты ISO серии 9000 были приняты в качестве национальных в 2001 г.

Для поддержки внедрения системы менеджмента качества были разработаны дополнительные стандарты и руководящие документы – технические отчеты (TR). Кроме этого технический комитет ISO ТС 176 разработал и опубликовал пакет методических указаний для ISO 9000.

Совокупность международных стандартов ISO, касающихся вопросов менеджмента качества, принято называть «стандарты ISO серии 9000» [3].

Среди этих стандартов самым важным, несомненно, является стандарт ISO 9001, содержащий требования на систему менеджмента качества организации. Первая версия этого стандарта появилась в 1987 г., вторая – в 1994 г., третья – в 2008 г., четвертая – в 2015 г.

Международная организация по стандартизации 15 сентября 2015 года опубликовала текст новой версии международного стандарта ISO 9001:2015 Quality management systems – Requirements. В ближайшее время ожидается выход отечественного аналога (аутентичного перевода). До введения в действие новой версии стандарта применялся международный стандарт ISO 9001:2008 и его межгосударственный аналог – ГОСТ ISO 9001-2011 «Системы менеджмента качества – требования», введенный в действие в трех странах: Армении, Кыргызстане и Российской Федерации. Новая версия стандарта ISO 9001:2015 содержит улучшенные требования к системам менеджмента качества (СМК) [6]. С выходом новой версии ISO 9001 одновременно опубликован основополагающий стандарт в области менеджмента качества – ISO 9000:2015 Quality management systems – Fundamental sand vocabulary, содержащий основные принципы и положения СМК, а также термины и понятия, применяемые в области качества.

Основными изменениями в ISO 9001:2015 являются:

1. Стандарт стал более ориентированным на бизнес [5, 6]. СМК по требованиям новой версии стандарта теперь должна активно способствовать экономическому развитию организации. Поэтому не случайно первым пунктом стандарта стал пункт о контексте организации, о необходимости выявления внутренних и внешних проблем, оказывающих влияние на достижение стратегических целей организации, на выполнение показателей результативности и эффективности действующих процессов, на качество выпускаемой продукции и оказываемых услуг.

2. В новой версии стандарта представлена более четкая концепция мышления, основанного на оценке рисков. В соответствии с требованиями ISO 9001:2015 в деятельность по управлению организацией и в процессы СМК должны быть встроены новые элементы риск-менеджмента. Принципы и положения по управлению рисками достаточно подробно изложены в стандарте ГОСТ Р ИСО 31000-2010 и могут быть взяты за основу при построении механизма управления рисками в конкретной организации. Применение риск-менеджмента должно существенно повысить результативность и эффективность деятельности организаций, применяемых СМК, для обеспечения роста ее экономической составляющей.

3. В стандарт внесено требование по учету потребностей и ожиданий всех заинтересованных сторон, а не только потребителей. Стандарт определяет следующие возможные заинтересованные стороны: потребители, владельцы, персонал организации, поставщики, банкиры, профсоюзы, партнеры или сообщества, которые могут включать в себя конкурентов или противоборствующее лобби.

4. В стандарте ISO 9001:2015 четко определены требования по разработке мероприятий, направленных на обеспечение достижения целей в области качества, с указанием требуемых ресурсов, сроков и ответственных лиц. Реализация таких требований позволит организации планомерно обеспечить выполнение всех поставленных задач.

5. Произошли изменения в составе обязательной документации СМК.

Разработчики новой версии стандарта, исключив из состава обязательной документации шесть документированных процедур и руководство по качеству, стремились повысить универсальность в применении стандарта. Несколько непривычно выглядит отсутствие такого документа, как руководство по качеству. Необходимо согласиться с мнением авторов работы [6], что без такого документа трудно представить себе, как можно ориентироваться в СМК, поскольку руководство по качеству, по сути, является путеводителем СМК. Тем не

менее, в ISO 9001:2015 присутствует руководство, в котором для каждого пункта описано выполнение всех требований стандарта в конкретной организации. Сюда включены описание последовательности и взаимодействия процессов СМК, процедуры или ссылки на соответствующие документы СМК. Это руководство является незаменимым документом для персонала организации всех уровней не только при функционировании МСК, но и при ее аудите, как со стороны внутренних аудиторов организации, так и со стороны сертифицирующих органов.

Необходимо отметить, что одной из наиболее важных положительных черт разработанных моделей систем качества является их универсальность. Именно это обстоятельство – принципиальная применимость ко всем без исключения видам деятельности – было стазу же оценено производителями и потребителями продукции. Однако именно универсальность стандартов в дальнейшем послужила препятствием для их однозначного понимания и применения в отраслях промышленности, преимущественно в автомобильном секторе, с его большим количеством сопряженных отраслей и количеством поставщиков, которые имели свои, как правило, несогласованные нормы и требования к качеству [7].

Стандарты ISO серии 9000 являются общими стандартами, которые могут применяться к любой организации вне зависимости от отрасли, в которой работает организация. Однако во многих отраслях существуют свои требования, которые обязаны выполнять организации, занимающиеся тем или иным видом деятельности. Эти требования обусловлены, с одной стороны, видом продукции или услуг, с другой – законодательными инициативами по обеспечению безопасности продукции для потребителей. Часть этих требований распространяется и на системы менеджмента организаций. В связи с этим во многих отраслях (например, в аэрокосмической отрасли, секторе телекоммуникаций, автомобильной промышленности, здравоохранении, производстве медицинских приборов и инструментов, лекарственных препаратов, строительстве, производстве пищевой продукции, сельском хозяйстве, нефтегазовой отрасли, лесной отрасли, железнодорожном транспорте и др.) на базе стандартов ISO серии 9000 были разработаны отраслевые стандарты на системы качества. В этих стандартах в дополнение к требованиям ISO 9000 добавлены специфические требования, учитывающие отраслевые особенности. Часть из этих стандартов получили статус международных, и, поэтому, они могут применяться любыми организациями, работающими в соответствующей отрасли, вне зависимости от страны нахождения. Часть стандартов является региональными (например, европейские нормы), часть – национальными.

Вне зависимости от типа и характера производства любое предприятие связано с окружающей средой. В условиях новой экономики само понятие окружающей среды становится многозначным. По мере того как развитие новой экономики содействует увеличению благосостояния, происходит ускоренный рост народонаселения Земли и его потребностей в товарах и услугах, для удовлетворения которых требуется все больше сырьевых ресурсов, а их переработка сопровождается быстрым увеличением количества отходов и загрязнением окружающей среды. В связи с этим возникает необходимость в новых подходах к переработке и повторному использованию промышленных отходов. Кроме того, постоянно растут потребности человека в воде, энергии. Нельзя также не учитывать возможные последствия изменения климата.

Самым важным элементом в хозяйственной деятельности человека, влияющим на загрязнение и деградацию окружающей среды, является предприятие. Однако действие механизмов системы экологического менеджмента проявляется на макроэкономическом уровне.

В практике современного экологического менеджмента ведущую роль играют две системы международных стандартов: принятая в Евросоюзе Схема экологического менеджмента и аудита – EMAS и система международных стандартов ISO серии 14000 [8].

В связи с разработкой систем, отвечающих требованиям нескольких международных стандартов на системы менеджмента, предметом заинтересованного внимания в последние годы стало создание интегрированных систем менеджмента (ИСМ) [3]. К таким стандартам относятся: стандарты ISO серии 9000 на системы менеджмента качества, стандарты серии 14000 на системы экологического менеджмента, стандарты OHSAS (Occupation Healthand Safety Assessment Series) серии 18000 на системы менеджмента промышленной безопасности и охраны труда, стандарт SA (Social Accountability) серии 8000 на системы социального и этического менеджмента. К их числу также относят стандарты, разработанные на основе ISO серии 9000 для применения в конкретных отраслях (автомобильной, аэрокосмической, телекоммуникационной, нефтегазовой, лесной отраслях, здравоохранении, строительстве, производстве пищевой продукции, сельском хозяйстве, железнодорожных перевозках и др.). Кроме этого мировое признание получили международные стандарты на типовые компьютерные системы планирования и управления производством и моделирования процессов (MRP, MRP-II, MRP-III, ERP, CSRP, CALS, IDEF, ARIS, Businessstudio и др.).

Преимуществами разработки и внедрения ИСМ являются:

– повышение технологичности разработки, внедрения и функционирования систем менеджмента;

– разработка единой гармонизированной структуры менеджмента;

– снижение затрат на разработку, функционирование и сертификацию;

– возможность совмещения ряда процессов в рамках ИСМ (планирование, анализ со стороны руководства, управление документацией, подготовка кадров, обучение, внутренние аудиты и пр.);

– повышение мобильности и возможностей адаптации к изменяющимся условиям;

– большая привлекательность для потребителей, заинтересованных сторон, инвесторов.

Поэтому создание интегрированных систем менеджмента (ИСМ) в последнее время стало предметом заинтересованного внимания. ИСМ создают предпосылки для продвижения системы менеджмента к модели совершенства. Несомненно, ИСМ нельзя отождествлять с системой общего менеджмента организации, объединяющей все аспекты деятельности организации. В этом плане понятие «интегрированная система менеджмента» является более комплексным, чем понятие о каждой из систем менеджмента (система менеджмента качества, система экологического менеджмента и др.), которые объединены в ИСМ. Даже при внедрении в организации всех действующих в настоящее время универсальных и отраслевых стандартов на системы менеджмента ИСМ не будет тождественна системе общего менеджмента организации, так как область ее распространения пока еще не включает финансовый менеджмент, менеджмент персонала, инновационный менеджмент, менеджмент рисков, менеджмент ценных бумаг и пр. О тождественности понятий «интегрированная система менеджмента» и «система общего менеджмента» можно будет говорить лишь после того, как будут разработаны стандарты на все области, охватываемые общим менеджментом организации. Логично предположить, что создание ИСМ будет происходить до тех пор, пока не будут стандартизированы все области общего менеджмента, а это может оказаться неопределенно длительным процессом с неясными перспективами.

При создании ИСМ руководствуются подходами к устойчивому развитию и поддержанию непрерывности бизнес-процессов с учетом имеющихся рисков. Эти подходы описаны в ISO 9004:2009 «Управление с целью обеспечения устойчивого успеха организации – Подход на основе менеджмента качества», ISO 31000:2009 «Риск-менеджмент. Принципы и руководящие указания», ISO 31010:2009 «Риск-менеджмент. Методы оценки риска», BS 25999-1:2006 «Управление непрерывностью бизнеса. Практическое руководство», BS 25999-2:2007 «Управление непрерывностью бизнеса. Технические условия».

Таким образом, отражая мировую тенденцию к стандартизации менеджмента, ИСМ создают предпосылки для продвижения системы менеджмента к модели совершенства.

Организационно-методическим фундаментом для создания интегрированных систем являются стандарты ISO серии 9000. Это обусловлено тем, что базовые понятия и принципы, сформулированные в этих стандартах, в наибольшей мере соответствуют понятиям и принципам общего менеджмента. При этом особую значимость представляет процессный подход, который не опосредованно (как это имеет место при функциональном подходе), а непосредственно отражает реальные процессы, осуществляемые в современном бизнесе. Немаловажно и то, что введение в действие стандартов ISO серии 9000 в исторической ретроспективе предшествовало введению в действие других международных стандартов на системы менеджмента и во многом предопределило методологию их построения. Общим для ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001 стало использование цикла PDCA.

Большое значение в деятельности каждой организации занимает охрана окружающей среды. Современные масштабы воздействия производства и непроизводственной сферы на окружающую природную среду и, наоборот, влияние ее качественного состояния на условия социально-экономического развития объективно рассматриваются как две составляющие единого процесса. Последствия этого процесса определяют экологическую политику, постановку необходимых целей, задач и их решение, анализ достигнутых результатов и рассмотрение основных направлений развития.

Система экологического менеджмента (СЭМ) является инструментом управления природоохранной деятельностью организаций, регионов и стран. В практике современного экологического менеджмента ведущую роль играют две системы международных стандартов – Схема экологического менеджмента и аудита EMAS, принятая в Евросоюзе, и система международных стандартов ISO серии 14000.

Применение рыночных механизмов управления природоохранной деятельностью способствует повышению конкурентоспособности компаний и завоеванию ими новых позиций. Рыночные преимущества внедрения СЭМ связаны с взаимодействием сертифицированных компаний и их поставщиками. Так, ведущие международные корпорации требуют внедрения и сертификации СЭМ ко всем своим поставщикам. Стандарты СЭМ, также, как и стандарты на СМК, описывают минимальные общие требования и служат взаимопониманию между заинтересованными сторонами.

Процессный подход при управлении охраной окружающей среды построен на включении соответствующих требований в требования к производственным и иным процессам в организации, учете их при планировании и осуществлении деятельности. В настоящее время процессный подход в управлении в российских организациях вводится уже с точки зрения международного опыта, систематически, но широкого распространения, к сожалению, пока не получил. Однако, очевидно, что сила компаний, внедряющих в систему менеджмента качества и систему экологического менеджмента современные новшества, заключается не в конкретных методах производства, а в системном эффекте, основанном на процессном подходе.

Современная концепция менеджмента качества в условиях глобальной рыночной экономики, стремления многих стран к интеграции, формирования транснациональных корпораций – принципиальная основа международных стандартов ISO серии 9000, тесно связанных с TQM. Сущностное содержание TQM актуализировало интерес к интеграционным процессам в менеджменте.

Эффективные интегрированные системы менеджмента, повышая общую культуру производства, формируя основу для улучшения качества и снижения риска опасности продукции, приводят к ситуации, когда общество может ослабить или вообще исключить меха-

низмы обязательного подтверждения соответствия, создавая тем самым более благоприятную среду для бизнеса.

Список литературы

1. Иванов В.В. Инновационная парадигма XXI. – М.: Наука, 2011. – 239 с.
2. Semenov V.Methods of complex evaluation of the level of competitiveness // Economics and Management. – 2013. – No.18 (4). – pp. 715-720. – DOI: 10.5755/j01.em.18.4.4258.
3. Семенов В.П. Направления развития менеджмента качества. – СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2016. – 140 с.
4. Семенов В.П., Мирославская М.В. Проблемы становления креативного сектора экономики в России // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия «Экономика». – Выпуск 2 (61). – 2013. – С.24–29.
5. Марцинковский Д.А., Владимирцев А.В., Марцинковский О.А. Методические аспекты интеграции систем менеджмента. – СПб.: Береста, 2011. – 68 с.
6. Колтунов С.И., Девяткин О.В. Новая версия стандарта ISO 9001:2015 – новые акценты в менеджменте качества // Экономика качества. – 2015. – № 3-4 (11-12).
7. Версан В.Г. Кризис в стандартизации систем менеджмента. Причины. Пути выхода // Стандарты и качество. – 2009. – № 3. – С. 78-83.
8. Качалов В.А. ИСО 14001:2004. Системы менеджмента окружающей среды. Конспект системного менеджера. – М.: ИздАТ, 2005.

УДК 331.5.024.54

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКО-СОЦИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИОННОЙ МОДЕЛИ СТИМУЛИРОВАНИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ

Дышловой Игорь Николаевич,

д.э.н., профессор кафедры менеджмента, Институт экономики и управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены особенности формирования бюджетов курортных городов Республики Крым. Задачи, стоящие перед республикой согласно Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года. Для их выполнения рассматривается возможность формирования муниципальной экономико-социальной мотивационной модели стимулирования молодых специалистов, основанной на возможностях муниципальных бюджетов с одной стороны, и трудностями с не сформированным законодательством в системе местного самоуправления, функциями и ответственностью муниципальных органов власти.

Ключевые слова: мотивация; стимулирование; муниципальное управление; бюджет.

PROSPECTS OF FORMATION OF THE MUNICIPAL ECONOMIC AND SOCIAL MOTIVATIONAL MODEL TO STIMULATE YOUNG PROFESSIONALS

Dyshlova I.N.,

Doctor in Economics, Professor of the Department of management, Institute of Economics and management, CRIMEAN Federal University. V. I. Vernadsky»

ABSTRACT

The article deals with the features of formation of budgets of resort cities of the Republic of Crimea. The challenges facing the Republic according to the Strategy of socio-economic development of the Republic of Crimea until 2030. For their implementation, the possibility of forming a municipal economic and social motivational model of stimulation of young specialists, based on the possibilities of municipal budgets on the one hand, and difficulties with not formed legislation in the system of local self-government, functions and responsibilities of municipal authorities is considered.

Keywords: motivation; stimulation; municipal management; budget.

Одним из важных направлений в социально-экономическом развитии страны является укрепление муниципального уровня управления высокопрофессиональными кадрами, «выращенными» и воспитанными в условиях, где они выросли, где их дом, родители, родственники, друзья. Где они не понаслышке знают проблемы своего села, поселка, города. Вопрос подготовки местных специалистов является важной задачей региональных властей, а также создания системы мотиваций для их дальнейшей работы в местных органах власти. Создаются и принимаются достаточное количество программ, и научно-обоснованных стратегий социально-экономического развития регионов. Но, к сожалению, претворять их в жизнь зачастую бывает не с кем. Мы хотим рассмотреть вопрос создания прогрессивной экономико-социальной мотивационной модели стимулирования молодых специалистов.

В «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» Закон Республики Крым от 28.12.2016 г. [4] декларируется ориентация республики на «развитие "умной" (инновационной) и "зеленой" (эколого-ориентированной, энергоэффективной) экономики, характеризующейся опережающим развитием науки и динамичной реализацией ее достижений» [4]. При этом отмечается: «слабость муниципального уровня управления;

высокая роль государства в управлении экономикой и социальной сферой, низкая заинтересованность и вовлеченность бизнеса; отсутствие единого центра управления реализацией стратегии, размытая ответственность [4].

Основной целью развития системы эффективного государственного и муниципального управления является создание эффективной целостной сбалансированной модели управления развитием республики, нацеленной на инновационное развитие экономики, создание принципиально нового подхода к обеспечению стандартов качества жизни, способной оперативно реагировать на изменения внешней и внутренней среды, используя гибкий механизм взаимодействия власти, бизнеса, общества и человека [4].

Крымский полуостров – место для полноценного, продуктивного, интересного отдыха и оздоровления. Сочетание разнообразных лечебно-оздоровительных ресурсов, красивейшей природы и уникальных памятников истории и культуры делает Крым особо привлекательным туристическим регионом не зависимо от времени года. Не секрет, что значительная часть населения республики прямо или косвенно связана с работой туристских организаций и предприятий санаторно-курортного комплекса. На деятельность этих предприятий ориентированы муниципалитеты курортных городов. Разрозненность, несогласованность, а порой отсутствие научно обоснованной стратегии/программы развития санаторно-курортного и туристского комплекса в курортных городах и курортных территориях, которые должны быть нацелены в первую очередь на оказание профессиональных и качественных услуг, может привести к снижению спроса потребителей и эффективности санаторно-курортных и туристских услуг, угрозе существованию всей системы активного сохранения, восстановления и укрепления здоровья населения.

К снижению рентабельности приводит также и имеющийся износ материально-технической базы санаторно-курортных учреждений Крыма, что в совокупности со слабой инфраструктурой приводит к негативному влиянию на экологическую и санитарно-

эпидемиологическую ситуацию на курортах в целом. За всеми этими процессами стоят люди. Специфика курортных городов, работа предприятий которых носит сезонный характер, практическое отсутствие промышленных предприятий откладывает свой отпечаток на социально-экономическую деятельность территориального образования, на формирование его бюджета.

Создание прогрессивной экономико-социальной мотивационной модели стимулирования молодых специалистов на муниципальном уровне требует конкретных программ и финансовых вложений. Но уровень самостоятельности муниципалитета зависит от его экономического состояния. Финансовое положение и выполнение объема полномочий местных органов власти за счет собственных источников зачастую приводит к дефициту местного бюджета, и требует государственного регулирования. В таких условиях формирование программ по материальному стимулированию молодых специалистов может быть сведена на нет. На сегодняшний день в муниципальной собственности не может находиться имущество для коммерческого использования, которое может приносить прибыль. Можно рассмотреть это как один из вариантов для пополнения местных бюджетов. Муниципальное имущество, переданным муниципальным унитарным предприятиям, которым можно пользоваться, но нельзя продавать, сдавать в аренду, вносить в качестве вклада в уставный капитал и др. Правила оперативного управления муниципальным имуществом, которое передано муниципальным предприятиям, также ограничивает их права и самостоятельность.

Есть несколько способов распоряжения муниципальным имуществом:

– непосредственное пользование муниципальным имуществом, когда
– имущество находится в составе муниципальной казны;
– передача имущества в хозяйственное ведение и оперативное управление может быть, когда цели деятельности муниципальных унитарных предприятий соответствуют Федеральному закону от 22 ноября 2002 г. № 161-ФЗ «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» [1], и эти предприятия являются единственными производителями данных общественных услуг на территории муниципального образования, а само имущество может находиться в муниципальной собственности согласно Федеральному Закону № 131 – ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" [3];
– сдача муниципального имущества в аренду. Это могут быть переданы обособленные земельные участки и другие объекты, сооружения, здания и другое, при условии их использования в целях оказания таких публичных услуг населению муниципального образования, которые соответствуют вопросам местного значения;
– передача муниципального имущества в концессию предполагает
– передачу муниципального имущества (объектов муниципальной инфраструктуры) в эксплуатацию и управление на длительный срок;
– передача муниципального имущества в доверительное управление
– юридическому или физическому лицу. Доверительный управляющий обязуется управлять переданным ему имуществом в интересах муниципального образования за вознаграждение, по договору доверительного управления;
– отчуждение муниципального имущества осуществляется в случае
– выявления его нецелевого назначения;
– купля-продажа. Не соответствующее назначению или неэффективное использование муниципального имущества, которое может быть приватизировано в соответствии с Законом от 21 декабря 2001 г. № 178-ФЗ «О приватизации государственного и муниципального имущества» [2].

В связи с вышеизложенным, местные органы власти в некоторой степени использовать в Российской Федерации за прошедшие года так и не удалось создать прочный эконо-

мический фундамент местного самоуправления. Продолжается формирование, становление нормативной базы, регулирующей местное самоуправление, что существенно затрудняет оценку эффективности управления муниципальным имуществом, его финансовыми возможностями.

Вопросы формирования и расходования средств местного бюджета на федеральном уровне регламентируются Законом № 131-ФЗ, Бюджетным и Налоговым кодексами РФ, нормативными правовыми актами Президента РФ, нормативными правовыми актами Правительства РФ и иных федеральных органов исполнительной власти; на региональном уровне – конституциями (уставами) и законами субъектов РФ, нормативными правовыми актами высшего должностного лица субъектов РФ, нормативными правовыми актами правительства субъектов РФ и иных исполнительных органов государственной власти субъектов РФ, а также муниципальными правовыми актами.

Средства местных бюджетов не входят в состав бюджетов органов государственной власти, а находятся в собственности муниципальных образований. Используя различные формы и методы мобилизации и использования средств местных бюджетов, органы местного самоуправления воздействуют на объем и структуру накопления и потребления, инвестиционную активность, уровень безработицы, социальную обеспеченность на территории муниципального образования.

Таким образом, формирование муниципальной экономико-социальной мотивационной модели стимулирования молодых специалистов в виде поощрений, надбавок, обеспечения карьерного роста, решения жилищных вопросов и др., возможно только в контексте с региональными властями в виде программ и проектов, с поиском источников их финансирования.

Список литературы

1. Федеральный закон «О государственных и муниципальных унитарных предприятиях» от 14.11.2002 N 161-ФЗ (ред. от 28.11.2018). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://fzrf.su/zakon/o-municipalnyh-unitarnyh-predpriyatiyah-161-fz/ (дата обращения 28.02.2019 г.).

2. Федеральный закон "О приватизации государственного и муниципального имущества" от 21.12.2001 N 178-ФЗ (последняя редакция). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_35155/(дата обращения 28.02.2019 г.).

3. Федеральный Закон № 131 – ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kodeks.systecs.ru/zakon/fz-131/glava8/st50.html (дата обращения 28.02.2019 г.).

4. Закон Республики Крым от 9 января 2017 г. N 352-ЗРК/2017 "О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года" (с изменениями и дополнениями). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://invest-in-crimea.ru/crimea-strategy (дата обращения 28.02.2019 г.).

УДК 65.011

ОПЕРАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАК КОНЦЕПТ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Растова Юлия Ивановна,

д.э.н., профессор Санкт-Петебургского государственного экономического университета, г. Санкт-Петербург

Бородулина Светлана Анатольевна,

д.э.н., профессор, ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Изложены актуальные дефиниции категории и ценностно-ориентированный подход к управлению операционной эффективностью. Представлены инструменты и метрики оценки достижения операционной эффективности в современных условиях.

Ключевые слова: операционная эффективность; менеджмент.

OPERATIONAL EFFICIENCY AS A CONCEPT OF MODERN MANAGEMENT

Rastova Y.I.,

Doctor in Economics, Professor of SPbSUE, St. Petersburg

Borodulina S.A.,

Doctor in Economics, Professor of GUMRF admiral S.O. Makarov, St. Petersburg

ABSTRACT

The current definitions of the category and value-oriented approach to the management of operational efficiency are presented. Presents tools and metrics for assessing the achievement of operational efficiency in modern conditions.

Keywords: operational efficiency; management.

В Послании Президента Федеральному Собранию от 4 декабря 2014 года была сформулирована задача повышения эффективности национальной экономики в условиях санкции и внешних ограничений.

Собственно термин «операционная эффективность» был зафиксирован поручением Правительства Российской Федерации от 23.03.2015 № ИШ-П13-1818, касающимся перечня внутренних нормативных документов для компаний с государственным участием. В частности, речь идет о «Регламенте повышения инвестиционной и операционной эффективности и сокращения расходов».

Приходится констатировать, что категория «операционная эффективность» не была и до сих пор не является фокусом исследований отечественного научного сообщества. Об отсутствии сформулированной позиции и неготовности предложить бизнесу развернутые методические рекомендации по повышению операционной эффективности свидетельствуют результаты опроса среди академического сообщества (рис. 1 и 2).

Следует сказать, что категория «операционная эффективность» имеет универсальный характер. Операционная эффективность – это достижение наилучшего соотношения между задействованными ресурсами и конечными результатами работы, свидетельствующее о способности компании реагировать на постоянно меняющиеся условия рыночной среды экономически эффективным способом [1, с. 282] Основным показателем операционной эффективности компании является оборачиваемость активов – отношение выручки от продаж,

или объема работ, выполненных профильными активами, к их средней величине. Именно продажи обеспечивают возврат первоначальных инвестиции и завершение оборота капитала.

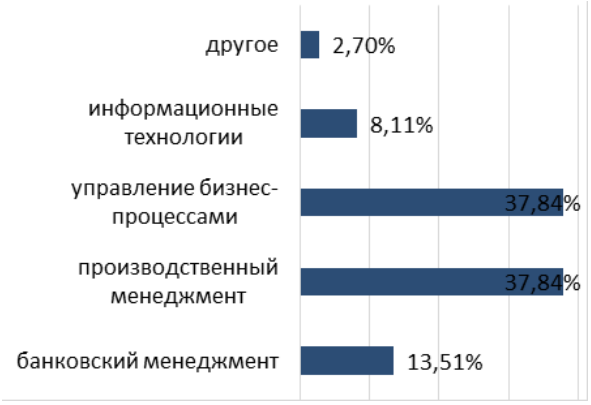

Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос: «К какой области знаний относится категория «операционная эффективность»?», в процентах к числу опрошенных

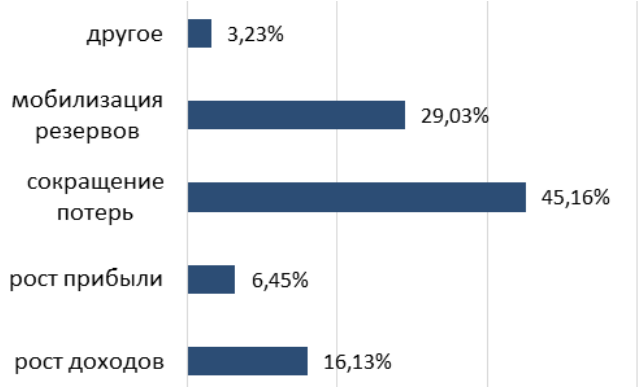

Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос: «Что из перечисленного является прямым результатом повышения операционной эффективности?», в процентах к числу опрошенных

Управление операционной эффективностью заключается в поиске лучшей конфигурации ресурсов с операционными и динамическими возможностями компании, что достигается посредством лучших практик в техническом обслуживании и ремонтах, в закупочной деятельности и цепочках поставок; в системе мотивации и оплаты труда персонала; в формировании организационно-функциональной структуры; в управлении основными средствами и оборотным капиталом, в том числе аз счет использования инструментов цифровизации. Организация, реализующая лучшие практики, является носителем собственных ценностей, ориентирующимся в качестве детерминант на ценности, значимые для потребителей и других заинтересованных сторон [2, с. 10].

Управление операционной эффективностью предполагает, в первую очередь, использование известных программ улучшений – «Шесть сигм» и «бережливое производство», – для устранения дефектов с точки зрения потребителей и устранения всех видов потерь.

Таким образом, анализируя операционную эффективность, можно понять деловой статус и уровень управления компанией, выявить, расставить приоритеты и использовать все возможности совершенствования бизнеса.

Список литературы

1. Основы бизнеса : учебник. – М. : Кнорус, 2018. – 346 с.
2. Бездудная А.Г., Растова Ю.И., Сигов В.И. Управление операционной эффективностью в секторе нефинансовых корпораций и малом предпринимательстве: монография. – СПб.: СПбГЭУ, 2019. – 163 с.
3. Растова Ю.И. Управление операционной эффективностью и сокращением расходов на промышленном предприятии // Управление инновационным и инвестиционным процессами формирования и развития промышленных предприятий в условиях цифровой экономики. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2018. – С. 181-186.

УДК 338.1

ИННОВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ ПРОМЫШЛЕННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

Иванова Оксана Евгеньевна,

канд. эконом. наук, доцент, заведующий кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита ФГБОУ ВО Костромская ГСХА, п. Караваево

Абрашкин Михаил Сергеевич,

канд. эконом. наук., доцент, доцент кафедры управления ГБОУ ВО Московской области «Технологический университет», г. Королев

АННОТАЦИЯ

В статье описываются подходы управления затратами промышленного сектора экономики на основе инновационной составляющей. Определены ключевые позиции инновационного рейтинга для достижения эффективности производства.

Ключевые слова: промышленность; затраты; инновации; управление; эффективность.

INNOVATIVE COMPONENT OF MANAGING THE COSTS OF THE INDUSTRIAL ECONOMY SECTOR

Ivanova O.E.,

PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Accounting Department accounting, analysis and audit of FSBEI HE Kostroma State Agricultural Academy, Karavaevo

Abrashkin M.S.,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of Management SBEI HE the Moscow region «Technological University», Korolev

ABSTRACT

The article describes the approaches to managing the costs of the industrial sector of the economy on the basis of the innovation component. The key positions of the innovation rating for achieving production efficiency are defined.

Keywords: industry; costs; innovation; management; efficiency.

Глобализация устойчивого развития промышленного сектора России на мировом и национальном рынках предполагает его трансформацию вследствие модернизации производства и перехода к инновационному пути развития [1]. Эффективное производство и развитие хозяйствующих субъектов на базе инновационного рейтинга является основой управления затратами. Авторы исходят из предложения, что для оценки инновационной составляющей промышленного сектора, системные индикаторы должны отвечать ряду требований: во – первых: максимальная информативность и целостность об эффективности промышленных производств; во – вторых: наличие временной и пространственной оценки эффективности промышленности на основе инновационного рейтинга; в – третьих: применяемость и корректность полученной оценки инновационной составляющей в контексте управления затратами [4].

На взгляд авторов, наиболее точной методикой оценки инновационной деятельности, как фактора, влияющего на управление затратами, является та, которая учитывает не только эффект научной и инновационной деятельности, способствующий изменению структуры производства в пользу наукоемких видов продукции (товаров, работ, услуг), повышение производительности труда и эффективности производства, обеспечение конкурентоспособности экономики и ее интеграции в мировые научно – технические связи, но и отраслевые

принадлежности и специфику деятельности внутри определенного вида экономической деятельности.

В ходе исследования была произведена оценка эффективности производственной деятельности промышленного сектора России с присвоением классности [3]. С этой целью существует объективная необходимость выделения трех соразмерных групп, определенных экспертным путем: I группа – представлена высокоэффективными видами экономической деятельности; II группа – координирует среднеэффективные промышленные производства; III группа – объединяет низкоэффективный промышленный сектор. Результаты реализации авторской оценки эффективности производства на основе инновационной активности хозяйствующих субъектов создают базу для формирования системы управления затратами на производство и продажу продукции (товаров, работ, услуг), которая отвечает потребностям управления в условиях конкуренции для достижения оптимального использования имеющихся ресурсов. В общем виде модель определения влияния инновационного рейтинга на управление затратами представляет собой последовательность применения определенных этапов и стадий в обозначенной системной последовательности (рисунок 1).

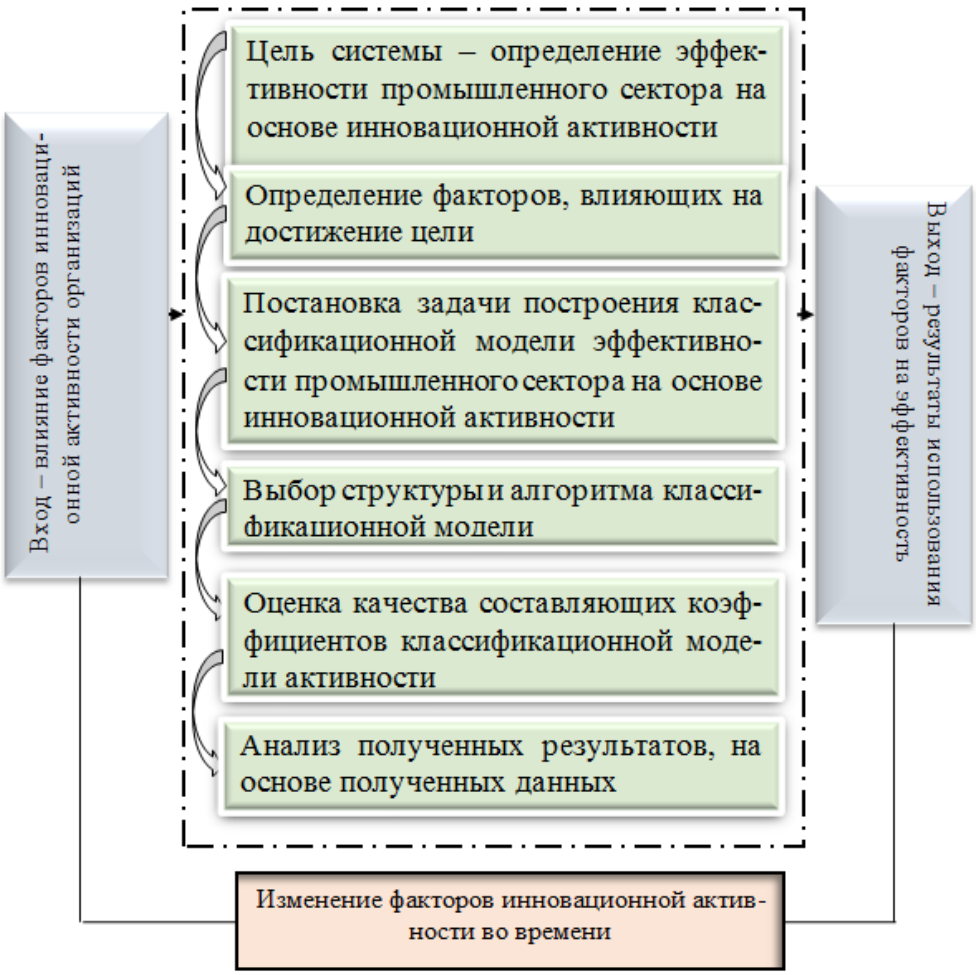

Рисунок 1 – Модель определения эффективности промышленного сектора России на основе инновационной активности

Следует почеркнуть, что при достижении конкретных значений инновационного рейтинга возможно обозначить все необходимые параметры для управления затратами [2]. Авторская позиция относительно достижения конкретного результата эффективности производственно – хозяйственной деятельности экономических субъектов путем применения данной модели сводится к тому, что при помощи целенаправленного сочетания значимых составляющих инновационной активности организаций, а именно – расширения ассорти-

мента товаров, работ, услуг; повышения гибкости производства; рациональной организации труда и управление системой мотивации; повышения энергоэффективности производственного процесса; улучшение информационных связей внутри организаций или с другими организациями; снижение загрязнения окружающей среды; проведение маркетинговых инноваций – вероятно достичь формирование устойчивого развития хозяйствующего субъекта.

Список литературы

1. Жуков Р.А., Поляков В.А., Васина М.В. Влияние инноваций, труда и капитала на объем валового регионального продукта как индикатора устойчивого развития регионов: регионы Центрального Федерального округа и Тульская область // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2018. – Т. 6. № 5. – С. 4 – 9.

2. Ленчук Е.Б. Формирование промышленной политики России в контексте задач новой индустриализации // Журнал Новой экономической ассоциации. – 2018. – № 3 (39). – С. 138 – 145.

3. Романова О.А. Приоритеты промышленной политики России в контексте вызовов четвертой промышленной революции. Часть 1 // Экономика региона. – 2018. – Т. 14. № 2. – С. 420 – 432.

4. Широв А.А. Роль инструментальных методов анализа и прогнозирования для обоснования экономической политики // Проблемы прогнозирования. – 2017. – Т. 28. № 2. – С.121 – 126.

МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИЕЙ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ПРОГРАММ

Рязанова Валентина Александровна,

канд. эконом. наук, доцент Арзамасского филиала Нижегородского государственного исследовательского университета им. Н.И. Лобачевского, г. Арзамас

АННОТАЦИЯ

Рассматриваются проблемы управления реализацией муниципальных программ. Определены и рассмотрены факторы, вызывающие низкое качество подготовки и реализации программных мероприятий. Сформулированы возможные направления повышения качества управления реализацией муниципальных программ.

Ключевые слова: устойчивое развитие муниципального образования; муниципальные программы; разработчик-координатор муниципальных программ; программный мониторинг; оперативный мониторинг; проектное управление.

MANAGEMENT ARRANGEMENTS IMPLEMENTATION MUNICIPAL PROGRAM

Ryazanova V.A.,

PhD in Economics, Associate Professor of Arzamas branch of Nizhny Novgorod state research University. N. So. Lobachevsky, Arzamas

ABSTRACT

The problems of municipal programs implementation management are considered. The factors causing low quality of preparation and realization of program actions are defined and considered. The possible directions of improving the quality of management of the implementation of municipal programs are formulated.

Keywords: sustainable development of the municipality; municipal programs; developer-coordinator of municipal programs; program monitoring; operational monitoring; project management.

На современном этапе обеспечение устойчивого развития небольших муниципальных образований (далее МО) во многом определяется не только объемами авансируемых ресурсов в реализацию программ развития территории, но и уровнем организации процессов, связанных с умением грамотно планировать и организовывать их эффективную реализацию.

По своей сути, программы представляют собой набор мероприятий, которые призваны обеспечить текущее функционирование МО исходя из того, что позволяет принятый бюджет. Это, в свою очередь, обусловливает отсутствие связи между средствами управления от концепции (через программу реализации и проекты развития к текущим годовым планам) до управления достижением стратегических целей. В итоге в подавляющем большинстве МО отсутствует общая схема организации работ по реализации стратегии, преобразованию целевых установок по направлениям в конкретные текущие задачи и соответствующие программы и проекты, не соизмерены имеющиеся и необходимые ресурсы для их выполнения.

Разработка механизма управления реализацией планов, процедуры мониторинга и корректировки программ развития МО является обязательным заключительным этапом. Как правило, задачи мониторинга и корректировки процессов реализации любого программного мероприятия возлагается на администрацию МО.

В соответствии со сложившейся практикой, текущее управление реализацией муниципальных программ (далее МП) осуществляется разработчиком-координатором, в роли которого, как правило, выступают профильные департаменты администрации МО. В ход текущего управления реализации подпрограмм МП кроме разработчика-координатора подключаются соисполнители в соответствии с их компетенцией.

Функция контроля за реализацией МП возлагается или на заместителей главы администрации города, в рамках курируемого ими направления деятельности, или структурное подразделение администрации города, определенное в МП.

Мониторинг реализации муниципальной программы представляет собой периодическое наблюдение за ходом реализации МП с помощью сбора информации по определенной системе показателей.

Процедура мониторинга проводится в обязательном порядке в отношении всех муниципальных программ, реализуемых на территории. При этом осуществляется оперативная и программная оценка степени исполнения запланированных программных мероприятий. В ходе оперативного мониторинга оценивается степень завершенности и достижения запланированных локальных результатов мероприятий МП. Программный мониторинг предусматривает оценку степени достижения намеченных целей и решения задач, а также влияния достигнутых результатов на социально-экономическую ситуацию в МО. Общая структурная схема механизма управления реализацией программных мероприятий представлена на рис.1.

Оперативный мониторинг реализации МП проводится за первую половину текущего финансового года разработчиком-координатором МП. Соисполнители и участники МП представляют сведения о ходе выполнения программных мероприятий в рамках своей компетенции. Одновременно с этим департамент финансов представляет разработчику-координатору сведения об объемах финансирования МП за счет средств бюджетов всех уровней в разрезе подпрограмм. На основании полученной информации каждый из разработчиков-координаторов направляет отчет, где оценивается степень завершенности, достижения запланированных локальных результатов программных мероприятий и направляет его заместителю главы администрации, курирующему соответствующее направление.

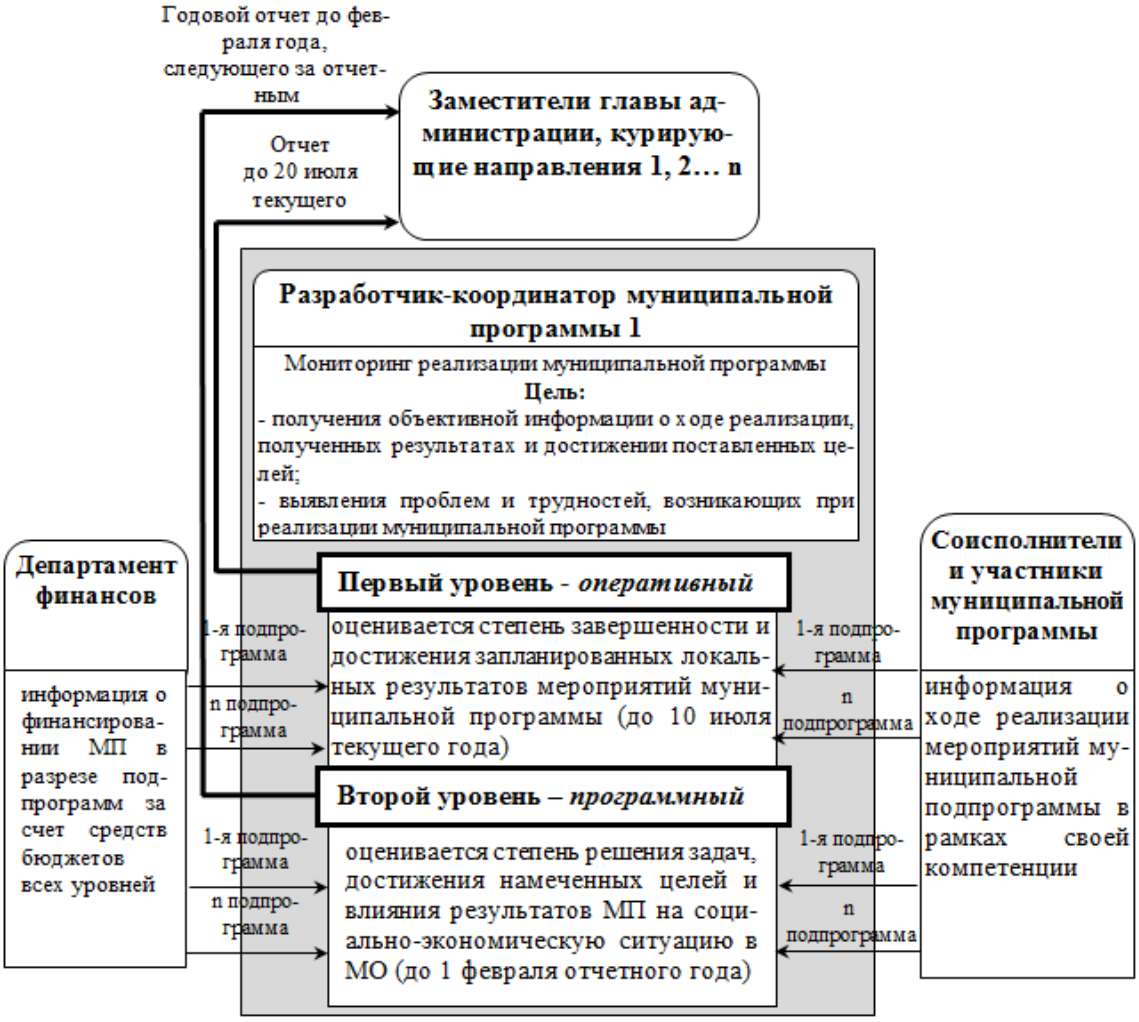

Рисунок 1 – Процесс мониторинга реализации муниципальных программ

Программный мониторинг реализации МП проводится ежегодно (по окончании финансового года). В рамках программного мониторинга разработчикам-координаторам МП соисполнители и департамент финансов представляют информацию о выполнении программных мероприятий и объемах финансирования МП за счет средств бюджетов всех уровней за отчетный финансовый год. Разработчики-координаторы на основании представленной информации оценивают степень реализации мероприятий МП и по результатам готовят годовые отчеты по исполнению муниципальной программы по установленной форме, согласовывают с заместителем главы администрации, курирующим соответствующее направление. Согласованные годовые отчеты направляются в департамент экономического развития, где готовится уже сводный годовой отчет о ходе реализации МП и направляется главе администрации и размещается на официальном сайте администрации города в сети Интернет для информирования населения.

Исследование существующего процесса управления реализацией МП, позволяет выявить типичные причины низкого качества планирования и реализации МП.

Во-первых, необходимо отметить диффузию функции мониторинга в разных направлениях, что приводит к множественному дублированию этой функции.

Во-вторых, отсутствие координации ролей и полномочий исполнителей и соисполнителей входе реализации муниципальных программ.

В-третьих, в сложившейся системе функцию мониторинга выполняют, зачастую, непрофильные специалисты структурных подразделений администрации МО, что сказывается на качестве принимаемых решений.

В-четвертых, существующий подход к организации мониторинга не обеспечивает рационального использования ресурсов МО.

Таким образом, процесс реализации МП требует внедрения нового инструментария в муниципальном управлении. Управление проектами в сфере государственного и муниципального управления является своеобразным трендом в течение последних нескольких лет. Процесс «Управление проектами» призван обеспечить достижение целей органа исполнительной власти за счет планирования, организации и контроля трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов проекта. Периодичность контроля при проектном управлении устанавливается не полгода, как при существующем процессе, а месяц или даже неделя Методической базой управления реализацией МП должен служить Стандарт по управлению проектами.

Список литературы

1. Калинин Е.В., Кузнецов В.М., Мелентьев С.А., Новиков П.А., Степанов М.Р. Проблем безопасности народного хозяйства // Управление социально-экономическими системами. – 2007. – № 3. – С. 15-21.

2. Петров В.П. Теория управления организационными системами. – М.: Высшая школа, 2005. – 584 с.

3. Лубский А. Этнократия как политическая реальность. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://evrazia.org/article/2177 (дата обращения 16.02.2013).

УДК 658.15

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАЛОГО БИЗНЕСА

Муравьева Наталья Николаевна,

к.э.н. доцент Волжского филиала Волгоградского государственного университета, г. Волжский

АННОТАЦИЯ

В статье дана характеристика методического инструментария, используемого для оценки эффективности формирования капитала в организациях. Обоснована объективная необходимость выбора минимального количества таких показателей и пересмотра их целевого уровня для предприятий малого бизнеса. В результате исследования рассчитаны количественные значения критериев эффективности формирования капитала с учетом отраслевой и региональной специфики малых предприятий.

Ключевые слова: предприятия малого бизнеса; собственный капитал; заемный капитал; структура капитала малых предприятий; эффективность формирования капитала; индикаторы эффективности.

EVALUATION OF EFFICIENCY OF SMALL-SIZED BUSINESSES' CAPITAL FORMATION

Muraveva N.N.,

PhD in Economics, Associate Professor of Volgograd State University's Volzhskiy branch, Volzhskiy

ABSTRACT

The article describes the methodological tools used to assess the efficiency of capital formation in organizations. The objective necessity of choosing the minimum number of such indicators and reviewing their target level for small businesses is substantiated. As a result of research quantitative values of criteria of efficiency of formation of the capital taking into account branch and regional specifics of the small enterprises are calculated.

Keywords: small-sized businesses; equity capital; debt capital; capital structure of small-sized businesses; the efficiency of capital's formation; performance indicators.

Формирование капитала в коммерческих организациях осуществляется из различных источников. Во-первых, это собственные средства, которыми располагает владелец бизнеса, в виде изначально инвестированного капитала (уставный капитал) и накопленного в ходе осуществления предприятием его хозяйственной деятельности (отчисления в резервные фонды, нераспределенная прибыль и др.). Во-вторых, это заемные средств, которые привлекаются для финансирования в случае недостатка собственных средств, т.е. практически всегда. Выбор конкретного источника финансирования обусловлен наличием у экономического субъекта такой возможности, необходимости в привлечении дополнительных финансовых ресурсов, а также стоимостью этого источника в сопоставлении со стоимостью других.

Для предприятий малого бизнеса формирование капитала осуществляется в условиях объективных финансовых ограничений, которые проявляются на начальном этапе создания бизнеса и сопровождают указанные экономические субъекты в течение всего периода их предпринимательской деятельности: это и наличие небольшого размера стартового капитала, и возможность увеличения собственного капитала только при условии получения стабильной прибыли, и ограниченный доступ к долгосрочным заемным ресурсам, Если владелец малого предприятия нацелен на дальнейшее успешное развитие своего бизнеса, то для него крайне важно использовать сформированный капитал наиболее рационально и иметь при этом четкое представление о том, насколько полно обеспечивается реализация поставленной цели, своевременно выявлять возникающие проблемы и предпринимать действенные меры для их решения.

Основными параметрами, характеризующими эффективность формирования капитала в организациях, традиционно выступают веса собственных и заемных источников финансирования. Превышение первых над вторыми является условием обеспечения относительной финансовой безопасности предпринимательской деятельности. Комплексная оценка указанной эффективности проводится посредством использования специальных финансовых коэффициентов, сгруппированных по следующим направлениям:

– определение достаточности сформированного собственного капитала, что определяется полученными значениями показателей группы «финансовая устойчивость»;

– оценка эффективности использования капитала (собственного и заемного), что позволяют отследить фактические значения и динамика показателей групп «рентабельность вложенного капитала» и «оборачиваемость»;

– оценка результативности принимаемых управленческих решений в сфере управления собственным и заемным капиталом и их воздействия на эффективность финансового управления в целом, которая проводится посредством использования финансовых коэффициентов группы «рентабельность деятельности», а также таких обобщающих показателей как «эффект финансового рычага» (характеризующий соотношение риска и доходности деятельности), «экономическая добавленная стоимость» (определяющий изменение стоимости организации за определенный период времени с учетом полученной прибыли, размера вложенного капитала и расходов на его привлечение) и пр.

Представленный методический инструментарий, достаточно широко и успешно используемый крупными организациями для оценки эффективности формирования капитала,

является избыточным, вычислительно сложным, а в ряде случаев и недоступным для применения субъектами малого бизнеса, действующих в условиях не только финансовых, но и кадровых (отсутствие необходимых специалистов), и информационных (отсутствие необходимой информационной базы) ограничений [1, с. 23]. Кроме того, усложняющим фактором при проведении такой оценки на малых предприятиях выступает то обстоятельство, что в подавляющем большинстве фактические значения используемых показателей не соответствуют их рекомендуемым целевым ориентирам, которые разработаны для крупных организаций [2], что вовсе не означает неэффективное ведение бизнеса.

Малые предприятия объективно осуществляют свою деятельность в условиях повышенного риска, и для них не является исключением ситуация, когда преобладающая доля капитала сформирована не только за счет заемного капитала, но и за счет наиболее краткосрочных обязательств (кредиторской задолженности) [3, с. 41]. При таких обстоятельствах говорить о достижении нормативных значений коэффициентов финансовой устойчивости не представляется возможным. Кроме того, огромное значение имеет и вид экономической деятельности субъекта, и, в связи с ограниченными масштабами бизнеса, специфика его функционирования в рамках отдельного региона.

Для выяснения указанных аспектов была исследована структура капитала малых предприятий Волгоградской области за 2012-2017 гг., выборочная совокупность которых составила 100 единиц [4]. В состав указанной выборки вошли малые предприятия, осуществляющие деятельность в сфере торговли, производства и строительства как видов экономической деятельности, занимающих наибольшую долю в общем количестве малых предприятий региона (более 75%) [5, с. 178]. В результате проведенного исследования была определена усредненная структура капитала предприятий малого бизнеса региона в разрезе выделенных видов экономической деятельности, на основе которой построены доверительные интервалы удельных весов основных источников финансирования с ориентацией на генеральную совокупность – гипотетически максимальную долю соответствующих экономических субъектов (таблица 1). Полученные данные позволили утверждать, что соотношение долей собственного и заемного капитала предприятий малого бизнеса Волгоградской области существенно отличается по видам осуществляемой ими деятельности, при этом в сфере производства отмечается соответствие значениям, рекомендуемым для крупных организаций, что обусловлено большей долей прибыльных предприятий, чем в торговле и, особенно, в строительстве.

Таблица 1

Границы изменений веса собственного и заемного капитала в структуре источников финансирования малых предприятий Волгоградской области, %*

Вид экономической деятельности	Доля в структуре капитала	левая граница	правая граница
Торговля оптовая и розничная	собственный капитал	27,11	33,71
	долгосрочные обязательства	7,38	10,86
	краткосрочные обязательства	57,67	64,05
Обрабатывающие производства	собственный капитал	46,26	53,21
	долгосрочные обязательства	8,01	11,99
	краткосрочные обязательства	37,95	42,43
Строительство	собственный капитал	20,08	29,76
	долгосрочные обязательства	3,61	17,99
	краткосрочные обязательства	62,31	71,43

* доверительные интервалы построены при уровне значимости 95%.

На следующем этапе исследования из всей совокупности финансовых индикаторов, применяемых для оценки эффективности формирования капитала в организациях, для малых предприятий должны быть отобраны те, которые, во-первых, рассчитываются на основе данных, представленных в основных формах финансовой отчетности; во-вторых, в значительной мере учитывают специфику экономической деятельности, проявляющуюся, в т.ч. и в структуре сформированных активов [6, с. 128]; в-третьих, используются в системе «риск – доходность», так как именно в таком наборе они позволяют определить рациональность принятых управленческих решений. Выбор конкретных финансовых индикаторов и обоснование их целевых ориентиров (критериев эффективности формирования капитала) для предприятий малого бизнеса осуществлялся на основе следующих рассуждений:

1) для малых предприятий «достаточность» собственного капитала следует определять на основе обеспечения его превышения над сформированными внеоборотными активами. Для таких субъектов характерна ориентация на минимизацию стоимости внеоборотных активов (вплоть до полного их отсутствия), соответственно, это условие выполняется достаточно легко, если только величина собственного капитала предприятия не принимает отрицательного значения, что характерно для убыточных предприятий. Это состояние позволяют отследить показатели «собственные оборотные средства» и «коэффициент обеспеченности оборотных средств собственным капиталом», значения которых должно быть положительными;

2) в связи с тем, что для малых предприятий характерно формирование внеоборотных активов на минимальном уровне, важное значение приобретает обеспечение частичного финансирования за счет собственного капитала запасов, как наименее ликвидных активов. Очевидно, что формирование «достаточного» размера собственного капитала напрямую зависит от величины сформированных запасов: чем больше их удельный вес в структуре активов, тем больше необходимость предприятия в наличии собственного капитала в качестве источника финансирования;

3) зависимость малого бизнеса от внешних источников финансирования следует определять долей в структуре капитала краткосрочных заемных обязательств, а в случае значительной величины кредиторской задолженности – долей наиболее срочных обязательств. Это позволяет определить показатель «коэффициент текущий долговой нагрузки», в расчет которого, соответственно, следует принимать только краткосрочные заемные средства (наиболее срочные обязательства);

4) доходность бизнеса позволят оценить показатели рентабельности (собственного и совокупного капитала, продаж и чистая рентабельность). Основное предпочтительное направление изменения указанных коэффициентов – их увеличение по сравнению с предыдущим периодом; однако для малых предприятий, фактические значения прибыли которых характеризуются значительной вариативностью, в качестве целевого ориентира может признано получение положительных величин рентабельности;

5) интенсивность использования капитала позволяют оценить коэффициенты оборачиваемости. Для малых предприятий в данном аспекте не выявлено существенной специфики, кроме того, что скорость оборота всех элементов капитала и активов теоретически должна быть существенно выше, чем у крупных организаций, однако на практике такое наблюдается далеко не всегда. Соответственно, основное направление повышения эффективности – ускорение оборачиваемости.

Кроме того, представляется возможным для проведения указанной оценки использовать эффект финансового рычага как показателя приемлемости и обоснованности риска, на который идут малые предприятия в результате привлечения заемного капитала. Однако следует принимать во внимание уточнение в его интерпретации: критерием эффективности является исключительно достижение положительных значений показателя.

Для обоснования целевых ориентиров доли собственных и заемных средств в структуре капитала, а также индикаторов, определяющих допустимый уровень риска деятельности малых предприятий была использована логика эталонного подхода к оценке эффективности управления, согласно которой хозяйствующие субъекты, демонстрирующие стабильно прибыльную деятельность в течение всего исследуемого периода, обеспечили оптимальные параметры указанного соотношения с учетом отраслевой и региональной специфики формирования капитала и достигли соответствующих значений выбранных коэффициентов. Поэтому из указанной выше выборочной совокупности были отобраны прибыльные предприятия; для них определены усредненные значения удельного веса собственного и заемного капитала в 2012-2107 гг., также построены доверительные интервалы указанных долей за весь рассмотренный период (при уровне значимости 95%), что позволило определить их целевые значения используемых для оценки отдельных финансовых индикаторов по видам экономической деятельности (таблица 2).

Таблица 2

Показатели эффективности формирования капитала на предприятиях малого бизнеса Волгоградской области и их целевые значения*

Показатели	Целевые значения показателей
Собственные оборотные средства	> 0
Доля собственного капитала в структуре источников финансирования (коэффициент автономии)	торговля оптовая и розничная: (0,32; 0,45)
	обрабатывающие производства: (0,56; 0,67)
	строительство: (0,04; 0,18)
Доля краткосрочного заемного капитала в структуре источников финансирования (коэффициент текущей долговой нагрузки)	торговля оптовая и розничная: (0,45; 0,57)
	обрабатывающие производства: (0,30; 0,43)
	строительство: (0,70; 0,84)
Коэффициент обеспеченности оборотных средств собственными источниками финансирования	торговля оптовая и розничная: ≥ 0,1
	обрабатывающие производства: ≥ 0,2
	строительство:≥ 0,1
Рентабельность собственного капитала	Увеличение по сравнению с предыдущим периодом min > 0
Рентабельность совокупного капитала	
Рентабельность продаж	
Чистая рентабельность	
Коэффициенты оборачиваемости собственного и совокупного капитала	увеличение
Период оборачиваемости собственного и совокупного капитала	уменьшение
Эффект финансового рычага	> 0

*составлено автором.

Оценка эффективности формирования капитала на основе показателей, представленных в таблице 2, основана на анализе их в динамике и в тесной взаимосвязи индикаторов, характеризующих риск и доходность деятельности предприятий малого бизнеса. На основе выявленных различий в структуре капитала, обеспечивающей прибыльность субъектов различных видов экономической деятельности, и, соответственно, количественных значений коэффициентов, зависящих от данной структуры, можно утверждать о необходимости использования специфических целевых индикаторов в рамках отдельных отраслей. Кроме того, различия обусловливаются и масштабами, и региональными особенностями ведения бизнеса. Соответственно, ориентация на разработанные целевые ориентиры, характеризующие эффективное управление капиталом, должна быть присуща исключительно предпри-

ятиям малого бизнеса Волгоградского региона.

Исследование проведено при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Волгоградской области в рамках научного проекта № 18-410-340006 р_а «Разработка методического инструментария оценки эффективности управления финансами на предприятиях малого и среднего бизнеса в Волгоградской области»).

Список литературы

1. Муравьева Н.Н., Холодова Т.П. Обоснование показателей оценки эффективности текущего и оперативного управления финансами на предприятиях малого бизнеса // Juvenis scientia. – 2019. – №3. – С. 22–26.

2. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово-хозяйственной деятельности организаций (утв. Госкомстатом России 28.11.2002). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_142116/ (дата обращения 24.03.2019)

3. Муравьева Н.Н., Холодова Т.П. Обоснование оценочных показателей эффективности управления кредиторской задолженностью на предприятиях малого бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №3-2. – С. 41–45.

4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ofd.nalog.ru/search.html?mode=extended (дата обращения: 26.03.2019).

5. Волгоградская область в цифрах. 2017: краткий стат. сборник. – Волгоград: Волгоградстат, 2018. – 374 с.

6. Талалаева Н.С., Мурдасова М.О. Оценка эффективности использования оборотных средств на предприятиях малого и среднего бизнеса // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – №3-2. – С. 127–131.

УДК 911.3:61

МЕНЕДЖМЕНТ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Семенова Зоя Анатольевна,

канд. экон. наук, доцент кафедры страноведения и международного туризма Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье освящены вопросы использования принципов современного менеджмента при планировании и прогнозировании развития медицинского туризма как новой отрасли здравоохранения. Показана необходимость взаимодействия врачей и менеджеров при обеспечении эффективного функционирования медицинского туризма на разных территориальных уровнях его организации.

Ключевые слова: регион; территория; здравоохранение; качество жизни; клиническое лечение; медицинские услуги; управление.

MANAGEMENT OF MEDICAL TOURISM IN THE SYSTEM TERRITORIAL HEALTHCARE

Semenova Z.A.,

PhD in Economics, Associate Professor at the Department of Regional Studies and International Tourism, St. Petersburg State University, St. Petersburg

ABSTRACT

The article focuses on the use of the principles of modern management in planning and forecasting the development of medical tourism as a new health care industry. The necessity of interaction between doctors and managers while ensuring the effective functioning of medical tourism at different territorial levels of its organization is shown.

Keywords: region; territory; healthcare; quality of life; clinical treatment; medical services; management.

Введение. Термин «менеджмент», начиная с последнего десятилетия XX века, молниеносно проник в отечественную науку об управлении, охватил все сферы человеческой деятельности. Несмотря на это, до сих пор нет однозначного его толкования. Наиболее распространенным является следующее определение: менеджмент – координация людских и иных ресурсов с целью решения поставленных организационных задач, то есть умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения людей. Такое определение помогает раскрыть стиль полезной для общества деятельности, поведение действующих лиц в процессе принятия управленческих решений по использованию материальных и духовных ресурсов как внутри предприятия (организации), так и вовне.

Менеджмент в производстве и сфере услуг, включая здравоохранение, получил широкое распространение как на уровне органов власти, так и в бизнесе. Однако, если речь идет о государственных органах любого уровня, то преимущественно используется термин «государственное управление». Главной задачей государственного управления является обеспечение эффективного использования и координации таких ресурсов, как капитал и труд, используемых для достижения поставленных социально-экономических целей. Что касается бизнеса, то в этом виде деятельности менеджмент направлен на получение прибыли путем создания и реализации определенных товаров и услуг; ему свойственна устремленность к получению максимальной прибыли, что может идти в ущерб качеству работы.

Синтез функций и задач менеджмента на уровне органов власти и бизнеса происходит в тех случаях, когда сочетаются интересы федерального и регионального уровней управления. Такое явление характерно для территориального здравоохранения – совокупности лечебно-профилактических организаций в пределах региона определенного уровня, то есть федерального округа РФ, субъекта РРФ, городского округа, муниципального района, городского или сельского поселения. Каждому из них характерна «своя» региональная среда, которая выражается в специфике природных условий, структуре производства и инфраструктуры, систем расселения. Соответственно, и теоретико-методологические основы менеджмента нуждаются в определенной модификации, прежде всего – в учете социально-географических факторов территориальной организации жизни людей.

Таким образом на региональном уровне возникает новый вид менеджмента – медико-географический менеджмент [1]. Значение этого вида менеджмента особенно возрастает, когда речь идет об управлении деятельностью, выходящей за пределы регионов, страны. К числу таких видов деятельности можно отнести медицинский туризм [2, 3].

Понятие, цель и задачи менеджмента медицинского туризма. С учетом специфики медицинского туризма как одного из видов лечебно-профилактической деятельности можно сформулировать его определение: менеджмент медицинского туризма – это область управления предоставлением приезжим из-за пределов региона или страны пациентам медицинских услуг, распространяющая свое воздействие на регулирование и контроль трудовыми, финансовыми и материальными ресурсами, персоналом и производственными процессами в масштабах лечебно-профилактических организаций региона или страны.

Цель менеджмента медицинского туризма – повышение качества жизни населения путем снижения заболеваемости, инвалидности и смертности населения в условиях современных реалий.

Задачи менеджмента медицинского туризма состоят в следующем: 1) определении круга полномочий, обязанностей и ответственности руководителей всех уровней предоставления медицинских услуг для приезжающих в регион или страну туристов с целью получения клинического лечения или проведения диагностики; 2) осуществлении разработки и согласования целей и задач управления обслуживанием медицинских туристов в рамках установленных обязанностей; 3) составлении реальных планов достижения поставленных перед субъектами территориального здравоохранения целей по предоставлению медицинских услуг; 4) проведении контроля, измерения, оценки работы с целью возможной корректировки задач.

Названные задачи могут быть скорректированы для государственного и частного секторов территориального здравоохранения: в первом случае акцентируется внимание на обеспечение доступности медицинских услуг для туристов; во втором – на удовлетворение потребностей платежеспособной доли приезжих пациентов при одновременном достижении безубыточности и нормативной прибыльности медицинских организаций. Непреложным требованием для обоих секторов является высокое качество предоставляемых медицинских услуг.

Функциональные особенности менеджмента медицинского туризма. Медико-производственная деятельность весьма специфична, поэтому и функции медицинского менеджмента, как и функции менеджера (управляющего), отличаются от других сфер деятельности. В самом общем виде они сводятся к управлению, во-первых, производственно-хозяйственной деятельностью государственных организаций сферы здравоохранения, которые оказывают непосредственные медицинские услуги приезжающим в страну/регион медицинским туристам; во-вторых, управлению производственной и рыночной предпринимательской деятельностью коммерческих медицинских организаций со стороны наемных управляющих, привлеченных собственниками; в-третьих, непосредственно управлению медицинским персоналом (включая вспомогательный персонал), оказывающим медицинские услуги для приезжих в страну/регион пациентов.

Выполнение названных выше функций осуществляется внутри чрезвычайно сложной социотехнической открытой динамической системы, какой является территориальное здравоохранение. Поэтому менеджер должен понимать, какую ответственность несет он, принимая то или иное управленческое решение, от которого зависит жизнь и здоровье людей. К сказанному необходимо добавить, что зачастую возникает невозможность предвидеть последствия принимаемых решений, а в отдельных случаях – и невозможность исправления врачебных ошибок (принятых неверных решений). Отсюда вытекает главное требование к медицинскому менеджеру – способность/умение выявления путей достижения поставленных целей при одновременном обеспечении повышения качества лечебно-профилактических мероприятий и рационального использования ресурсов здравоохранения.

Предоставление медицинских услуг туристам является довольно специфической сферой деятельности в силу особой ответственности за результаты лечения, поскольку приезжий пациент из числа множества возможных вариантов отдал предпочтение именно этой медицинской организации и именно в этой стране/регионе. В случае неудачи неизбежно появятся рекламации, которые, несомненно, могут повлиять на репутацию и имидж не только конкретного лечебно-профилактического заведения, но и на развитие отечественного медицинского туризма в целом. В связи с этим приходится констатировать, что на фоне общих тенденций применения теории классического менеджмента в отечественной практике управления медицинский туризм находится на низком уровне. Об этом свидетельствуют показатели рейтинговой оценки условий развития медицинского туризма в России [4]. В числе главных причин – отсутствие специалистов в области медицинского менеджмента,

информационный дефицит по данной проблематике. Между тем, как свидетельствуют результаты наших исследований [5], Россия обладает немалыми предпосылками для развития относительно новой отрасли экономики, какой является медицинский туризм.

Взаимодействия врачей и менеджеров в медицинском туризме. Формирование негосударственного сектора медицинских услуг и развитие предпринимательства в отечественной медицине предопределило изменение форм и отношений собственности, возникновение купли-продажи продуктов медицинского назначения на рынках. Несмотря на отстаивание другой позиции в этом вопросе со стороны представителей «левого» толка, в реалиях происходит трансформация форм, методов, организационно-правовых структур управления различных звеньев системы здравоохранения и протекающими в ней процессами. Вместо существовавшего ранее организационно-распорядительного управления и централизованного планирования отрасли, внедряются более «мягкие» формы государственного регулирования негосударственного сектора. Это обеспечивается посредством ограничений, лицензий, налогов, сборов, льгот, кредитов, экономических стимулов. Именно в силу этих причин и возник медицинский туризм, основанный на рыночном саморегулировании, механизме спроса, предложения, цен, конкуренции.

В условиях рыночных отношений существенно изменились организационные формы управления производственно-экономическими и социальными процессами, что отразилось и на отрасли здравоохранения, в которой отчетливо проявились такие явления, как демонополизация, децентрализация, демократизация. И если ранее врачи доминировали на всех уровнях сферы здравоохранения, то в новых условиях в конкуренцию с ними вступили специалисты в области управления, в результате чего проявилась такая закономерность: у врачей-управленцев недостаточно знаний по теории и практике управления, а у специалистов по управлению нет достаточных знаний в области управления. Данное противоречие, бесспорно, отражается на решении медицинских задач, ориентирует управление медицинским коллективом на совместные действия единомышленников.

В области медицинского туризма возможность разделения функций врачей и менеджеров вполне очевидна: клиницисты должны лечить, а управленцы – способствовать привлечению в клинику пациентов, создавая бренд и рекламу, обеспечивая пациентам уют и досуг, трансфер от дома до приемного покоя, а после операции и реабилитации – от клиники до дома. Освобождение врача от несвойственных для его профессии функций позволит нормализовать интенсивность медицинского труда, сосредоточиться на вопросах, которые часто требуют безотлагательного решения. В свою очередь, специалисты-управленцы должны проявлять предприимчивость, разумно реагировать на смену ситуации, владеть знаниями в областях экономики, психологии и социологии.

По результатам наших исследований, подавляющая часть врачей (около 90%) считают необходимым участвовать в управленческом процессе здравоохранением, а когда речь заходит о необходимости изучать управленческую науку, то только две трети из числа опрошенных высказывают желание осваивать менеджмент. Однако в тенденции мнение врачей меняется: более половины опрошенных полагают, что дополнительные знания финансового и экономического управления пойдут на пользу. А среди главных врачей высказывается однозначное мнение о необходимости профессиональной подготовки по менеджменту в здравоохранении, что увеличит вероятность принятия рациональных управленческих решений. Касательно медицинского туризма, такого же мнения придерживается подавляющая часть персонала медицинских организаций. Отсюда следует вывод: подготовка менеджеров в области медицинского туризма необходима и должна осуществляться на базе высшего и среднего образования.

Заключение. Менеджмент в медицинском туризме – насущная задача современной отечественной практики территориального здравоохранения. За последнее время достигну-

ты определенные успехи в распространении в России специальных форм (видов) менеджмента медицинского туризма: инновационного, финансового, персонала и т.д. Но пока такая практика охватила лишь отдельные субъекты РФ: Москву, Санкт-Петербург, Алтайский и Краснодарский края. Быстрое развитие медицинского туризма требует от специалистов и руководителей всех уровней наличия профессиональных знаний в области менеджмента.

Автор данной статьи имеет большой опыт преподавания теоретических и прикладных вопросов менеджмента для работников сферы здравоохранения. Выборочный анализ практики работы врачей, получивших дополнительную подготовку в области управления, свидетельствует о повышении эффективности их административной деятельности.

Представленные результаты исследования получены в рамках выполняемого гранта РФФИ №19-05-00104 «Пространственно-временные особенности и закономерности развития медицинского туризма на глобальном и региональном уровнях организации системы здравоохранения».

Список литературы

1. Семенова З.А. Медико-географический менеджмент: предпосылки становления и развития // Актуальные проблемы современной экономической, социальной и политической географии: Материалы XXVII сессии экон.-географ. секции МАРС. – М.: МГПУ. – 2011. – С. 211 – 214.

2. Chistobaev A.I.; Semenova Z.A. Spatio-Temporal Dynamics of the Global Medical Tourism // Journal of Environmental Management and Tourism. – S.l. – v. 9. – n. 2. – p. 267-275. – DOI: https://doi.org/10.14505//jemt.v9.2(26).06.

3. Семенова З.А., Чистобаев А.И., Новикова С.В. Санкт-Петербург как инновационная дестинация медицинского туризма в Балтийском регионе / В сб.: Балтийский регион – регион сотрудничества – 2018: проблемы и перспективы трансграничного сотрудничества вдоль Западного порубежья России // Материалы междун. науч. конф. – 2018. – С. 188 –201.

4. Medical Tourism Index. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.medicaltourismindex.com/research-knowledge/mti-construct/ (дата обращения: 03.03.19).

5. Чистобаев А.И., Семенова З.А. Медицинский туризм – новая отрасль экономики // Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: Материалы IX междунар. науч.-прак. конф. – 2017. – С. 160 – 164.

УДК 331

КОНЦЕПЦИЯ “AGILE OFFICE” КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СОТРУДНИКОВ КОМПАНИИ

Шмелева Жанна Николаевна,

к.ф.н., доцент Красноярского государственного аграрного университета, г. Красноярск

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается концепция “agile office”, в основе которой лежит интеграция в офис различных функциональных пространств, соответствующих ключевым бизнес-процессам в компании. Анализируются преимущества данной концепции как средства повышения эффективности и мотивации персонала.

Ключевые слова: “agile office”; персонал; эффективность; мотивация; организация пространства, преимущества.

THE CONCEPT OF "AGILE OFFICE" AS A MEANS OF IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE COMPANY'S EMPLOYEES

Shmeleva Zh.N.,
PhD in Philosophy, Associate Professor of Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk

ABSTRACT

The article discusses the concept of "agile office", which is based on the integration of various functional spaces corresponding to key business processes in the company into the office. The advantages of this concept as a means of improving the efficiency and motivation of staff are analyzed.

Keywords: "agile office"; personnel; efficiency; motivation; organization of space, advantages.

The ultimate goal of Human resource management is to increase employees' efficiency in order to achieve organization's goals. Employees are the most valuable asset of any company that is why the term human "resource" management is sometimes replaced by human "capital" management. Companies do their best to improve employees' efficiency, loyalty and productiveness by various methods and "agile office" concept is among them.

A new trend – offices in the style of agile ("flexible" offices) is becoming increasingly popular. The concept of agile involves the presence of a large number of different areas in the office, in order for each employee to be able to choose the most comfortable place to work [1]. Initially, the term "agile" was used to refer to the method of project management in companies engaged in the development of IT products. It is assumed that the project is divided into several parts; the implementation of each part must be completed within a certain period. As people work on the product (project), the team approbates it and makes the necessary changes until it reaches the final goal. The final goal may also vary depending on the feedback of the product users. This technique is different from the usual long-term project management. The key point in agile is the constant cooperation between the team and the stakeholders of the product (project). This approach to management allows all employees to act quickly and efficiently, to easily adapt to changes in work, to control the schedule of the working process, to bring the process to the minimum necessary result, to continuously supplement and improve the final product. The use of "agile" methodology reduces the time of tasks and overhead costs, allows to control risks, guarantees the growth of cash flows.

The growing popularity of agile approach to the organization of office space is due to the fact that the approach to work as a whole has changed. The activity of each company becomes multifaceted, it is necessary to solve many problems, to work on several projects at the same time. In the office, it is necessary to allocate areas for team work and informal communication, for creative activities and work in a private environment, and such areas are allocated in the offices, made in the style of agile. Employees can move from one zone to another, depending on what task needs to be solved at the moment. This approach increases the efficiency of the company's employees and allows to attract the best specialists, while saving the budget by eliminating the standard places. According to statistical studies, offices designed in the style of agile, can improve performance.

In the last decade, a lot of office space design options have been tested, and agile offices are consistently among the leaders, as they allow to create a space that is easily transformed and allows you to work effectively. If we consider advantages of agile offices, we can mention the fact that they combine all the necessary requirements for modern offices – flexibility, excellent appearance, comfort, zoning of office space. Employees of different departments at one time can gather in the right area to solve common problems. There is no need to gather special meetings, discuss how to restructure the work so that employees can interact with each other. In order to begin to solve the new problem, they just need to gather in the right area. In such offices there are no walls and separate offices. Jobs are arranged in groups, and these groups are easy to move. The use of flexible

partitions in offices of this type allows to create a cozy open space, where you can brainstorm or solve different urgent issues. Agile offices involve the use of bright colors, graphics, furniture of unusual shape and other original details.

This approach significantly increases the efficiency of interaction between teams and contributes to the creation of innovations, as well as helps to attract the best staff and reduce costs by eliminating part of the standard jobs. Many organizations, especially those focused on flexibility, mobility and innovation, are moving to agile offices, seeing this solution as an opportunity to improve the company's performance. Certainly, it is necessary to understand that the transfer to "agile office" concept can't be used by everyone and not everyone will be able to complete this process. It is especially difficult for large companies (we leave aside representatives of the IT industry, they are easily given a turn towards "flexible" practices), which, because of their heavy infrastructure and a rigid corporate culture that resists changes, are not able to quickly absorb this new philosophy. In addition, large companies should count economic efficiency of such changes because they require significant financial investments, guarantees that a positive result will be visible immediately (if at all). The example of "Sberbank" is rather an exception, and it took more than five years to constitute the entire system.

Any "agile" space should ideally contain four types of locations. First of all, for employees who spend most of the time in the office and have fixed jobs ("I/Personal space"). Secondly, for mobile personnel the temporary jobs are provided, which are located in open space ("I/Joint space"). Thirdly, the design studios ("We/Personal space") are a common feature of the media solutions space that supports project teams and small groups. Finally, there are informal areas that include meeting rooms, relaxation areas, coffee points, locations ("We/Joint space").

It is important to understand that "agile" is not only the creation of a comfortable and modern office, but also a well thought-out integrated approach to the formation of new principles of work focused on improving the efficiency and effectiveness of each person, team. In this regard, the reconstruction of the office into a "flexible" space should not be the main goal, but the result of the analysis of the efficiency of existing business processes carried out within the company. If the analysis shows that the changes will benefit, then we can safely decide on such a step. Moreover, now is the right time to change the office concept. Companies in the context of the need for optimization reduce the cost of doing business and are looking for the most painless ways to reduce office space and the number of jobs without affecting the efficiency of the entire company.

The main effect can be achieved in just a few months of the "agile" space functioning because it means the transition to teamwork. People often gather to discuss various initiatives and proposals, as well as get to know each other better, which allows them to quickly solve working issues, reducing the time of implementation of projects and increasing their potential. Moreover the image component is important. According to analysts, firms that can show "mobile" offices are more attractive to potential employees. In addition, now it is also a way to acquire the status of a modern, advanced company.

Speaking about disadvantages we can name a significant amount of resources (financial, human) that are required for the qualitative implementation of the project, the complexity of the organization of such a system, the necessity to attract companies specializing in effective office solutions, the time it will take employees and management to adapt to new realities and build workflows.

In order to avoid various difficulties in the reformatting of the office, experts recommend to form a clear understanding of the processes under which the new space will be organized. It is necessary to consider the possibility or probability of changes in workflows in the foreseeable future (whether new ones will be added, old ones will be stopped or transformed), whether there is a plan to expand the staff (whether there will be a margin of safety for the number of employees who can simultaneously occupy a particular office area). The main thing when planning and redesigning the

office is to remember that you are organizing a working space for employees, where they can solve tasks more effectively, and not build a hotel with entertainment.

In conclusion we can say that the Russian "agile" office market is at the beginning of its development. Within the office segment of the agile-solutions will be implemented only partially, with the borrowing of only part of the elements of the overall model. Of course, the office real estate market is changing and quickly adapts to external and internal circumstances, but most domestic companies are not ready to abandon the cabinet system with a clear hierarchy and rebuild the work under the new format. Radical changes will require more than one year. However, the vector on agile is already set. There are a number of examples in Moscow, where the principles of "agile" offices are used, but their units are implemented in the offices of international companies. These are the companies that work in industries with maximum changes and demand for innovations, namely IT and marketing. In general, in Russia, the corporate environment is characterized by a certain conservatism, which does not have a rapid introduction of costly innovations.

References

1. Как построить офис по принципам agile (и понять, что это). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://incrussia.ru/understand/kak-postroit-ofis-po-printsipam-agile-i-ponyat-chto-eto/ (дата обращения 02.03.2019).

ЦИФРОВИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА: ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Колчанов Владимир Борисович,

к.э.н., ст. науч. сотрудник, директор программ повышения квалификации Санкт-Петербургского международного института менеджмента, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Рассматриваются различные точки зрения на современный маркетинг, тренды и перспективы его развития. Обосновывается первичная роль стратегических решений при выборе инструментов цифрового маркетинга, которые прежде всего касаются коммуникаций с потребителями. Выделяются наиболее эффективные направления цифровизации.

Ключевые слова: большие данные; цифровая коммерция; цифровой маркетинг; динамический ремаркетинг; таргетированная реклама.

DIGITALIZATION OF MARKETING: TRENDS AND PROSPECTS

Kolchanov V.B.,

PhD in Economics, Senior Research Fellow, Executive Programmes Director, International Management Institute of St. Petersburg, St. Petersburg

ABSTRACT

Different points of view and approaches to role, trends and prospects of modern marketing are analyzed. It is demonstrated and proved, that tools of digital marketing have to follow strategic decisions. The most efficient directions of digitalization are discussed and underlined.

Keywords: big data; digital commerce; digital marketing; dynamic remarketing; targeted advertising.

Вопрос о текущем состоянии и перспективах развития маркетинга в настоящее время является дискуссионным. Разброс точек зрения, высказываемых в дискуссиях, впечатляет. Ряд экспертов полагает, что дни маркетинга сочтены. Многие авторы пишут о том, что умирает традиционный маркетинг, почему-то сводя его при этом исключительно к коммуникационным инструментам. В качестве магистрального пути спасения маркетинга называется

его «цифровизация», она же «диджитализация». На данную тему существует огромное количество отечественных и зарубежных публикаций, подавляющее большинство которых также рассматривает лишь коммуникационную составляющую маркетинговой деятельности.

Представляется, что изложенные подходы страдают определенной узостью взгляда на проблему, в силу чего хотелось бы предложить наше собственное видение основных трендов и перспектив развития маркетинга. Логично начать с предмета маркетинговой деятельности, или, иными словами, ее функционала. Жан-Жак Ламбен (Jean Jacques Lambin) в своем фундаментальном учебнике «Менеджмент, ориентированный на рынок» [1] пишет о двух группах маркетинговых задач:

1. Задачи *стратегического маркетинга* обычно включают в себя: систематический и постоянный анализ потребностей и требований ключевых групп покупателей; разработку и производство пакета товаров или услуг, который поможет компании обслуживать выбранные группы или сегменты эффективнее, чем это смогут сделать конкуренты. Решая эти задачи, фирма обеспечивает себе устойчивое преимущество в конкурентной борьбе.

2. Роль *операционного* маркетинга заключается в организации сбыта, реализации стратегий продажи и коммуникации, которые должны информировать потенциальных покупателей и рекламировать отличительные свойства товара при одновременном снижении информационных издержек.

В другом учебнике [2], Ноэль Капон (Noel Capon), Владимир Колчанов и Джеймс Макхалберт (James MacHulbert) предлагают Дорожную карту маркетинга, в которой делят маркетинговый функционал на шесть основных блоков (императивов). Если сопоставить Дорожную карту с классификацией Ж.-Ж. Ламбена, нетрудно заметить, что первые три блока относятся к области стратегического маркетинга по Ламбену, а четвертый блок соответствует задачам операционного маркетинга.

Таким образом, полный спектр задач маркетинга существенно шире его коммуникационной составляющей. Именно маркетинг отвечает за создание компанией ценности для покупателя и ее донесение до рынка, где под рынком понимается совокупность текущих и перспективных клиентов фирмы. Предлагая покупателям более высокую ценность, по сравнению с конкурентами, компания увеличивает вероятность успешных продаж и, тем самым, закладывает основы будущего роста выручки, улучшения финансовых показателей и, в конечном счете, повышения капитализации бизнеса. Кроме того, успешный брендинг, который также является задачей маркетологов, увеличивает стоимость бизнеса впрямую через нематериальную часть активов.

Все вышесказанное не отменяет важного значения современных цифровых технологий в более эффективном решении ряда задач операционного маркетинга, прежде всего, коммуникационных. Таким образом, разговор о трендах и перспективах развития маркетинга уместно вести в двух плоскостях: стратегически-организационной и операционно-технологической. Первый срез касается анализа воздействия сегодняшних изменений рынков и окружающей среды на роль и организацию маркетинга в компании с точки зрения его вклада в достижение ключевых целей бизнеса. Второй аспект связан с использованием возможностей, предоставляемых операционному маркетингу динамичным развитием инструментов, связанных с диджитализацией.

Экспертами называются разные тенденции с точки зрения стратегически-организационных изменений, но, пожалуй, чаще всего речь идет о семи основных трендах.

1. Существенное усложнение процесса принятия клиентами решения о покупке

Потребители, принимая решение о покупке, используют различные каналы получения информации – от билбордов до Instagram – и с каждым днем становится сложнее эффективно применять стандартные подходы и схемы. Простое и понятное деление товарных рынков

на среднеценовой, экономический и премиальный сегменты перестало работать, сегментация становится все более сложной и многокритериальной. Один и тот же покупатель может одновременно приобретать и товары эконом-класса, и премиальные бренды. Никого уже не удивляет полет в Милан на рейсах «Победы» или EasyJet для приобретения сумочки Гуччи. Смесь рациональных и эмоциональных мотивов при выборе товаров и услуг становится все более причудливой.

2. Акцент на персонализацию товарного предложения и коммуникаций

Благодаря большим данным (big data), социальным сетям и гибкому производству многие компании успешно учатся предлагать клиентам кастомизированные товары и услуги. Этот тренд охватывает многие отрасли, включая фарму и здравоохранение. Пока еще фармкомпании продолжают выпускать более или менее стандартные препараты, но уже в обозримом будущем они перейдут на персонализированные медикаменты, учитывающие возраст, пол, вес и медицинскую историю пациентов.

3. Мобильные коммуникации становятся важнейшей частью маркетинга

Время от времени в масс-медиа появляется информация о предоставлении мессенджером WhatsApp телефонных номеров своих клиентов социальной сети Facebook для рассылки таргетированной рекламы. Это может вызывать раздражение части абонентов, но факт остается фактом – телемаркетинг через мобильные устройства в разных формах становится для многих компаний важнейшим инструментом и каналом коммуникации.

4. Прозрачность будет определять отношение клиентов к бренду

Список компаний, запятнавших, подобно Фольксвагену, свой бренд, продолжает увеличиваться. Бизнес начинает понимать, что социальные сети обеспечивают высокую прозрачность всего происходящего, и с этим необходимо смириться. Основной урок состоит в том, что, утаивая правду от клиентов, можно очень быстро потерять их лояльность, а затем и их самих.

5. Персонализированный маркетинг, основанный на данных, станет более дружественным по отношению к клиентам

Благодаря большим данным, компании обладают весьма детальной информацией о своих клиентах и их покупательском поведении. Они будут улучшать практики нацеливания и осуществления коммуникаций с потребителями, в зависимости от профиля каждого из них. Вряд ли можно говорить о смерти спама в ближайшем будущем, но более эффективными окажутся те фирмы, которые смогут выстроить точные и осмысленные коммуникации с каждым клиентом.

6. Будут использоваться более точные измерители эффективности маркетинговых действий

До сегодняшнего дня, измерение эффектов и обоснование предлагаемых решений представляет для маркетологов одну из сложнейших проблем. Так, есть масса используемых на практике измерителей онлайн-активности – лайки в социальных сетях, клики на название онлайн-ресурса и т.д. – но многие из них не дают сколько-нибудь ценной информации для принятия решений. Не так давно, Facebook попался на завышении данных о количестве просмотров рекламных роликов… Однако, в ближайшем будущем ситуация должна измениться. Вряд ли метрики окажутся совершенными на 100%, но развитие цифровых технологий позволит существенно их улучшить. Маркетологи смогут гораздо точнее оценивать конверсию получателей рекламных коммуникаций в покупателей.

7. Организация маркетинговой деятельности будет двигаться от узкофункциональной цифровой в сторону интегрированных проектных команд

По сей день цифровые команды в маркетинге зачастую живут отдельной и малопонятной для коллег жизнью. В ближайшем будущем, эта прискорбная ситуация изменится. Не существует отдельной от бизнеса в целом «цифровой стратегии». Роль цифровых техно-

логий в решении маркетинговых задач состоит прежде всего в том, чтобы «помочь» потенциальному клиенту сделать выбор в пользу товаров и услуг компании. На эту же цель направлено применение принципов agile-управления, заимствованных из проектного менеджмента в деятельности маркетинговых и сбытовых подразделений.

Все упомянутые тренды сложно представить без динамичного изменения и совершенствования технологической базы маркетинга, следовательно, далее целесообразно рассмотреть роль современных технологий в изменении маркетинговой деятельности.

Сегодня информационные и компьютерные технологии представляют один из важных драйверов развития любого бизнеса – обрабатывать необходимые для управления массивы данных вручную более невозможно. Это же утверждение в полной мере относится к маркетинговой деятельности. Речь идет об использовании маркетологами прежде всего технологий, расширяющих возможности сбора, обработки, анализа и использования релевантных данных в различных маркетинговых каналах с целью повышения показателя возврата на инвестиции. Такие технологии как размещение рекламных сообщений в Facebook или Twitter, использование поисковых возможностей Google Paid серьезно изменили традиционные инструменты маркетинга – классические системы CRM уже далеко не так эффективны, как еще 5-7 лет тому назад. Повышение узнаваемости бренда и увеличение количества лояльных потребителей все в большей степени зависят от способности компаний лучше интегрировать технологии в их сегодняшнюю маркетинговую деятельность.

За последние 8-10 лет технологическая база, а значит и набор инструментов маркетинга претерпели серьезные изменения. Уже к концу 2016 года на лидирующие позиции в маркетинговых бюджетах вышли цифровые каналы, превысив комбинированные доли телевидения и печатной рекламы. Далее вложения в сайты, мобильные приложения и социальные медиа продолжали динамично расти. Большинство сегодняшних стартапов предпочитают строить бизнес исключительно на цифровой основе.

Тем не менее, по оценкам экспертов, пока лишь треть компаний в полной мере осознают ценность, привносимую современными цифровыми технологиями. Остальным еще предстоит пересмотреть свою философию и осознать, что интеграция маркетинговых данных это ключ к успешному сотрудничеству между всеми функциями компании. С чего начинается интеграция маркетинга, продаж и цифровых технологий? Очевидно, с понимания маркетологами того, какие конкретные инструменты в наибольшей степени пригодны для разработки клиентоцентричной маркетинговой стратегии на рынках компании.

В соответствии с классификацией IDC (International Data Corporation), принято группировать современные маркетинговые технологии по назначению следующим образом [3]:

1. Инструменты взаимодействия (реклама для мобильных устройств, интернет-реклама, цифровая коммерция, прямой маркетинг, событийный маркетинг, управление вебсайтом, социальный маркетинг).

2. Инструменты управления контентом (создание и публикация, поиск и анализ, создание и поддержание порталов, системы управления содержанием).

3. Общие инструменты управления и администрирования (коллаборационные приложения, управление маркетинговыми ресурсами).

4. Инструменты работы с данными и аналитики (анализ данных, управление данными и их хранением).

Наиболее эффективными, востребованными и не требующими долгого времени для освоения, по мнению экспертов IDC, сегодня являются следующие инструменты:

- Мониторинга и анализа данных
- Автоматизации маркетинга
- Управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)
- Управления тегами (для работы с тегами третьей стороны через один интерфейс)

- Управления рекламными компаниями
- Оптимизации мобильного продвижения
- Поисковой оптимизации (SEO)
- Динамического ремаркетинга (возвращения клиентов на сайт)
- Платформы управления данными (DMP)
- Сети распространения контента (CDN)
- Платформы e-mail продвижения.

Именно эти инструменты, взятые в комплексе, наиболее значимо повышают синергетический эффект маркетинговых усилий компании на ее целевых рынках. Темпы внедрения новых технологий существенно ускорились по сравнению с предыдущей декадой – в среднем технологическая перестройка маркетинга занимает сейчас 2-3 года. Это, в свою очередь, благоприятно сказывается на конкурентоспособности «продвинутых» компаний. Важно отметить такое явление, как конвергенция различных маркетинговых платформ в одну общую. Персонализированное сопровождение клиентов как в B2C, так и в B2B маркетинге становится необходимым и возможным в результате использования преимуществ продвижения через социальные медиа и онлайн-видео, включая доставляемые на мобильные устройства клиентов.

Важно правильно выбрать именно тот набор современных технологий, который будет соответствовать рациональной стратегии управления данными и их использования в работе с целевой аудиторией. Например, сегодня около 2,5 миллиардов человек пользуются смартфонами и планшетами, а в 2020 году ожидается увеличение количества пользователей до 3 миллиардов. Именно поэтому рекламные ролики, доставляемые на мобильные устройства, являются сегодня одним из наиболее эффективных способов коммуницирования с клиентами.

Потребители, в свою очередь, находятся сегодня друг с другом в постоянном онлайн-диалоге. Им стало значительно проще осуществлять выбор товаров и брендов, а также делиться собственными впечатлениями и рекомендациями с широким кругом своих контактов. При этом, маркетологи имеют возможность осуществлять мониторинг онлайн действий своих потенциальных клиентов с применением омниканальной атрибуции. Под омниканальностью понимается интегрированное восприятие потребителем продукта или услуги посредством использования всех каналов коммуникации. Зная, как ведет себя онлайн тот или иной потенциальный клиент, кто он, где он находится, какие каналы коммуникации и приложения он преимущественно использует, каковы его предпочтения относительно конкретных брендов, можно очень точечно работать с каждым потребителем, предлагая ему высококастомизированные товары и услуги посредством более релевантных, не раздражающих получателя сообщений.

Новые маркетинговые технологии способствуют решению еще одной важной проблемы. маркетологами внутри компании, когда первые обвиняют последних в недостоверной аналитике и безадресном продвижении, а последние первых в недостаточных усилиях по наращиванию продаж. Если маркетологи точно оценивают реальные потребности клиентов, то компания получает возможность качественно планировать и бюджетировать продажи, адресно выстраивать маркетинговые кампании, эффективно управлять рыночными и финансовыми рисками.

Важно помнить, что эффективность применяемых технологий зависит от их совместимости с миссией, видением и бизнес-стратегией компании, технологического профессионализма «цифровой» команды и возможностей масштабирования используемых инструментов. Только при наличии данных предпосылок можно ожидать, что будет получен желаемый результат. Ясно и то, что компании, игнорирующие современные маркетинговые тех-

нологии, или уделяющие им недостаточно внимания, вряд ли смогут успешно конкурировать на своих рынках в средне- и особенно долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Ламбен Ж-Ж., Чумпитас Р. К., Шулинг И. Менеджмент, ориентированный на рынок. 2-е изд. – СПб: Питер, 2018. – 928 с.

2. Капон Н., Колчанов В., Макхалберт Дж. Управление маркетингом: Учебник для вузов. – СПб: Питер, 2010. – 832 с.

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://erenkocyigit.com/marketing-technology-map/.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Ушаков Михаил Владимирович,

к.т.н., доцент кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется сущность и роль корпоративной культуры как фактора успешного развития организации, раскрываются структурные элементы корпоративной культуры, методы ее формирования и поддержания в современных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность; корпоративная культура; элементы корпоративной культуры; методы формирования корпоративной культуры.

CORPORATE CULTURE AS A FACTOR DETERMINING COMPETITIVENESS OF ORGANIZATION

Ushakov M.V.,

PhD in Engineering, Associate Professor, Department of management RANEPA, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The article explores the essence and role of corporate culture as a factor in the successful development of the organization, reveals the structural elements of the corporate culture and the methods of its formation and maintenance in modern conditions.

Keywords: competitiveness; corporate culture; elements of corporate culture; methods of formation of corporate culture.

Исследователи и теоретики в последнее время все больше внимания акцентируют на вопросах, которые затрагивают различные аспекты корпоративной культуры. Однако на сегодняшний день отсутствует единое, устоявшееся определение для термина «корпоративная культура». Зарубежные и отечественные авторы предлагают различные трактовки определений, разъясняющие смысл этого понятия.

«Корпоративная культура» происходила изначально от латинского "corporatio", что означает объединение, сообщество, а не от термина «корпорация» (в переводе от лат. corpus – тело), характеризующего организационно - правовую форму предприятия.

Впервые в 1938 году о корпоративной культуре заговорил Ч. Барнард, но особое изучение началось в США лишь в 1980-гг. под воздействием исследований, связанных с теорией организации. В США крупные корпорации самостоятельно создавали культуру внутри

своей организации с целью осуществления эффективного управления. Позднее положительный опыт западных специалистов стал передаваться и менее крупным организациям [1, с. 35–36].

Существует точка зрения, согласно которой корпоративная культура трактуется как феномен, который присущ лишь крупным корпорациям: объединению организаций. Они обладают едиными целями, миссией и управляющей системой. Однако данный подход оспаривается, поскольку термин «корпоративный» трактуется как объединяющий, связывающий. На этом основании ученые полагают, что понятие «корпоративная культура» может использоваться по отношению к любой организации.

Итак, организационная культура включает в себя структуру компании, руководство, документы, приказы, которые являются обязательными для исполнения. Отличительной чертой корпоративной культуры будут являться ценности, которые способствуют формированию у сотрудников чувства сопричастности к компании.

На сегодняшний день культура в организациях является важнейшим фактором ее конкурентоспособности, преимущественно во взаимосвязи со стратегией организации. Современные менеджеры обеспокоены такими качествами своих подчиненных, как лень, несамостоятельность, отсутствие инициативы. Все это вынуждает управленцев пытаться изменить ситуацию в среде персонала. Менеджеры разрабатывают и внедряют в рабочую среду такие ценности, как дисциплинированность, инициативность, а также индивидуальную ответственность каждого из работников.

Следует отметить, что факторами, обеспечивающими формирование и поддержание корпоративной культуры предприятия на высоком уровне, являются следующие входящие в неё элементы [2, с. 57]:

- формальные и неформальные отношения внутри организации;
- ценности, традиции, символика;
- стиль управления и лидерства;
- личные и групповые интересы работников;
- особенности в поведении работников.

Корпоративная культура проявляется следующим образом: наблюдается стабильность и прочность связей внутри организации, заинтересованность сотрудников в своей работе, восприимчивость к нововведениям. Корпоративная культура помогает новым работникам влиться в коллектив, освоить смежные функциональные обязанности, разобраться в обстановке и найти ответы на следующие вопросы:

1. Что представляет собой организация?
2. Какие у нее конкурентные преимущества и недостатки?
3. Какие перспективы профессионального роста у сотрудников?
4. Какие обязательства у организации перед сотрудниками и потребителями?
5. Какое положение организация занимает на рынке?

Так реализуется очень важная функция корпоративной культуры – адаптивная. В результате процесс адаптации занимает меньше времени, а качество труда повышается, что приводит к росту производительности труда уже в первые месяцы после трудоустройства нового работника.

В зависимости от особенностей организации, конкурентных условий, а также от специфики ее развития, приоритетность тех или иных функций корпоративной культуры может изменяться. Однако неизменными остаются важнейшие ее функции. Авторитетные специалисты в области менеджмента Е. Шейн и В. Спивак по-разному трактовали функции корпоративной культуры. Так Е. Шейн, опираясь на классическое изучение функции, как сущности корпоративной культуры, выделил следующие три: внешнюю адаптацию, внутреннюю интеграцию и идентификацию. В. Спивак трактовал управление корпоративной культурой как обособленную функцию менеджмента. Заключается эта функция в формиро-

вании, поддержании и развитии корпоративной культуры [3, с. 64].

Таким образом, управление корпоративной культурой исследователи рассматривают как отдельное направление менеджмента, которое включает в себя прогнозирование, организацию, координацию и контроль корпоративной культуры.

Корпоративная культура выступает важнейшим мотивирующим фактором для сотрудников. У любого сотрудника предприятия имеются свои мотивы, ожидания от своей работы. Следовательно, для того, чтобы сотрудник дорожил местом своей работы, демонстрировал успехи и работал более эффективно, необходимо, чтобы менеджеры в организации создавали эффективную мотивирующую корпоративную культуру.

Корпоративная культура состоит из ряда элементов, к которым можно отнести: нормы поведения работников; ценностные установки; стиль руководства; корпоративную символику; нормы делового общения [4, с. 80]. Элементы корпоративной культуры должны вводиться в организации целенаправленно и обдуманно, чтобы все члены могли их принять и поддерживать. Как правило, они содержатся в корпоративном кодексе компании, в котором согласованы цели предприятия и коллективные интересы работников [5, с. 21].

Корпоративная культура оказывает мощное влияние на развитие компании, а её основополагающий элемент – внутренние ценности, способствуют повышению устойчивости предприятия к кризисным ситуациям. В связи с этим, в условиях санкционного давления на ряд секторов национальной экономики России со стороны стран ЕС и США, изучение влияния корпоративных ценностей на конкурентоспособность компаний является актуальным вопросом, который затрагивается многими исследователями - практиками. К внутренним ценностям организации относят базовые идеи и установки, которые сформированы руководством компании. Каждый работник в определенной степени находится под воздействием этих ценностей.

На сегодняшний день во внутрикорпоративных отношениях преобладают ценности, которые ориентированы на потребности личности в самореализации, в творчестве, в соучастии в коллективной деятельности. А ранее общепризнанными ценностями являлись дисциплина, иерархия, власть.

Для обеспечения поступательного и динамичного развития организации, в ее корпоративную культуру должны быть заложены такие ценности, как умение проявлять инициативу, ориентированность на клиентов, способность вести здоровую конкуренцию, а в отношениях между членами коллектива должно присутствовать взаимоуважение. Формирование ценностей, их внедрение на предприятии - весьма сложный и трудоемкий процесс. Жизненный цикл организации связан с теми ценностями, которые формируются внутри нее. Руководитель на этапе создания предприятия закладывает ценности и нормы поведения. На следующем этапе ценности закрепляются, принимаются всем коллективом. Далее в компании уже опираются на традиции и обычаи, которые вырабатывают у членов коллектива чувство сплоченности. На стадии зрелости культура в компании начинает играть интегрирующую роль. На последнем этапе культура, существующая в организации, помогает преодолеть трудности, кризисы, если с ними придется столкнуться.

Для успешной деятельности организации на рынке необходимо, чтобы корпоративная индивидуальность отличала компанию от конкурентов. На сегодняшний день корпоративная индивидуальность является важнейшим стратегическим инструментом во многих компаниях, поскольку даже сформировавшуюся корпоративную культуру практически невозможно скопировать. Организация, которая обладает корпоративной символикой, ценностями, устоявшимися традициями, ритуалами и праздниками, воспринимается на экономическом рынке не только как субъект, создающий рабочие места, но и как надежный партнер по бизнесу.

К ключевым факторам, которые оказывают влияние на процесс формирования корпоративной культуры в современных условиях, относят руководителя организации; сферу де-

ятельности организации; особенности отрасли; этапы развития организации.

Исследователи отмечают, что для продуктивного формирования корпоративной культуры необходимо следовать определенным канонам.

1. В корпоративной культуре должны отражаться основные идеи организации.

2. Идеи, которые заложены в корпоративную культуру, должны быть разделяемы всеми членами коллектива.

3. Мероприятия и элементы корпоративной культуры должны друг с другом согласовываться. Руководители также обязаны демонстрировать своим сотрудникам приверженность к ценностям и нормам, которые провозглашены в организации.

4. Культура, которая формируется, должна соответствовать особенностям организационной структуры организации.

5. Необходимо учитывать мнение сотрудников о формируемой корпоративной культуре, обращать внимание на принятие или непринятие ценностей и норм.

6. При формировании корпоративной культуры важным является мышление и деятельность руководителя или тех лиц, которые отвечают за ее формирование.

К корпоративной культуре необходимо приобщать новых сотрудников, но нельзя забывать о тех, кто уже многие годы трудится на благо компании.

Основываясь на материалах ряда работ, посвященных корпоративной культуре, мы можем выделить три группы методов формирования корпоративной культуры [6, с. 93].

Первая группа методов связана с осуществлением лидерства (формального или неформального). Рассматривается стиль руководства, который преобладает в организации, действия руководителей в определенных ситуациях, а также поведение руководителя как образец для сотрудников.

Второй группой методов являются организационные (управленческие) методы. К ним относятся, например, кодекс поведения, официально оформленная миссия и стратегия развития организации, принципы карьерного роста, система коммуникации всех членов организации.

Третья группа методов связана с такими методами, которые оказывают воздействие на сознание и поведение работников. Создание артефактов (мифов, ритуалов, праздников, корпоративных конференций) является сильнейшим методом формирования корпоративной культуры. Безусловно, большое влияние оказывает непосредственное общение с менеджером, консультантом, психологом.

Необходимо также обратить внимание, что методы обучения и воспитания способствуют формированию определенных ценностей и норм поведения, которые являются важными для успешной организации. По мнению О. Стекловой, обучение, повышение квалификации формирует у работника определенное отношение к организации, помогает понять, что организация поощряет в своих сотрудниках, а к чему относится негативно. С помощью непрерывного обучения сотрудники подготавливаются к решению таких задач, которые могут появиться в будущем. Обучение оказывает влияние на интеллект личности, а воспитание – на мотивацию. В процессе формирования корпоративной культуры, используя педагогические методы, важно помнить об особенностях взрослых людей, так как они воздействуют на педагогический процесс.

К основным методам, способствующим поддержанию корпоративной культуры в организации, в настоящее время относят:

1. Поддержание существующей системы мотивации и инициативности работников.

2. Адаптацию новых членов организации к корпоративной культуре.

3. Самореализацию работников, нахождение путей для раскрытия их способностей.

4. Проведение тренингов для диагностики проблем [7, с. 36].

Для оценки корпоративной культуры в современной практической деятельности предприятий разработаны и с успехом применяются следующие подходы:

исследователь изучает культуру, погружается в нее и действует как наблюдатель;

исследователь стремится выявить элементы корпоративной культуры, изучая документы организации, вслушиваясь в беседы и рассказы работников;

исследователь проводит собеседования с сотрудниками, использует опросники.

К традиционным методам оценки корпоративной культуры в настоящее время относят опросы, метод системного анализа, социометрические методы, статистические методы (сравнительный метод, метод случайной оценки) и др. Опросы среди прочих методов относят к самым трудоемким методам исследования корпоративной культуры. Однако, нельзя пренебрегать опросами, поскольку мнение работников предприятия об уровне корпоративной культуры можно выявить именно с помощью опросов. Они позволяют непосредственно выявлять у сотрудников их отношение к культуре, сложившейся в организации, а также выявить проблемные аспекты, с тем, чтобы в дальнейшем их решать [8, с. 24].

Выводы: конкурентоспособность организации напрямую зависит от сложившегося в ней типа корпоративной культуры, поскольку факторами, обеспечивающими организации конкурентные преимущества, становятся уже не только традиционные материальные факторы, такие, как производительность труда, снижение себестоимости продукции или модернизация производства, а факторы, составляющие основу самой корпоративной культуры: система взаимодействия между людьми, сплоченность коллектива, восприимчивость к инновациям, инициативность персонала, качество исполняемых функций, репутационные характеристики и многие другие.

Управление корпоративной культурой исследователи рассматривают как отдельное направление менеджмента, которое включает в себя прогнозирование, организацию, координацию и контроль корпоративной культуры. Корпоративная культура должна отражать ценности организации, важные для работников и руководства организации и фиксироваться во внутрифирменном документе. К ключевым факторам, которые оказывают влияние на процесс формирования корпоративной культуры в современных условиях, относят руководителя организации; сферу деятельности организации; особенности отрасли; этапы развития организации.

Список литературы

1. Окатов А.В., Соловьев Д.А. Понятие и виды корпоративной культуры // Вестник Тамбовского университета. Серия: Общественные науки. – 2017. – №3(11). – С.35–47

2. Ермишина Е.Б. Корпоративная культура как основополагающий фактор успешного развития организации // Научный вестник ЮИМ. – 2017. – № 1. – С. 56–62.

3. Кузнецов А.А. Функции корпоративной культуры как эффективного инструмента менеджмента // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2014. – № 2(8). – С.61–66.

4. Мугалова Ж.А. Корпоративная культура современной организации в условиях меняющегося общества // Вестник МИЭП. – 2015. – № 3(20). – С. 79–89.

5. Гордов Ю.В. Этические кодексы как способ регуляции моральных отношений в деятельности компании // Гуманитарные ведомости ТГПУ им. Л.Н. Толстого. – 2014. – №2(10). – С. 21–30.

6. Мешков, А.Ю. Группы методов формирования корпоративной культуры // Вестник ЮУрГу. Серия: Образование. Педагогические науки. – 2014. – №4. – С.92–102.

7. Унылова, А.В. Формирование и поддержание корпоративной культуры в организации // Теория и практика общественного развития. – 2014. – №15. – С. 34–36.

8. Киселева Е.В. и др. Методы организационной диагностики в управлении персоналом: учебно-методическое пособие для студ. высш. учеб. заведений. – Вологда: Вологодский филиал РАНХиГС, 2016. – 422 с.

УДК 65.01

БИЗНЕС-ПЛАН КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Козлова Вера Михайловна,

факультет экономики и финансов, ведущий специалист организационного отдела СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается роль бизнес-плана в стратегическом планировании деятельности предприятия. На сегодняшний день многие предприниматели недооценивают стратегическое значение бизнес-плана. Бизнес-план является инструментом управления, помогающим руководителю предприятия достигать поставленных целей.

Ключевые слова: бизнес-план; малое и среднее предпринимательство; стратегия; развитие; конкуренция, SWOT – анализ, STEP – анализ.

THE BUSINESS-PLAN IS THE STRATEGY OF THE COMPANY

Kozlova V.M.,

faculty of economics and finance, RANEPA, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The article deals with strategic planning in the company. It is specially noted the role of the business-plan. It is spoken in detail about the construction of the business-plan. The business-plan is formulated the strategy of the company. Much attention is given to strategic analysis – SWOT and STEP. The business-plan is of great help to the head of the company. The article is of interest to small and medium business.

Keywords: business-plan; small and medium business; strategy; development; competition, SWOT, STEP.

По данным единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства количество малых и средних предприятий в Санкт-Петербурге составляет 371 457 (по данным на 10.02.2019). Прирост за период с 10.02.2018 по 10.02.2019 составил 8722, то есть чуть более 2% за год (данные на 10.02.2018 – 362 735) [4].

Вопросы стратегического управления и планирования всегда интересовали и интересуют не только предпринимателей, но и ученых. Свой неоценимый вклад в развитие стратегического планирования внесли такие зарубежные и отечественные ученые как Р. Акофф, Г. Минцберг, И. Ансофф, О.С. Виханский, В.М. Попов, С.И. Ляпунов.

Стратегия – один из важнейших элементов успешного функционирования предприятия на рынке. Без стратегии невозможно развитие предприятия и ответ на меняющиеся условия внешней среды. Планирование стратегии предполагает выполнение следующих подфункций:

- прогнозирование
- разработка стратегии
- бюджетирование

Прогнозирование представляет собой разработку возможных сценариев развития предприятия и оценку возможных рисков. Прогнозирование происходит в трёх измерениях: время, направление и величина.

На основе результатов прогнозирования предприятие разрабатывает стратегию, а также формулирует миссию, определяет перспективы развития.

Бюджетирование – это планирование и разработка бюджета стратегии.

Документом, который помогает объединить планирование стратегии в одно целое, является бизнес-план.

Сегодня многие предприниматели рассматривают бизнес-план как необязательный документ для своего предприятия. А зря. Ведь бизнес – план – это подробный, структурированный, тщательно подготовленный документ, описывающий текущее состояние предприятия, его цели, пути их достижения и возможные результаты.

В условиях рыночной экономики без четко разработанного бизнес-плана предприниматели не добьются успеха, если не будут точно и продуктивно планировать свою деятельность.

Перед непосредственным составлением бизнес-плана необходимо провести анализ деятельности предприятия. Можно воспользоваться широко известными методами стратегического анализа: SWOT – и STEP – анализом.

SWOT – анализ представляет собой анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия, его конкурентоспособности и возможных рисков.

Матрица SWOT – анализа представлена на Схеме 1.

	Возможности 1. … 2. … 3. …	Угрозы 1. … 2. … 3. …
Сильные стороны 1. … 2. … 3. …	Как опираясь на свои сильные стороны реализовать возможности? 1… 2… 3…	Как опираясь на свои сильные стороны преодолеть угрозы? 1… 2… 3…
Слабые стороны 1. … 2. … 3. …	Как преодолеть слабость через использование возможностей? 1… 2… 3…	Как избежать угроз и слабых сторон? 1… 2… 3…

Схема 1 – Матрица SWOT – анализа

На основании матрицы SWOT разрабатывают стратегию развития организации. В основу стратегии кладутся выявленные сильные стороны, позволяющие использовать возможности, предоставляемые внешней средой для ликвидации слабых сторон и уменьшения действия угроз [1 с.11].

SWOT – анализ можно применять к любым организациям, отдельным людям и даже странам для построения стратегий в самых различных областях деятельности [3 с.12].

Однако, серьезным недостатком SWOT – анализа является его обобщенность, он показывает общие параметры и факторы без ранжирования и детального анализа. Поэтому целесообразно провести более детализированный STEP – анализ.

STEP – анализ – это анализ влияния факторов внешней среды на деятельность, «жизнь» предприятия. STEP – анализ позволяет выстроить целостную картину внешнего окружения. Сам процесс анализа не так уж сложен.

Согласно STEP – анализу внешняя среда формируется из четырех частей:

– социальный компонент

– технологический компонент
– экономический компонент
– политический компонент

Факторы, оказывающие незамедлительное влияние на организацию, относятся к среде прямого воздействия; все другие – к среде косвенного воздействия.

Из чего же должен состоять бизнес-план? Структура бизнес – плана с краткой характеристикой разделов представлена в Таблице 1.

Таблица 1.

Разделы бизнес-плана [2 с.48]

Раздел бизнес-плана	**Содержание раздела**	**Рекомендуемое количество страниц**
Титульный лист	Название проекта, информация об инициаторе проекта	1 страница
Краткое резюме	Сжатое изложение сути проекта и его важнейшие показатели	1 страница
Бизнес-идея проекта	Обоснование возможности создания нового предприятия	1 страница
План маркетинга	Товары (услуги), спрос на них, конкуренты, прогноз продаж и план маркетинга	3-5 страниц
Обоснование ресурсов	Обоснование всех видов капитальных и текущих затрат	3-5 страниц
Юридический план	Выбор организационно-правовой формы и системы управления предприятия	1 страница
Финансовый план	Финансовый бюджет предприятия и комментарии к нему	1 страница
Анализ рисков	Возможные риски и меры по ослаблению их влияния	1 страница
ВСЕГО:		12-16 страниц

Бизнес-план помогает обеспечить финансирование. Обозначив письменно статистические данные и цифры, финансовые результаты и планы, то есть, показав потенциал бизнеса, можно привлечь инвесторов.

Необходимо вести тщательную подготовку не только перед созданием бизнес-плана предприятия, но и во время. Следует обращаться к экспертам по бизнес - планированию, работать в команде (для составления бизнес-плана не обойтись без создания рабочей группы, состоящей не только из руководителей предприятия, но и из ведущего персонала организации). Тогда, и только тогда, бизнес-план будет всесторонне разработан.

Также необходимо отметить, что в связи с довольно часто меняющимися условиями внешней и внутренней среды предприятия, в том числе отсутствием или наличием конкурентов и имеющихся ресурсов, любой бизнес-план требует регулярной корректировки.

Содержание бизнес-плана деятельности предприятия - это анализ общего состояния организации и определение путей и способов для достижения того уровня, которого предприятие предполагает достигнуть.

Таким образом, деятельность хозяйствующего субъекта без бизнес-плана – это реакция на события, происходящие во внешней среде. Работа же по четко структурированному плану – это возможность предусмотреть, предупредить и скорректировать (в меру сил) суть

приближающихся событий. Именно поэтому бизнес-план – это незаменимый и очень ценный инструмент стратегического планирования.

Список литературы

1. Гайдук В.И. Методы и инструменты стратегического планирования // Научный журнал КубГАУ. – № 103 (09). – 2014.

2. Как составить бизнес-план при открытии собственного дела в Санкт-Петербурге. Методические рекомендации. – СПб: ООО «АиБ», 2014. - 105 с.

3. Шаги к успеху. Дневник начинающего предпринимателя. – СПб: ИП Кащеев К.В., 2014. – 137 с.

4. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rmsp.nalog.ru/index.html.

ПРИЧИНЫ СТАНОВЛЕНИЯ КЛИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ КОНЦЕПЦИИ СЕРВИСНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ВОЕННОЙ АВИАЦИОННОЙ ТЕХНИКИ

Ерёмин Максим Юрьевич,

ассистент кафедры МАИ, г. Москва

АННОТАЦИЯ

В эпоху ожесточенной конкуренции между основными производителями вооружения и военной техники, в частности авиационной, перед оборонными корпорациями постоянно встает вопрос о пересмотре своих концепций не только привлечения новых клиентов, но и удержания существующих. По мнению многих специалистов уровень сервисного сопровождения военной авиационной техники российского производства до настоящего времени серьезно отстает от мирового уровня. По этой причине в настоящей статье автором изложены основные причины пересмотра существующих сервисных стратегий и направления концептуального развития данного сегмента рынка вооружений.

Ключевые слова: сервисное сопровождение; авиационная техника; конкуренция.

THE REASONS FOR CLIENT FOCUSED CONCEPT DEFINITION OF MILITARY AERONAUTICAL EQUIPMENT SERVICE SUPPORT

Eremin M.Y.,

Assistant of chair MAI, Moscow

ABSTRACT

In the age of combative competition between the main manufacturers of arms and military equipment , eminently in aviation, defensive corporations face a question on review of the concepts not only for new customer capture but also for keeping the existing on the regular. According to many experts the level of military aeronautical equipment service support of the Russian manufacture significantly lags behind a world level up to date. For this reason the author of the following article states principal causes of necessary review of existing service support strategy and conceptual development trends of the given arms market sector.

Keywords: service support; aeronautical equipment; competition.

Глобальный рынок ВиВТ несколько десятилетий является одним из крупнейших в мире; в сегменте АВН на рынке представлены более 100 компаний с доходами в размере более 700 млрд долл США и 1,69 трлн долл США, в отрасли занято более 4,1 миллиона человек только в США. Тем не менее, анализируя структуру рынка, можно сделать вывод, что она выглядит совсем иначе, чем 20-30 лет назад.

В период между Второй мировой войной и концом 1980-х годов сегмент АВН рынка ВиВТ был представлен преимущественно небольшими бизнес-подразделениями крупных промышленных конгломератов. По данным консалтингового агентства Deloitte, по состоянию на 1990 год, примерно 50 % доходов 20 крупнейших производителей ВиВТ были связаны с конгломератами, однако, в 1980-х - начале 1990-х годов многие из них покинули рынок. Консолидация оставшихся игроков ликвидировала большое количество избыточных мощностей, и в результате возникли крупные специализированные корпорации, чья деятельность была преимущественно направлена на удовлетворение оборонных потребностей своих стран.

Складывающаяся в 1990-х гг. ситуация на рынке изменилась в начале нового тысячелетия. С 2000-х гг. выручка крупнейших компаний отрасли, связанная с деятельностью конгломератов, стала снижаться и постепенно достигла уровня 10%. В условиях интеграции в мировую экономику, осложненных глобальным финансовым кризисом, и деструктивное влияние этих факторов на экономическое развитие стран выявилась недостаточная эффективность проводимых реформ корпоративной структуры в отраслях военно-промышленного комплекса (далее ВПК). Конкуренция на рынке АВН росла, и в середине 2000-х гг. изменения, вызванные новыми асимметричными угрозами, позволили выйти на рынок небольшим компаниям, изменившим структуру отрасли, предоставив потребителям достаточно эффективные, зачастую коммерчески более выгодные решения для удовлетворения растущих потребностей в поддержании национальной обороноспособности. В последние годы деятельность производителей АВН осуществляется в условиях возрастающей диверсификации и конкуренции, в значительной степени обусловленной широким выбором поставщиков АВН, предоставляемых, как крупными корпорациями ВПК, так и небольшими компаниями-эксплуатантами.

Современный глобальный рынок АВН в определенной степени изолирован от последствий экономического спада, но остается сектором с уникальными проблемами. Национальные оборонные ведомства испытывают значительное давление в плане оснащения, поддержания и модернизации своих сил для удовлетворения неотложных оперативных потребностей и устранения внешних угроз. Сдвиги в спросе на АВН, которые непосредственно влияют на требования к уровню производительности и структуру отрасли, «запускают новые бизнес-модели». По мнению специалистов, наблюдаемая сегодня отраслевая и географическая структура может значительно измениться в течение следующих 10-20 лет. Бюджеты на оборону снова показывают рост, подкрепляя уверенность участников рынка в спросе на ВиВТ, одновременно вызывая все новые сомнения по поводу существующих структурных расходов и неэффективности как у поставщиков, так и у заказчиков АВН.

С коммерческой точки зрения, ввиду складывающегося спроса рынок АВН остается достаточно привлекательным, по крайней мере в данный момент в некоторых его сегментах, но его структура не столь стабильна. Экспертами отмечается, что стоимость продукции неравномерно распределена по уровням предложения. На фоне роста регулирования отрасли на отдельных сегментах рынка растет конкуренция. Рыночная власть смещается в сторону технического обслуживания, ремонта и эксплуатация, а также вторичного рынка АВН и компаний, которые непосредственно сталкиваются с конечным клиентом, таких как поставщики комплектующих для АВН. При этом, к числу основных драйверов роста доходов в аэрокосмической и оборонной промышленности аналитики относят поступательный рост сервисного сегмента рынка.

Фундаментальные изменения в рыночной потребности и в рыночной среде непосредственно влияют на деятельность производителей АВН. Как отмечает Тэйт Неркин из Центра стратегических оценок и будущих исследований (Strategic Assessments and Future Studies Centre), «мы, наконец, достигли точки «невозврата», когда наблюдаемые разрушительные

факторы требуют от лидеров отрасли переосмыслить свои стратегии и бизнес-модели, чтобы добиться успеха в долгосрочной перспективе». Необходимым становится пересмотр существующих подходов к управлению конкурентоспособностью – необходимо конкурировать на все более сложном глобальном рынке с продукцией, которая может включать коммерческие платформы.

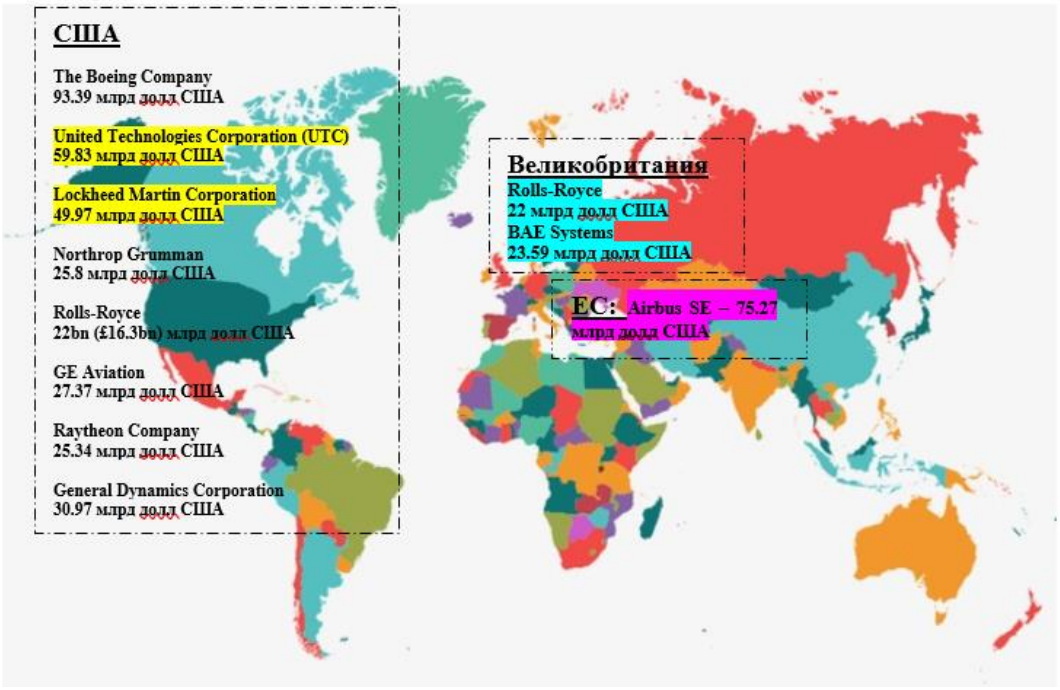

Рисунок 1 – Крупнейшие мировые аэрокосмические и оборонные компании в 2018 году

Применительно к рынку ВиВТ **конкурентоспособность** в самом общем виде можно понимать, как обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта рыночного соревнования [1]. Создание конкурентных преимуществ на рынке для производителя АВН предполагает принятие современной концепции и философии маркетинга и менеджмента, а также создание индивидуальной стратегии развития: «необходимо сосредоточиться на потребностях своих стейкхолдеров, сегментации рынка, оценке конкурентной среды, позиционировании и создании новых продуктов / услуг, основанных на выявленных перспективных тенденциях рынка» [2]. Именно принятие концепции ориентации на рынок стало решением основных проблем для большинства производителей, компенсирующим падение объемов бюджетов на развитие ВПК, но одновременно потребовало разработки новых корпоративных и рыночных стратегий.

Для военной авиации основополагающими факторами в конкуренции на рынке АВН, определяющими качество АВН как продукта, являются безопасность, боеготовность при оптимальной стоимости единицы образца. Для авиационной техники, имеющей длительные сроки эксплуатации, затраты на послепродажной стадии, необходимые для поддержания заданных характеристик безопасности, надежности и готовности, могут значительно превышать затраты на ее приобретение. Расходы на сервисное сопровождение АВН, довольно часто в два-три раза превышают расходы на исследования и разработки, а также производственные затраты. Дополнительная сложность здесь заключается в том, что по мере старения авиатехники постпроизводственные, логистические и вспомогательные расходы, как правило, увеличиваются [3]. Для АВН, логистика, операции и вспомогательные расходы на этапе постпроизводства часто отражают большую часть совокупной стоимости жизненного цикла продукта [4]. Поэтому основным критерием при решении о покупке авиатехники яв-

ляется стоимость его жизненного цикла, включающая затраты на приобретение и эксплуатацию.

Согласно опросу, проведенному KPMG International в 2016 году, производители АВН сегодня гораздо больше сфокусированы на росте, чем еще несколько лет назад (41% опрошенных заявили, что рост компании станет приоритетом развития на ближайшие 2 года). При этом, вопросы снижения стоимости и эффективности управления послепродажным обслуживанием по-прежнему остаются на повестке дня для производителей АВН. Требованием заказчика сегодня является способность высококачественно отслеживать изменения, происходящие в течение всего жизненного цикла и затрагивающие: управление конфигурациями; учет компонентов на протяжении их жизненного цикла; управление эксплуатацией; управление событиями и рисками. Производителям АВН предстоит решить, как обеспечить эти запросы. Следует разработать новые подходы, которые смогут помочь быстро и экономично использовать возникающие возможности в сфере совершенствования продуктов и жизненного цикла их службы.

Интенсивная конкуренция стимулирует активизацию инновационной деятельности производителей АНВ в погоне за повышением темпов производства и улучшением операционных и производственных показателей.

Можно выделить три основные категории инноваций на рынке АВН (рис. 2):

1. конфигурация - как вы генерируете прибыль, общаетесь с другими участниками рынка, выравниваете свои таланты и активы и используете свои запатентованные процессы;

2. предложение - какие продукты и услуги вы предлагаете и как вы их различаете;

3. опыт - какую поддержку вы предоставляете, как она предоставляется, как вы управляете своим брендом и привлекаете клиентов.

Таким образом, на анализ инноваций в сфере торговли ВиВТ распространилась «сервис-доминирующая логика» [5]. Сегодня инновация может заключаться в новом способе решения проблем заказчика и/или удовлетворения его потребностей. Заказчик сам может стать важным источником инновационных идей для производителя и поставщика. Новые процессы создания стоимости (цепочки и кластеры) инициируют расширение круга деловых партнеров в сопроизводстве, а часто и в совместной разработке новых товаров и услуг. Кадровые, организационные, культурные элементы новых систем поддержки подразумевают выстраивание новых управленческих и организационных схем послепродажного сервиса. Все это требует от производителей АВН перехода от реализации стандартных стратегий послепродажного обслуживания к разработке зрелой сервисной повестки дня, которая отходит от «традиционной покупки запчастей и ремонта как серии независимых транзакций» [6].

Модель прибыли	Сети	Структура	Процесс	Производство продукта	Продуктовое предложение	**Сервис**	**Каналы**	**Бренд**	**Отношения с клиентом**
Конфигурация				**Предложение**		**Опыт**			
Способ получения прибыли		Управление активами		Производство продукта		Послепродажный сервис, позволяющий отстроиться от конкурентов		Репрезентация предложения и бизнеса	

Рисунок 2 – Инновации на глобальном рынке АВН

Послепродажное сопровождение в маркетинговой литературе рассматривается как «комплекс необходимых работ, который осуществляется после покупки товара с целью его обслуживания или использования» [7]. Кроме того, послепродажный сервис также понимается как жизненно важный источник прибыли, получения доходов и конкурентного пре-

имущества. В оборонной промышленности на возмездной основе сервисное сопровождение на стадии эксплуатации своей целью имеет техническую помощь, распределение запасных частей и обслуживание заказчика [8], которое направлено на успешное и всестороннее послепродажное предложение. Эта стратегия непосредственно связана с маркетингом отношений с клиентами, поэтому послепродажное обслуживание направлено на развитие отношений со стратегическими клиентами, повышение лояльности и укрепление доверия к бренду. Стратегия послепродажного обслуживания была определена как процесс бизнес-сети, который фокусируется на общей эффективности бизнеса и конкурентном преимуществе. Послепродажное обслуживание происходит в период после покупки, который включает «профилактическое обслуживание, реактивное обслуживание и дополнительные услуги»: профилактическое обслуживание осуществляется за счет наличия продукции для безотказного и длительного использования, а реактивное обслуживание сфокусировано на замене неудачных продуктов и компонентов (брака) [9].

Послепродажный сервис на рынке АВН сегодня призван играть совсем иную роль, чем это было всего лишь несколько десятилетий назад. Существуют определенные этапы эволюции послепродажного сервиса. В частности, в маркетинговой литературе последних лет указывается на переход от «маркетинга, целью которого является продвижение продукции», к позиционированию и стратегическому планированию производственной деятельности. Некоторые исследователи утверждают, что новый этап развития послепродажного сервиса определяется формированием новой концепции – концепция клиентоориентированного послепродажного сервиса АВН. Изменяется само понимание ценности клиента (потребителя) для поставщика АВН, а также ценности самого послепродажного сервиса для бизнеса. Сегодня послепродажная деятельность производителей АВН, в т.ч. предполагает брендинг. Главная цель клиентоориентированного послепродажного сервиса заключается в совершенствовании процесса обмена, происходящего между производителем и каждой из групп его клиентов, его целевыми аудиториями с целью обеспечения четкого понимания их потребностей. Это знание является предпосылкой и основным условием создания и поддержания конкурентного преимущества на современном рынке АВН. Таким образом, послепродажный сервис является частью системы упреждающего управления отношениями между производителями АВН и рынком. Это новая концепция, которая состоит из своевременной доставки, установки продукта, выпуска гарантии, качества обслуживания, обратной связи, удовлетворенности клиентов и управления взаимоотношениями с клиентами.

Список литературы

1. Камышев А.И. Пути достижения конкурентного преимущества // Стандарты и качество. – 2017. –№ 10. – С. 64-69.

2. Макаренко Н.О. Анализ современного состояния предприятий ракетно-космической промышленности // Менеджмент социальных и экономических систем. – 2016. – Т. 4. – № 4-1. – С. 16-22.

3. MaClean L., Richman A., Larsson S., Richman. V. The dynamics of aircraft degradation and mechanical failure // Journal of Transportation and Statistics. – 2005. – Vol. 8. – №. 1. – pp. 1-12.

4. Flint P. Balancing Act // Air Transport World. – 2007. – Vol. 44. –№ 11. – pp. 47-54.

5. Den Hertog P., van der Aa W., de Jong M.W. Capabilities for Managing Service Innovation: Towards a Conceptual Framework // Journal of Service Management. – 2010. – Vol. 21. – № 4. – P. 490-514.

6. Sols A., Nowicki D., Verma, D. Defining the fundamental framework of an effective performance-based logistics contract // Engineering Management Journal. – 2007. – Vol. 19 – № 2. – pp. 40-50.

7. Saccani N., Johansson P., Perona M. Configuring the after-sales service supply chain: A multiple case study // International Journal of Production Economics. – 2007. – vol. 110. – issue 1-2. – 52-69.

8. Yang Z., Peterson R.T. Customer perceived value, satisfaction, and loyalty: the role of switching costs // Psychology and Marketing. – 2004. – 21 (10). – pp. 799-822.

9. Earl M., Kahn B. How new is business process redesign? // European Management Journal. – 1994. – 12 (1). – pp. 20–30.

УДК 331.108.2

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ: ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Фокина Елена Михайловна,

магистр Донского государственного технического университета, г. Ростов-на-Дону

Зозуля Дарья Михайловна,

к.э.н., доцент Донского государственного технического университета, г. Ростов-на-Дону

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется сущность и роль системы управления персоналом организации в современных экономических условиях. Проведен анализ подходов различных ученых к пониманию содержания системы управления персоналом организации. Особое внимание уделено рассмотрению основных элементов системы управления персоналом, функций и подсистем управления.

Ключевые слова: управление персоналом; менеджмент организации; эффективность управления; трудовые ресурсы.

THE SYSTEM OF PERSONNEL MANAGEMENT: KEY ELEMENTS AND FUNCTIONING FEATURES

Fokina E.M.,

Master student, Don state technical University, Rostov-on-don

Zozulya D.M.,

PhD in Economics, associate professor, Don state technical University, Rostov-on-don

ABSTRACT

The article discusses the definition and role of the personnel management system of the organization. The analysis of different scientific approaches for personnel management system conception is conducted. Particular attention is paid to the consideration of the main elements of the personnel management system, its functions and subsystems.

Keywords: personnel management; management; management efficiency; workforce.

Как известно, важнейшим ресурсом организации является персонал, эффективная работа которого повышает конкурентоспособность и увеличивает прибыль организации. Известный американский менеджер, лектор, автор книг, Бак Роджерс справедливо отмечал, что высшее руководство должно тратить 40-50 процентов времени на обучение и мотивацию персонала.

Однако многие руководители преуменьшают значимость методов управления персоналом, которые свойственны современному менеджменту, активно применяются за грани-

цей и позволяют увеличить эффективность управления и производительность труда. В настоящих условиях развития экономики преуменьшение роли и игнорирование эффективных методов управления персоналом выступает первостепенной преградой и слабейшим элементом менеджмента современных российских организаций. В основном, как демонстрирует практика, значимость построения функциональной системы управления персоналом как организационного компонента процесса управления предприятием значительно возрастает [3, с.106-108].

Американский ученый, экономист, публицист, теоретик современного менеджмента Питер Друкер отмечает, что у фирмы есть всего два вида основных ресурсов, одним из которых являются ресурсы знаний, то есть обученные работники, а вторым ресурсом выступают финансовые средства. Влияние данных ресурсов велико, что определяет необходимость развития компетенций персонала [4, с.432].

В экономической литературе приводятся различные определения категорий «персонал организации», однако они не имеют принципиальных различий. По мнению большинства авторов, персонал организации представляет собой совокупность наемных работников, включая работающих собственников и их совладельцев [6, с.407]. Любой работник управляет кем-либо (чем-либо), менеджер любого звена управляет персоналом. В связи с этим, формирование организационной системы управления кадрами касается всех подсистем и подразделений организации.

Существует множество определений понятия «управление персоналом», обобщая которые можно охарактеризовать данную деятельность как совокупность взаимосвязанных приемов, форм, методов организации работы с персоналом. Необходимо уточнить, что указанные приемы и методы:

– осуществляются от имени руководящего состава организации;
– направлены на обеспечение условий для эффективного и наиболее полного использования интеллектуальных и физических возможностей работника;
– нацелены на повышение эффективности деятельности организации.

В различных научных источниках представлены разные точки зрения, определяющие термин «управление персоналом», в которых акцентируется внимание на различных аспектах данного понятия. Так, определение управления персоналом В.Р. Веснина [1, с.495] имеет общие черты с трактовкой А.П. Егоршина [5, с.408] и заключается в управлении людьми, направленном на обеспечение условий для эффективного использования их интеллектуальных и физических возможностей, укрепление трудовых отношений, мотивации и получения от работников максимальной отдачи. Такой подход предполагает направленность системы управления персоналом организации на развитие личности.

В свою очередь, управление персоналом рассматривают и как сферу деятельности руководящего состава организации, руководителей и специалистов подразделений, направленную на повышение эффективности работы организации за счет повышения эффективности работы с ее сотрудниками с применением психологических, правовых, экономических и социальных методов. Согласно данному подходу можно сделать вывод о том, что именно за счет повышения эффективности работы персонала достигается рост эффективности организации в целом.

В.Н. Волкова, рассматривая управление как элемент общей системы организации, акцентирует внимание на том, что управление есть функция системы, ориентированная либо на сохранение основного качества, то есть совокупности свойств, утрата которых ведет к разрушению системы в условиях изменения среды, либо на выполнение некоторой программы, обеспечивающей устойчивость функционирования, достижение определенной цели [2, с.679].

Системный подход к управлению персоналом предполагает интегрированность управления, построенного на отдельных элементах (принципах, функциях, методах), что позволяет рассматривать систему управления персоналом как комплекс взаимосвязанных

элементов (подсистем), объединённых общей целью, раскрывать его интегративные свойства, внутренние и внешние связи, а также исследовать и совершенствовать свойства и отношения внутри такой системы. Данное определение дает в своих трудах В.М. Маслова [7, с.312].

В целом, следует отметить, что система управления персоналом включает ряд функциональных подсистем, специализирующихся на выполнении однородных функций, имеет сложную комплексную структуру. Большинство авторов выделяют основные подсистемы, входящие в систему управления персоналом, объединяющие близкие по содержанию функции по важнейшим направлениям текущей работы с персоналом. Носителями функций данных подсистем являются отдельные функциональные подразделения и должностные лица: руководители отделов, их заместители, специалисты.

Рассмотрим более подробно функции, выполняемые каждой из подсистем системы управления персоналом:

1. Подсистема управления персоналом направлена на:
- организацию управления персоналом по иерархическим уровням;
- формирование системы должностных обязанностей персонала.

2. Подсистема планирования потребности в персонале предполагает:
- разработку стратегии управления персоналом;
- анализ кадрового потенциала;
- анализ рынка труда, планирование и прогнозирование потребности в персонале (количественный и качественный анализ потребности в персонале);
- организацию рекламы;
- планирование кадров;
- взаимосвязь с внешними источниками, обеспечивающими организацию кадрами.

3. Подсистема отбора, найма и учета персонала включает функции:
- оформления и учета приема, перемещения, увольнения персонала;
- информационного обеспечения системы кадрового управления;
- профессионального ориентирования персонала.

4. Подсистема обучения и повышения квалификации кадров обеспечивает:
- обучение и повышение квалификации сотрудников в профессиональной области;
- переподготовку кадров;
- работу с кадровым резервом организации;
- планирование и контроль деловой карьеры;
- профессиональную и социально-психологическую адаптацию новых работников.

5. Подсистема обеспечения условий трудовой деятельности регулирует вопросы:
- соблюдения требований психологии и физиологии труда;
- соблюдения требований эргономики труда;
- соблюдения требований технической эстетики;
- соблюдения требований охраны труда и техники безопасности;
- соблюдения требований охраны окружающей среды.

6. Подсистема социального развития персонала направлена на:
- анализ и регулирование групповых взаимоотношений;
- анализ и регулирование взаимоотношений руководства;
- управление производственными конфликтами и стрессами;
- социально-психологическую деятельность;
- соблюдение этических норм во взаимоотношениях;
- управление взаимодействием с профсоюзами.

7. Подсистема мотивации и стимулирования труда предполагает:
- нормирование и тарификацию трудового процесса;
- разработку системы оплаты труда;

– использование средств морального поощрения;
– разработку форм участия в прибылях и капитале;
– управление трудовой мотивацией.

8. Подсистема карьерного роста персонала предназначена для:
– составления программ профессионального и должностного роста;
– построения карьерограмм (программ оптимального развития работника для получения им в будущем желаемой профессиональной должности в организации).

9. Подсистема информационного обеспечения управления персоналом включает функции:
– ведения учета и статистики персонала;
– информационного обеспечения системы управления персоналом;
– обеспечения персонала научно-технической информацией;
– организации работы органов массовой информации организации.

Содержание системы управления персоналом раскрывается в ее функциях:

1) организационной, обеспечивающей планирование источников комплектования кадрами, информированность населения о наборе персонала, управление объемом средств на подготовку и т.п.;

2) социально-экономической, включающей комплекс условий и факторов, определяющих использование трудовых ресурсов;

3) воспроизводственной, направленной на обучение и развитие персонала.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что эффективно функционирующая система управления персоналом должна включать множество разнообразных процедур по работе с кадрами, начиная с определения и составления основных идей по взаимодействию руководства с сотрудниками, и заканчивая увольнением работников, анализом причин их ухода и определением направлений улучшения деятельности по управлению персоналом в организации. При этом все подсистемы должны четко функционировать и взаимодействовать между собой.

Указанные подсистемы обеспечивают выполнение требуемых функций через методы управления персоналом. Для исчерпывающего понимания внутриорганизационных процессов и явлений необходимо сформировать системное представление об объекте исследования, определить способы и возможности ликвидации возникающих недостатков в системе управления персоналом.

Системный подход позволяет учесть взаимосвязи между отдельными элементами управления персоналом и выражается в разработке конечных целей, определении путей их достижения, построения соответствующей системы управления персоналом организации. В целом, следует отметить, что система управления персоналом есть подсистема менеджмента организации, включающая совокупность принципов, форм и методов организации работы с персоналом. Система управления персоналом современной организации выполняет организационную, социально-экономическую, воспроизводственную функции и должна быть направлена на постоянное совершенствование в области развития, мотивации, обучения персонала, необходимого для достижения целей организации.

Список литературы

1. Веснин В.Р. Практический менеджмент персонала. – М.: Юрист, 2009. –495 с.
2. Волкова В.Н., Денисов А.А. Основы теории систем и системного анализа. – М.: изд-во Юрайт, 2012. – 679 с.
3. Данцева Д.С. Современные методы управления персоналом организации // Молодой ученый. – 2017. – №40. – С. 106-108.
4. Друкер П. Энциклопедия менеджмента [пер.с англ.]. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
5. Егоршин А.П. Управление персоналом. – М.: Инфра-М, 2015. – 350 с.

6. Кибанов А.Я., Баткаева И.А., Митрофанова Е.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. – М.: Инфра-М, 2014. – 407 с.
7. Маслова В.М. Управление персоналом предприятия. – М. Юрайт, 2015. – 492 с.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА И БИЗНЕСА В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ОБРАЗОВАНИЕ»

Грозаву Инна Игоревна,
к.э.н., Заместитель начальника УМС, доцент кафедры менеджмента, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Социальную сферу, как и образование невозможно развивать отдельно от бизнеса, отвечая на вызовы современной истории, трансформации экономики с учетом перехода в цифровой формат.

Ключевые слова: образование, инвестиции, искусственный интеллект, цифровизация, процесс познания, траектория обучения.

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF INTERACTION BETWEEN THE STATE AND BUSINESS WITHIN THE FRAMEWORK OF THE IMPLEMENTATION OF THE NATIONAL PROJECT “EDUCATION”

Grozavu I.I.,
PhD in Economics, Deputy Chief UMS, Associate Professor of Management, RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The social sphere, as well as education, cannot be developed separately from business, responding to the challenges of modern history, and the transformation of the economy, taking into account the transition to digital format.

Keywords: education; investment; artificial intelligence; digitalization; learning process; learning trajectory.

Совершенно очевидно, что в нынешних условиях престиж образования необходимо поднимать, и профессия учителя должна входить в 10-ку лучших профессий. Основная задача образования состоит в том, чтобы подготовить социально активного человека. Образование – процесс познания, это то что должно делать наших детей счастливыми. Система образования должна быть выстроена таким образом, чтобы она главным образом могла обеспечить справедливость.

Человек должен оставить после себя то, что не разрушается со временем и тут заслуга образования величайшая и ее сложно переоценить. Профессорско-преподавательский состав формирует счастливого человека.

Система образования требует вложения инвестиций и это те инвестиции, которые дадут отдачу, а значит они наиболее эффективные. Возникает вопрос как инвестировать? К примеру 25 школ в ближайшее время будут построены на основе ГКЧП. Отдельное вложение в техническую базу не дает ожидаемого результата. Необходим комплексный подход, а именно:

1. Материально-техническая база;

2. Люди (кадровый состав). Вызовы современности требуют обновление преподавательского состава. Реальный сектор говорит о том, что студен не готов к реальной работе,

работе с техникой. К сожалению человек, после 40 лет не способен осваивать современные технологии, за редким исключением.

3. Содержательное наполнение.

С разработками и внедрением искусственного интеллекта, который обыгрывает людей в различные игры, будет происходить постепенное вытеснение людей из ряда профессий и областей общественно-хозяйственной деятельности. Сегодняшние разработки говорят о том, что к 30 году машина пройдет тест Тьюринга. О чем это говорит?

Мир неизбежно усложнится.

Мы не можем гарантировать себе полную безопасность.

Возрастает уровень конкуренции

Какие выводы мы можем получить в этой связи?

Мы и в особенности новое подрастающее поколение должно иметь мощную базовую подготовку по основным предметам: химия, физика, биология, математика.

Исследования должны быть самостоятельными.

Мы должны научить человека учиться, и сам человек должен осознавать эту постоянную необходимость и прикладывать усилия находясь в постоянном процессе познания. Модель подтягивать знания перед экзаменом не работает в современных условиях.

Если молодой человек хочет быть востребованным в новых условиях новых вызовов он должен научится учиться и трудится, причем этот труд должен иметь применение в различных сферах и отраслях деятельности. Необходимо быть разноплановым и творческим. Для обучающихся саморазвитие должно стать основной ценностью., а также обучающиеся должны научится задавать вопросы.

Систем образования сама по себе, в отрыве от бизнеса не сможет справится с этой задачей. 26 трлн. рублей запланировано вложить в реализацию проекта «Образование». Успех инвестиций в образование заключается в том, чтобы инвестировать в учителей. Необходимо их обучать и обеспечивать технологиями, а именно:

– Переходить на систему автоматизации.
– Создавать центры обучения учителей.
– Организовать процесс управления школами на уровне муниципалитетов и тут необходимо перенимать опыт бизнеса в построении системы и управлению ею.
– Создать клуб учителей для обмена опытом и повышения мотивации для дальнейшей работы.
– Необходимо развивать систему СПО и колледжей.
– Образовательное учреждение должно стать образовательной экосистемой.

Становится очевидной необходимость модернизации системы СПО, так как специальности, реализуемые в рамках СПО на 40% не совпадают с запросами бизнеса и рынка.

Формирование успешного и высококвалифицированного специалиста начинается с полученных компетенций на школьной скамье. Недостаток ряда компетенций сказывается в дальнейшем на его обучении при получении специальности. Каких же компетенций не хватает выпускникам школ? Можно отметить следующие:

– необходимо хорошо учиться и много работать;
– разрабатывать индивидуальную траекторию развития;
– основные принципы: фундаментальность, адаптивность, гибкость;
– внедрять цифровую грамотность;
– умение учиться, способность найти тот запрос, на который мы сможем ответить;
– основные базовые предметы: математика, история, иностранный язык;
– организация работы по анализу больших данных;
– экзамен – анализ результата освоения;

– нужно внедрять инновации, но не забывать, что происходит в реальности. Лучше 1 раз показать, чем 100 раз рассказать. Есть много технологий, которые готовы внедрять в школы, но необходима готовность к этому процессу в первую очередь учителей, во-вторую – учеников;

– инновации нужны для выявления слабых мест и их устранения, и сильных мест для большего их усиления;

– сделать школу открытой

Существует острая необходимость в развитии науку и в первую очередь это можно реализовать за счет взращивания кадров. Наша страна ежегодно нуждается в 10 000 ученых – это самый большой актив для развития науки в дальнейшем. Если мы на данном этапе не сможем взрастить поколение, которому это интересно и которое по своим способностям может развивать науку, то в дальнейшем это проблема будет нарастать как снежный ком. Необходимо уже сейчас выявлять способных из школы вести в вузы, дальше в магистратуру, аспирантуру и в конечном итоге в науку. Система образования должна уметь оценивать креативные способности человека и помогать их развивать. Во многом это зависит от систем управления, которая будет использоваться в данном процессе. Однако выбирая методы и механизмы необходимо не забывать главного, что дети – это будущее нашей страны.

Список литературы

1. Акулова О.В. Концепция системных изменений школьного процесса обучения в условиях перехода информационному обществу. Дисс.докт.пед.н. СПб., 2004.

2. Григораш О.В. Комплексный подход к решению проблемы улучшения качества подготовки студентов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). – 2013. – №03 (087). – С. 113 - 128.

3. Национальный проект в сфере образования. Утвержденный Указом Президента Российской Федерации №204 от 07.05.2018 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://government.ru/.

УДК 338.1

ОСОБЕННОСТИ РИСКОВ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ERP-СИСТЕМ В СТРОИТЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

Алиев Олег Магомедович,

канд. экон. наук, доцент Дагестанский государственный университет, фил. в г. Кизляре

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрена роль рисков в системе информационного управления строительным бизнесом. Приведена краткая характеристика строительного бизнеса. Выделены основные виды рисков, с которыми сталкиваются компании при применении компьютерных систем. Определены основные методы минимизации этих рисков.

Ключевые слова: информационные риски; субъекты строительного бизнеса; группы риска; ERP – системы; минимизация рисков.

FEATURES OF RISKS IN THE IMPLEMENTATION OF ERP-SYSTEMS IN CONSTRUCTION BUSINESS

Aliev O.M.,

PhD in Economics, Associate Professor of Dagestan State University, a branch in Kizlyar

ABSTRACT

The article discusses the role of risks in the information management system of the construction business. A brief description of the construction business is given. The main types of risks that companies face when using computer systems are highlighted. The main methods for minimizing these risks are identified.

Keywords: information risks; subjects of the construction business; risk groups; ERP systems; risk minimization.

Строительный бизнес играет важную роль в системе национальной экономики и является «преобразователем» инвестиционных ресурсов в виде капитальных вложений, между тем обеспечивая необходимые условия для экономического развития. К участникам строительного бизнеса относятся инвестор, застройщик, заказчики, подрядчики, саморегулируемые организации изыскателей, государство в лице органов государственной власти и местного самоуправления.

Все эти субъекты взаимодействуют между собой, обеспечивая реализацию тех или иных проектов в строительном бизнесе. Однако их деятельность неразрывно связана с рисками, которые могут препятствовать успешному решению поставленных задач. К таким рискам можно отнести: производственные, инновационные, финансовые, коммерческие, информационные, управленческие, маркетинговые и другие риски.

Информационные риски могут привести к потерям из-за ошибок при сборе, анализе, контроле и регулировании информационной базы деятельности организации. К таким рискам можно отнести следующие: неправильный подход к выбору стратегии; различие в приоритетах организационно-экономической структуры и цели предприятия; низкая эффективность системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности; недостаточный технический уровень средств обработки информации.

Чтобы свести к минимуму эти риски, ведущие строительные компании все чаще используют компьютерные системы – системы ERP (англ. Enterprise Resource Planning, планирование ресурсов предприятия). Суть ERP систем состоит в объединении всех отделов и функций компании в общую компьютерную систему. ERP система способна заменить устаревшие компьютерные системы по финансам, управлению персоналом, контролю над производством, логистике [3]. Программы, которые обслуживают финансы, производство или склад теперь взаимосвязаны.

Если проводить параллель с традиционными системами, то при введении в действие ERP-системы, мы внедряем ранее хорошо спроектированные приложения, которые характеризуются: отличной архитектурой, конфигурированием процессов; обязательным участием конечных пользователей в процессах разработки; устранением на раннем этапе рисков; моментальным нахождением ошибок; ничтожно малым количеством брака; конфигурацией, которую легко изменить в любое время; прямой организацией работы сотрудников, которые не заняты в информационной сфере; гибкой функциональностью; значительным акцентом на проверке интегрированности системы; открытым демонстрированием функциональности; более простой и действенной интеграцией внутри системам.

Большинство существующих в мире строительных компаний можно разделить на следующие несколько категорий (по числу работников): крупные компании (более 10 тыс. сотрудников); небольшие компании - от 1000 до 10 тыс. человек и малые компании (до 1000 сотрудников). Большинству этих компаний, в независимости от их размеров, необходима комплексная система управления, которая смогла бы охватить все без исключения виды их деятельности, к которым можно отнести: внутренний учет, планирование и управление, работу с клиентами, поставщиками и партнерами. Вместе с разделением на типы компаний есть и интуитивное деление ERP-систем. Они делятся на: тяжелые, средние и легкие. Исторически так сложилось, что тяжелые ERP- системы в большинстве своём использовались в крупных компаниях, средние – в небольших компаниях, а легкие – в маленьких компаниях.

Малые компании не используют ERP-системы, из-за их дороговизны, поэтому ограничиваются стандартными системами автоматизации офисной деятельности и такими системами, которые автоматизируют отдельные бизнес-процессы. Но нельзя не отметить, что ситуация постепенно меняется. Всеохватывающее развитие технологий и рост уровня компьютеризации в конечном счете приводят к тому, что маленькие компании постепенно начинают внедрять в свою деятельность легкие ERP-системы, небольшими компаниями все чаще используются средние ERP-системы, а тяжелые соответственно в крупных компаниях [1].

Выделяя типы ERP-систем на основе собственных свойств систем, все отличия можно привязать к следующим основным аспектам: функциональность и масштабируемость технологической платформы. Другие характеристики, к примеру, как возможность слияния с некоторыми другими программными средствами и модернизации стандартно поставляемой функциональности, почти не оказывают существенного влияния на принадлежность системы к какому-либо классу, а скорее способны охарактеризовать соответствие систем современным требованиям.

Но даже с учетом использования ERP систем строительные компании сталкиваются с рисками. Риски несут все работники компании, ее клиенты, контрагенты, собственники и даже государство, которое может недополучить налоги: средства, которые тратятся на внедрение, уменьшают прибыль компании сейчас, а результаты в дальнейшем могут не привести к увеличению налогооблагаемой базы. Но все же основные «группы риска» - следующие [2, с. 171-172]:

– собственники компании – внедрение может потребовать существенные финансовые затраты, окупаемость затраченных на внедрение средств невозможно окупить в кратчайшие сроки;

– менеджмент компании – ERP-система может сделать процессы управления компании более открытыми, однако потребуется перестройка этих методов управления компании, оптимизация бизнес-процессов, что в свою очередь может привести к незапланированному изменению системы мотивации работников, внедрению новых технологий работы;

– работники компании, которые принимают участие во внедрении. Они в конечном итоге ответственны за разработку требований, которые предъявляются к конкретному ERP-решению. Между тем этих работников никто не освобождает от выполнения своих должностных обязанностей, что в свою очередь может негативно сказаться на результатах их работы;

– внешние консультанты, которые помогают внедрить ERP-систему. На них напрямую ложится ответственность за возможные провалы во внедрении. У внешних консультантов есть четкие сроки реализации данного проекта, и все затяжки времени со стороны заказчика будут влиять на эффективность их деятельности.

Что же касается топ - менеджеров, то они ответственны за результаты работы компании перед ее собственниками. Они выбирают конкретную ERP- систему и консалтинговую компанию, которая обеспечивает внедрение. Работники, которые принимают участие во внедрении ERP-системы, в меньшей степени ответственны за итоговый результат.

Следующими участниками являются консультанты. Они также заинтересованы в успешном внедрении системы, прежде всего потому, что от успешности внедрения зависит их репутация, которая оказывает влияние на стоимость их услуг на рынке.

Обобщая вышесказанное, можно утверждать, что каждый участник имеет свою точку зрения относительно рисков при внедрении ERP-систем [4]. Таким образом простые работники могут столкнуться с риском увеличения объемов работ, в сравнении с изначально поставленными задачами, в то время как для собственников компании этот риск менее актуален, так как у них совсем другие задачи. Другим примером является риск, состоящий в

необходимости повышения уровня квалификации работников, он важен для топ-менеджеров и не задействованных напрямую во внедрении работников, для консультантов же он будет менее важен. Проведенный анализ позволяет разделить проектные риски по группам участников процесса внедрения. В результате этого руководители проекта по внедрению ERP-систем могут сделать вывод о том, для какого работника конкретный риск является более критичным. В дальнейшем появляется возможность прийти к компромиссному решению, снизить риск. Также участники проекта смогут лучше понимать друг друга и решать проблемы сообща.

Список литературы

1. Абрамова Я. Бизнес и технологии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.osp.ru/cio (дата обращения 20.03.19).

2. Алиев О.М. Проблемы успеха стратегических изменений в развитии компании // Фундаментальные исследования. – 2018. – № 11-2. – С.170-175.

3. Липунцов Ю.П. Управление процессами. Методы управления предприятием с использованием информационных технологий. – М.: ДМК-Пресс: Компания АйТи, 2010. – 224 с.

4. Питеркин С.В., Оладов Н.А., Исаев Д.В. Точно вовремя для России. Практика применения ERP - систем. 2-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С. 326-348.

HR-ТРЕНДЫ: НОВОЕ В МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

Кучина Ольга Владимировна,

к.э.н., доцент, кафедра менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

Рященко Александр Борисович,

к.э.н., доцент, кафедра менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены HR-тренды, характерные для современных организаций, осуществляющих эффективную политику нематериальной мотивации своих сотрудников и внедряющих новые методы и подходы.

Ключевые слова: тренды; мотивация; персонал; организация; геймификация; стимулирующая среда; обучение; эмоциональный интеллект.

NEW HR TRENDS IN EMPLOYEE MOTIVATION

Ryashchenko A.B.,

PhD in Economics, Associate Professor of Management Department, RANEPA, St. Petersburg

Kuchina O.V.,

PhD in Economics, Associate Professor of Management Department, RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The article describes HR trends that are typical for modern organizations who implement an effective policy of non-material motivation of their employees and introduce new methods and approaches.

Keywords: trends; motivation; personnel; employees; organization; gamification; stimulating environment; training; emotional intelligence.

В постоянно изменяющихся условиях современного бизнеса именно персонал становится наиболее стабильным и потенциально высокопроизводительным ресурсом. Это выводит проблему мотивации персонала на передний край управленческих задач, решаемых менеджментом организации. Следует отметить, что проблема мотивации всегда считалась неким краеугольным камнем управления и привлекала как предмет исследования многие блестящие умы. Все мотивационные теории, появившиеся в течение прошлого века, не утратили актуальности и сегодня. Однако мотивационный инструментарий, прикладные аспекты этих теорий, претерпели существенные изменения. Новая реальность настойчиво требует и новых методов и инструментов мотивации персонала.

Все большее число организаций занимается повышением корпоративного благополучия сотрудников, оцениванием удовлетворенности и вовлеченности персонала, работой над проблемой эффективной мотивации людей разных поколений, формированием программы профилактики профессионального выгорания человеческих ресурсов в целом и отдельных личностей, в частности. Все чаще в профессиональной литературе встречаются технологии экспресс-диагностики вовлеченности и мотивации персонала, методики оценки индикаторов потери мотивации в организации, алгоритмы анализа влияния корпоративной культуры на мотивационный климат в коллективе.

Остановимся на основных HR-трендах, привнесших в проблему мотивации персонала нечто принципиально новое либо традиционное, но адаптированное к вызовам современности.

Наиболее ярким управленческим трендом в области управления человеческими ресурсами, направленным на повышение мотивации и рост вовлеченности персонала, является, безусловно, геймификация, которую принято определять как использование игровых практик и методов в неигровых бизнес-процессах. Геймификация это действенный путь к нематериальной мотивации. Игровые методы увеличивают эффективность сотрудников, а также сплачивают их и побуждают к лучшему результату. Геймификация может существовать в трех вариантах: технологии управления персоналом, организационного дизайна и обучающей персонал системы. В любом случае конечным результатом будет рост числа мотивированных сотрудников.

Следующим важным трендом мотивации является понимание и использование эмоционального интеллекта. Существует несколько разных определений эмоционального интеллекта, но все они сходятся к важности понимания эмоций и использования их в качестве источника информации, а, в конечном счете – мотивации. Авторы считают, что между эмоциональным интеллектом и производительностью труда существует положительная корреляция, и что руководители, осознающие собственные эмоции и понимающие эмоциональные реакции работников обычно более успешны в вопросах мотивации персонала.

Уровень эмоционального интеллекта каждого человека зависит от многих факторов, в том числе, от принятых в семье или прежнем коллективе отношений, от внутренних установок и ограничений и др. Тем не менее, тренинги и семинары по развитию эмоционального интеллекта несколько последних лет пользуются вся возрастающим спросом и могут быть рекомендованы к включению в корпоративную систему обучения и развития персонала.

Интересным трендом HR менеджмента является также так называемая стимулирующая среда. Это многогранное и многоплановое явление, сущность которого в самом общем виде можно свести к постулату: современному человеку должно быть комфортно на рабочем месте, а он знает толк в комфорте. В связи с этим появились такие элементы офисной среды, которые еще вчера были невозможны в деловом пространстве. К примеру, офисные подушки, офисные палатки для сна, офисные гамаки и другие, пока еще достаточно экзотические для отечественных организаций вещи.

Понятие стимулирующей среды отнюдь не исчерпывается элементами меблировки. Большую роль здесь начинают играть яркие цветовые решения в дизайне помещений, включение живой природы в неживую среду, к примеру, горизонтальные озеленения стен, демократизация стилистики деловой среды, увеличение ее прозрачности и комфорта для человека.

Внимание к развитию персонала и интенсификация процессов личностного развития является еще одним трендом в управлении человеческими ресурсами. Сегодня все больше организаций практикуют разработку траекторий индивидуальной карьеры и профессионального развития работника, что вписывается не только в мировую концепцию непрерывного обучения lifelong learning (образование длинною в жизнь), но и в появившуюся относительно недавно модель lifewide learning (образование шириною в жизнь).

Если сущность первой концепции сводится к обязательному обучению в течение всей жизни для сохранения должного уровня профессионализма и компетенций, то во втором случае акцентируется внимание не только на постоянстве процесса обучения во времени, но и разнообразии его форм здесь и сейчас [1].

В заключение отметим, что новых HR трендов значительно больше, чем те, на которых авторы остановились в рамках данной статьи. Многие новые тенденции были продемонстрированы ведущими игроками в HR сфере на недавно прошедшей в Санкт-Петербурге Ежегодной всероссийской выставке по кадровому менеджменту [2].

Выбор авторов обоснован собственными исследованиями, позволяющими сделать вывод о наибольшей популярности и результативности с точки зрения нематериальной мотивации именно данных трендов.

Список литературы

1. Аккредитация в образовании. Информационно-аналитический журнал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://akvobr.ru/obrazovanie_dlinoyu_v_zhizn.html (дата обращения 20.03.2019)

2. HRM expo. Ежегодная всероссийская выставка по кадровому менеджменту. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.hrmexpo.ru/exhibition/agenda/(дата обращения 20.03.2019).

ПРОЕКТНЫЙ ПОДХОД В VUCA МИРЕ: КОМПЕТЕНЦИИ НОВОГО ЛИДЕРА

Кучина Ольга Владимировна,

к.э.н., доцент, кафедра менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

Рященко Александр Борисович,

к.э.н., доцент, кафедра менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены компетенции лидеров, руководителей нового времени, которые будут иметь успех в так называемом VUCA мире, концепция которого отражает быстрые изменения и высокую неопределенность современной реальности. Это потребует определенных изменений в компетенциях лидеров бизнеса и выведет проектный подход в приоритет как наиболее полно отражающий вызовы VUCA реальности.

Ключевые слова: VUCA мир; современность; проектный подход; компетенции; коммуникации; командообразование; реальность; бизнес; лидер; изменения; риски; проект.

PROJECT APPROACH IN A VUCA WORLD: THE COMPETENCES OF A NEW LEADER

Ryashchenko A.B.,
PhD in Economics, Associate Professor of Management Department, RANEPA, St. Petersburg
Kuchina O.V.,
PhD in Economics, Associate Professor of Management Department, RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The article focuses on the competences of modern leaders, managers of the new time, who will succeed in a so-called VUCA world, which concept reflects rapid changes and high uncertainty of nowadays reality. This will require certain changes in the competences of business leaders and will bring the project approach to the priority as the most fully reflecting the challenges of a VUCA reality.

Keyword: VUCA world; modernity; project approach; competences; communications; team building; reality; business; leader; changes; risks; project.

В современном мире изменения происходят стремительно, в большом количестве, усложняя процессы и выдвигая все новые требования к лидерам любого бизнеса. Лидеры, успешные в стабильных системах, зачастую не могут считаться таковыми без качественных внутренних изменений и без формирования новых компетенций, еще вчера представлявшимися вторичными, а сегодня ставшими ключевыми для успешной профессиональной реализации. Эксперты утверждают, что успешными останутся только лидеры, обладающие развитыми навыками системного мышления, умеющие стремительно обрабатывать и анализировать большое количество данных, принимающие быстрые решения в условиях риска и информационного дефицита, имеющие развитый эмоциональный интеллект [1] и обладающие еще рядом значимых для новых реалий компетенций.

Понятие VUCA мира впервые было сформулировано для описания растущей неустойчивости и неоднозначности многогранного мира, оно состоит из первых букв следующих английских слов: нестабильность (volatility), неопределенность (uncertainty), сложность (complexity) и неоднозначность (ambiguity). В бизнесе концепция VUCA стала использоваться для описания хаотичного, бурного и постоянно меняющегося окружения. Кризисы, высокая турбулентность окружающей бизнес среды обесценили успешные бизнес-модели и организации во всем мире оказались к этому не готовы. VUCA мир выдвигает новые требования к руководителям, которые все чаще ощущают, что их привычные навыки управления устарели и им на смену пришли требования к гибкости и адаптивности. [2]

Лидеры в новой реальности VUCA, на наш взгляд, должны в основном концентрироваться на сотрудниках, умеющих действовать в нестандартных ситуациях и склонных к принятию изменений, должны постоянно проверять на соответствие реалиям современного бизнеса используемые управленческие приемы и методы. А главное – должны быть сами готовы к постоянным изменениям и необходимости учиться всю жизнь, осваивая новые модели, инструменты и виды деятельности.

На наш взгляд для профессиональной деятельности новых лидеров именно проектный подход является не только качественной управленческой технологией, но и опорной компетенцией для успешной реализации в VUCA мире. Можно сказать, что проектный подход в какой-то степени является ответом на концепцию VUCA мира, особенно в таких ключевых понятиях, как результативность и слаженность проектных команд, управление изменениями и преодоление сопротивления изменениям, управление рисками и рефлексия.

Принято выделять следующие особенности проектного подхода как нельзя более полно отвечающие целям и задачам новой реальности:

– уникальность: проект неповторим по содержанию и/или условиям;
– временность: проект всегда конечен;
– определённый результат: направленность на заранее определенный результат, оцениваемый качественно и количественно;
– сопряженность с неизбежными изменениями и высокой неопределенностью.

Говоря о проектном подходе, следует остановиться на ключевом понятии – понятии «проект». Существует несколько определений проекта. В «Руководстве к своду знаний по управлению проектами» PMBoK дается такое определение: «проект – это временное предприятие, предназначенное для создания уникальных продуктов, услуг или результатов».[3] В международном стандарте по управлению проектами ISO 21500:2012 «проект - это уникальный набор процессов, состоящих из скоординированных и управляемых задач с начальной и конечной датами, предпринятых для достижения цели…» [4] В отечественном ГОСТ Р 54869—2011 «проект – это комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленный на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений». [5]

На основе данных определений можно сформулировать основной признак проекта - уникальность, которая может выражаться либо в создании принципиального нового, уникального продукта или услуги, либо в наличии определенных новых условиях создания продукта или услуги. Определим, что проектный подход как компетенция нового лидера, таким образом, заключается в личностной и профессиональной установке на создание нового либо на внедрение имеющегося в принципиально новые условия. А это и есть ответ на требования VUCA реальности.

Каждый проект имеет ключевые ограничения: содержание, время, стоимость и качество. Качество исполнения проекта зависит от взаимосвязанных факторов времени, стоимости и содержания проекта. Если изменится один из этих факторов, то с большой долей вероятности изменится как минимум еще один фактор: к примеру, изменяя содержание проекта в сторону увеличения объема работ, мы автоматически увеличиваем стоимость проекта, а возможно и время его исполнения. Напротив, увеличивая стоимость проекта без изменения его содержания, мы можем в ряде случаев уменьшить время на его исполнение. Здесь речь идет о так называемом проектном треугольнике, смысл которого заключается в следующем: быстрых, дешевых и качественных проектов не бывает. Понимание сущности проектного треугольника является, на взгляд авторов, ключевым для овладения проектным подходом и отличает нового лидера, способного стратегически мыслить и управлять бизнесом в VUCA мире, от сиюминутных менеджеров и руководителей старой формации.

Проектный подход рассмотрен нами через призму значимых понятий, формирующих у лидеров дополнительные компетенции. Например, особое внимание следует уделить управлению рисками. Введем определение: проектный риск это вероятность наступления некоторого события, которое может повлиять на ход выполнения проекта или на достижение его результатов. Управление рисками в самом общем виде заключается в выявлении рисков, определении вероятности их наступления, оценки их влияния на проект, формировании реестра рисков и разработки мер реагирования при наступлении рисков и мер предупреждения рисков, а также реализация данных мер. Следует понимать, что проектное управление зачастую происходит в условиях высокой неопределенности и повышенного управленческого или предпринимательского риска. Таким образом, меры по снижению рисковой нагрузки являются первостепенными, а управление рисками как дополнительная компетенция лидеров формируется в рамках освоения проектного подхода.

Еще одной важной составляющей проектного подхода является коммуникативная компетенция, включающая в себя владение всеми видами коммуникаций в проектной команде и мерами по преодолению коммуникативных барьеров. В процессе формирования

проектного подхода как «мягкой» компетенции лидера формируется также и коммуникативная составляющая. Профессиональная деятельность руководителя, бизнес-лидера, очевидно, не может осуществляться без коммуникаций. Коммуникации сопровождают всю его профессиональную деятельность от стадии маркетинговых исследований по оценке бизнес-идеи до реализации этой идеи в проекте, технологии или продукте. И профессиональная успешность, в том числе, будет зависеть от уровня сформированной коммуникативной компетентности.

Известно, что коммуникативная компетентность подразумевает, в том числе, и владение приемами минимизации коммуникативных барьеров, которые в основном связаны с межличностным общением. К примеру, семантический барьер, когда под одними и теми же понятиями подразумеваются совершенно разные вещи, барьер модальностей, когда у собеседников приоритетное «видеть», «слышать» или «чувствовать» не совпадает; либо барьер компетентности, выражающийся в разного уровня профессиональной компетентности людей. Стоит отметить, что данные барьеры характерны для любой сферы человеческих взаимоотношений, в том числе, для проектной деятельности. Меры по их преодолению носят стандартный характер и заключаются, прежде всего, в понимании наличия барьеров в любой коммуникации, оценке потенциальных барьеров в конкретной коммуникативной среде и принятии превентивных мер, способствующих снятию барьеров и повышению качества коммуникаций. Особую актуальность это приобретает именно в новой реальности, где от качества коммуникаций зависит порой профессиональный успех или провал.

Наконец, еще одной компетенцией, тесно связанной с проектным подходом, является командообразование. Команда проекта традиционно состоит из руководителя проекта (лидер), команды управления проектом (ядро) и остальных членов команды (периферия), специалистов, обладающих конкретными компетенциями, необходимыми для выполнения работ по проекту. Формирование команды представляет собой существенный этап в проектном управлении, от которого во многом зависит успешность проекта. Условно этот этап можно поделить на две части: отбор кандидатов в команду и собственно формирование команды из отобранных кандидатов.

Первая часть представляет собой процесс подбора и отбора будущих членов команды по определенным критериям. Критерии отбора в команду проекта во многом зависят от специфики самого проекта, однако в самом общем виде их можно представить следующим образом.

1. Профессиональные компетенции в конкретной сфере, необходимые для решения профессиональных задач в проекте (hard-skills).

2. Профессиональный опыт и участие кандидата в проектах в определённой роли (ролевые нагрузки).

3. Мотивация кандидата, готовность к работе в данном проекте в определенной роли, обуславливающей решение проектных задач (мотивационный профиль кандидата)

4. Деловые компетенции, уровень развития деловых и личностных качеств (soft-skills).

Когда кандидаты в команду проекта отобраны, наступает очередь второй части, представляющей собой серию командообразующих мероприятий и начальный этап превращения рабочей группы в эффективную команду проекта. Для этого необходимо не только проведение социально-психологических командообразующих мероприятий, но и реализация сугубо управленческих подходов, к которым относятся методы и принципы формирования эффективной команды, среди которых и понимание особенностей жизненного цикла команды, и владение палитрой распределения ролевых нагрузок внутри команды, и навыки командной работы самого лидера. Здесь следует остановиться на основных признаках команды. Разные авторы предлагают различный перечень признаков, однако все едины в следующем: у команды должна быть своя цель, должен быть лидер, должна быть распределена

ролевая нагрузка, должна быть устойчивая система коммуникаций внутри команды, некие разделяемые всеми командные ценности, возможно – традиции, сленг, юмор, понимаемый и разделяемый членами именно данной команды. Все это в совокупности позволяет говорить о команде проекта, а не просто о рабочей проектной группе. Таким образом, владение технологией командообразования и способность формировать мобильные высокопроизводительные команды, понимание особенностей жизненного цикла команды и умение выстраивать внутри командные эффективные коммуникации является в совокупности важной лидерской компетенцией – командоборазованием и управлением командами.

В заключение следует отметить перспективность проектного подхода для лидеров, успешно работающих в новых условиях VUCA мира, где быстрая реакция, невозможность стандартных решений и командообразующий подход к организации работы персонала является основой успеха бизнеса.

Список литературы

1. BIRC Internationai. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.birc.ru/index.php/education-tools-ru/business-simulation-ru/595-vuca-world (дата обращения 29.03.2019).

2. HR HelpLine. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://hrhelpline.ru/liderstvo-i-upravlenie-talantami-v-vuca-mire/(дата обращения 29.03.2019).

3. ANSI PMI PMBOK - Свод знаний по управлению проектами (PMBoK) - Project Management Body of Knowledge / A Guide to The Project Management Body of Knowledge – Руководство к Своду знаний по управлению проектами.

4. ISO 21500:2012 – Международный стандарт по управлению проектами – International Standard for Project Management – Guidance on project management.

5. ГОСТ Р 54869-2011: Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом. Национальный стандарт Российской Федерации. Дата введения: 01 сентября 2012 г.

УДК 349.3

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ УСЛОВИЙ СЛУЖБЫ В ОРГАНАХ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ РЕФОРМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Бялт Виктор Сергеевич,

к.ю.н., доцент, доцент Санкт-Петербургского университета МВД России, г. Санкт-Петербург

Трипутин Сергей Николаевич,

заместитель начальника по работе с личным составом Санкт-Петербургского университета МВД России, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы, связанные с нормативным правовым регулированием условий прохождения службы в органах внутренних дел Российской Федерации. Авторы, исследуя правовую базу прохождения государственной службы сотрудниками органов внутренних дел, анализируют имеющиеся проблемы в указанной сфере, а также формулируют и обосновывают ряд выводов по рассматриваемой проблематике.

Ключевые слова: органы внутренних дел; условия службы; правовое регулирование; государственная служба.

ACTUAL PROBLEMS OF LEGAL REGULATION OF CONDITIONS OF SERVICE IN BODIES OF INTERNAL AFFAIRS IN THE MODERN ERA OF ADMINISTRATIVE-LEGAL REFORM IN THE RUSSIAN FEDERATION

Byalt V.S.,
PhD in Law, Associate Professor of Saint-Petersburg University of MIA of Russia, Saint-Petersburg
Triputen S.N.,
Deputy chief on work with the personnel Saint-Petersburg University of MIA of Russia, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The article deals with issues related to the regulatory legal regulation of conditions of service in the internal Affairs bodies of the Russian Federation. The authors, investigating the legal basis of civil service employees of the internal Affairs bodies, analyze the existing problems in this area, as well as formulate and justify a number of conclusions on the issues under consideration.

Keywords: internal Affairs bodies; conditions of service; legal regulation; public service.

Эффективность функционирования системы МВД России во многом определяется четким и конкретным нормативным правовым закреплением условий прохождения службы сотрудниками органов внутренних дел. Качество выполнения сотрудниками органов внутренних дел своих должностных обязанностей напрямую зависит от уровня правотворческой и правоприменительной техники норм права, регулирующих особенности правового статуса сотрудников органов внутренних дел и основные этапы прохождения ими государственной службы. Это в свою очередь позволяет утверждать, что вопросы правового регулирования прохождения государственной службы в органах внутренних дел являются весьма актуальными.

Попытаемся проанализировать некоторые моменты, касающиеся правового регулирования прохождения службы в органах внутренних дел и представляющие интерес с позиции научного исследования и административно-правового осмысления.

Существенным является вопрос соотношения норм административного и трудового права при регулировании правоотношений, связанных с условиями прохождения государственной службы сотрудниками органов внутренних дел. В научной литературе встречаются различные подходы к приоритету каких-либо правовых норм в данной сфере [3, с. 33; 4, с. 6; 7, с. 12]. На наш взгляд вполне оправданной представляется точка зрения С.Б. Полякова, согласно которой «Нормы трудового права применимы к государственной службе, если они не противоречат законодательству о ней, при сходности некоторых правоотношений с трудовыми. Это возможно, во-первых, путем прямого указания в нормативных правовых актах о государственной службе, во-вторых, путем применения норм трудового права по аналогии при пробелах в нормативных правовых актах о государственной службе» [6, с. 23]. Более того указанное выше утверждение нашло нормативное закрепление в федеральном законодательстве [1, ст. 3; 15; 56; 63].

В соответствии с вышеизложенным можно констатировать, что в сфере прохождения государственной службы в органах внутренних дел действует принцип приоритета специальной нормы над общей, то есть основными в обозначенной области являются нормы административного права, а трудовые нормы применяются лишь в случаях прямой отсылки или по аналогии.

Рассмотрим вопрос, связанный с приостановлением очередного специального звания в органах внутренних дел.

Присвоение сотруднику органов внутренних дел очередного специального звания приостанавливается в случае:

1) нахождения сотрудника в распоряжении федерального органа исполнительной власти в сфере внутренних дел, его территориального органа или подразделения – до назначения на должность в органах внутренних дел;

2) приостановления службы в органах внутренних дел в случае избрания сотрудника органов внутренних дел депутатом законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта Российской Федерации, депутатом представительного органа муниципального образования, главой муниципального образования или назначение сотрудника на должность главы местной администрации – до дня прекращения исполнения им соответствующих полномочий;

3) привлечения сотрудника в качестве обвиняемого по уголовному делу, возбуждения в отношении его уголовного дела – до прекращения уголовного преследования;

4) наложения на сотрудника дисциплинарного взыскания (выговор, строгий выговор, предупреждение о неполном служебном соответствии, перевод на нижестоящую должность в органах внутренних дел, увольнение со службы в органах внутренних дел) – до окончания действия дисциплинарного взыскания [1, ст. 45].

Обратим внимание на то, что в ранее действующем Положении о службе в органах внутренних дел Российской Федерации имелось такое основание задержки присвоения очередного специального звания, как проведение служебной проверки по фактам нарушения служебной дисциплины. С нашей точки зрения такое положение представлялось вполне аргументированным, поскольку способствовало реализации принципу справедливости при присвоении сотруднику органов внутренних дел очередного специального звания [5, с. 168-173]. На наш взгляд, будет не совсем обоснованным присваивать сотруднику очередное специальное звание, в случае проведения в отношении его служебной проверки по факту нарушения служебной дисциплины до вынесения окончательного решения по результатам служебной проверки. В связи с этим полагаем, что часть 1 статьи 45 Федерального закона «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» целесообразно дополнить пунктом 5 следующего содержания: «проведения служебной проверки по факту нарушения сотрудником служебной дисциплины – до окончания служебной проверки».

Таким образом, подводя итог вышесказанному, можно констатировать следующее:

– вопросы правового регулирования условий прохождения службы в органах внутренних дел Российской Федерации имеют важнейшее теоретическое значение в аспекте систематизации знаний, касающихся института государственной службы в России, а также существенное практическое значение с точки зрения совершенствования правоприменительной практики сотрудниками аппаратов по работе с личным составом в органах внутренних дел;

– проведение в Российской Федерации административно-правовой реформы направлено на более четкое и конкретное нормативное закрепление правового статуса сотрудников органов внутренних дел [2, с. 47-70], что, бесспорно, обуславливает повышение эффективности реализации сотрудниками своих профессиональных обязанностей;

– с нашей точки зрения сформулированные выше предложения по совершенствованию нормативной правовой базы в сфере прохождения государственной службы в органах внутренних дел, безусловно, будут способствовать более качественному выполнению сотрудниками служебных обязанностей, повышению уровня доверия населения к правоохранительной системе государства, что крайне принципиально в рамках дальнейшего построения в Российской Федерации правового государства.

Список литературы

1. Федеральный закон от 30 ноября 2011 года № 342-ФЗ «О службе в органах внутренних дел Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СЗ РФ. – 2011. – № 49. – Ч. 1. – Ст. 7020.
2. Бялт В.С., Трипутин С.Н. Правовой статус сотрудника органов внутренних дел: Учебное наглядное пособие. – СПб.: СПб.: Изд-во «ЛЕМА», 2016. – С. 47–70.
3. Вольдман Ю.Я. Новый трудовой кодекс Российской Федерации: проблемы, упущения, противоречия, ошибки // Государство и право. – 2002. № 5. – С.33.
4. Манохин В.М. Нужны основы законодательства о службе Российской Федерации // Государство и право. – 1997. – № 9. – С.6.
5. Маюров Н.П., Бялт В.С., Гибов В.В. О порядке присвоения специальных званий сотрудникам органов внутренних дел Российской Федерации: историко-правовое исследование // Пробелы в российском законодательстве. – 2013. – № 4. – С. 168–173.
6. Поляков С.Б. Регулирование служебных и трудовых правоотношений // Российская юстиция. – 1998. – № 12. – С. 23.
7. Чиканова Л.А. Государственные служащие. – М.: Юристъ, 2008. – С. 12.

УДК 658:330.341

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Семенихина Анна Викторовна,

к.э.н., доцент Орловского государственного университета имени И.С. Тургенева, г. Орёл

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены основные инструменты повышения эффективности деятельности промышленного предприятия. Представлены различные способы их реализации и преимущества в использовании для хозяйствующего субъекта экономики.

Ключевые слова: промышленное предприятие; эффективность деятельности; техника и технология; себестоимость продукции; прибыль.

INSTRUMENTS OF INCREASE IN EFFICIENCY OF FUNCTIONING OF THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

Semenikhina A.V.,

PhD in Economics, associate professor, Orel State University named after I.S. Turgenev, Orel

ABSTRACT

In this article the main instruments of increase in efficiency of activity of the industrial enterprise are considered. Ways of their realization and advantage in use to economic entity of economy are presented.

Keywords: industrial enterprise; efficiency of activity; technician and technology; product cost, profit.

В настоящее время необходимым условием функционирования и дальнейшего развития промышленных предприятий является высокая эффективность их хозяйственной деятельности [1], которая предполагает экономичное использование ресурсов, совершенствование организации производства, улучшение качества управления. Справедливая оценка хозяйственной деятельности предприятия и поиск способов повышения эффективности его

функционирования - необходимое условие рационального принятия всех управленческих решений. Безусловно, эффективность производства предприятия – это показатель успеха его деятельности, отражающий соотношение величин - результатов хозяйственной деятельности и всех производственных затрат. Поиск способов повышения эффективности производства промышленных предприятий продиктован необходимостью создания в нашей стране более успешных экономических хозяйствующих субъектов, способных быть конкурентоспособными на мировой арене.

Правильное понимание экономической природы и способов увеличения эффективности функционирования предприятия является инструментом обеспечения результативной деятельности предприятия, что делает представленную статью актуальной и практически значимой.

Эффективность хозяйственной деятельности можно определить как индикатор развития, выступающий стимулом для абсолютно всех экономических субъектов. Для повышения эффективности функционирования формируются определенные мероприятия, направленные на дальнейшее развитие предприятия, результат которого и есть экономический эффект.

Исследованию проблемы увеличения результативности деятельности предприятия были посвящены научные труды многих как отечественных, так и зарубежных экономистов, среди которых работы Гурьева О.А., Стуколова Ю.К., Илюшина О.С., Минаева О.А., Муртазина Е.Э., Чучулина Е.В., Панфиль Л.А., Пискунова А.А., Яркина Н.Н. и другие.

Тем не менее, несмотря на существенный объем исследований и значительную степень проработанности вопросов эффективности функционирования предприятия в существующих работах ученых-экономистов, следует отметить необходимость дальнейшего рассмотрения инструментов, применение которых в современных условиях способно при наименьших затратах обеспечить эффективность хозяйственной деятельности промышленного предприятия.

Инструменты повышения эффективности деятельности предприятия – это комплекс взаимосвязанных мероприятий для увеличения результативности производства, снижения издержек и повышения конкурентоспособности предприятия. Рассмотрим наиболее эффективные инструменты для повышения успешности функционирования промышленных предприятий.

Как известно, в настоящее время одним из главных факторов повышения эффективности предприятия любой отрасли является научно-технический прогресс.

Качественные преобразования в технике и технологии, мобилизация технических, экономических, организационных и социальных факторов создадут прямые возможности для существенного увеличения производительности труда. Для получения наилучшего результата необходимо обеспечивать внедрение современной техники, повсеместно использовать на производстве новейшие формы научной организации труда, совершенствовать его нормирование, заниматься установлением порядка и дисциплины [2].

Снижение себестоимости продукции имеет так же не меньшее значение для повышения эффективности работы промышленного предприятия. Использование данного экономически выгодного инструмента предполагает рациональное применение ресурсов, что окажет как количественное, так и качественное воздействие на имеющийся потенциал промышленного предприятия и возможные перспективы его развития.

Существует несколько групп факторов снижения себестоимости, представляющие собой возможности сокращения затрат. Первая группа факторов - это увеличение технического уровня производства. Вторая – улучшение процесса организации производства и труда на предприятии с целью сокращения затрат времени на производство той или иной продукции. Третья группа факторов представляет собой рационализацию объема и структуры про-

дукции, обновление ассортимента, повышение качества изделий. К четвертой группе факторов относят изменения условий хозяйствования, проведение гибкой ценовой политики предприятия.

Как известно, себестоимость любой продукции включает в себя различные статьи, следовательно, имеются разнообразные варианты ее сокращения. Источники отражают пути поиска возможности снижения затрат на производство, а факторы четко устанавливают условия, которые обеспечивают эффективное применение найденных источников снижения себестоимости продукции.

Отметим существующие источники и факторы снижения себестоимости продукции промышленного предприятия.

К источникам сокращения себестоимости продукции относят:

– рациональное использование сырья, сокращение расхода топливно-энергетических ресурсов;

– автоматизация производственного процесса, сокращение трудоемкости продукции для обеспечения повышения производительности труда и снижения доли заработной платы в общей себестоимости продукции промышленного предприятия;

– закупка нового оборудования для снижения расходов на обслуживание производства [3].

Следующим инструментом повышения эффективности функционирования предприятия является прибыль, всецело показывающая результативность производства, уровень себестоимости на предприятии, количество и качество продукции.

Рассмотрим способы увеличения прибыли промышленного предприятия.

Во-первых, это уменьшение себестоимости производимой продукции благодаря снижению норм переменных расходов. На крупных предприятиях этим занимаются специальные экономические службы, рассматривая постатейно себестоимость и находя способы ее сокращения. Во-вторых, увеличить прибыль предприятия можно через повышение объема реализованной продукции благодаря осуществленным капитальным вложениям для приобретения современного высокопроизводительного оборудования, изучения новейших технологий, расширения рынков сбыта. Далее – это снижение величин невостребованных остатков на начало и конец отчетного периода, для чего потребуется проведение следующих мероприятий:

а) формирование договоров с четко оговоренными условиями оплаты для исключения ситуации неоплаты в нужный срок;

б) снижение времени на комплектацию и упаковку изготовленной продукции, оформление документов.

Несомненно, от обеспеченности промышленного предприятия трудовыми ресурсами и грамотного их использования напрямую зависят объем, качество и своевременность выполнения осуществляемых работ, степень применения оборудования, а значит и объем произведённой продукции, включая ее себестоимость, полученную предприятием прибыль и совокупность прочих экономических показателей. Действенность рационального применения трудовых ресурсов отражает производительность труда, на которую воздействуют следующие виды факторов:

– организационные, которые напрямую зависят от степени организации труда;

– материально-технические, связанные со степенью развития, использования всех средств производства и оказывающие влияние на трудоемкость производимой продукции;

– социально-экономические, связанные с содержанием труда, условиями труда для персонала, составом и уровнем квалификации кадров.

– имеющиеся резервы рационального применения средств производства и рабочей силы;

– отраслевые, народнохозяйственные и внутрихозяйственные.

Следующим не менее важным инструментом повышения эффективности функционирования промышленного предприятия является режим экономии. В данном случае ресурсосбережение должно стать практически главным условием удовлетворения потребности в использовании энергии и материалов. Рациональное применение ресурсов состоит в вырабатывании определенного количества расхода сырья как неотъемлемой части производственного потребления, при котором на производство продукции отличного качества используется меньший объем сырья и материалов.

Увеличение эффективности производства так же связано с лучшим использованием основных фондов, чего можно достичь рассмотренными ниже способами.

Во-первых, это своевременный ввод в эксплуатацию новых основных фондов, быстрое их освоение. Данный способ позволит скорее произвести продукцию с технически новейших фондов, сделать быстрее их оборот, замедляя моральный износ фондов промышленного предприятия [4].

Следующий способ - это совершенствование применения действующих основных фондов (ОФ) и производственных мощностей предприятия, включая только введенные в эксплуатацию. Это может быть реализовано с помощью:

– увеличения интенсивности применения ОФ и производственных мощностей (например, повышение темпов обновления, техническое перевооружение);

– увеличения экстенсивности нагрузки ОФ (например, повышение времени работы оборудования).

В-третьих, ускоренный монтаж еще неустановленного оборудования.

В-четвертых, совершенствование организации производства промышленного предприятия с помощью снижения времени простоев оборудования и обеспечения непрерывного графика работы.

В-пятых, с помощью повышения квалификации персонала.

И наконец, улучшение системы стимулирования персонала предприятия.

Результативное использование оборотных средств (ОбС) связано с правильным определением потребности предприятия в оборотных средствах. Для него необходимо верно найти наилучшую потребность в ОбС, что приведет к получению прибыли с минимальными издержками. Стоит отметить, что необходимо поддерживать объем оборотных средств достаточным для производства в количестве, требуемом рынком, и одновременно минимальным не повышающим издержки производства из-за появления сверхнормативных запасов.

К способам ускорения оборачиваемости оборотных средств следует отнести: максимальное снижение времени нахождения оборотных средств в обороте; уменьшение потребности промышленного предприятия в оборотных средствах путем оптимизации нормативов; снижение среднегодовых остатков ОбС; направление полученной предприятием прибыли на дополнение оборотных средств; производство промышленной продукции, которую можно быстро и выгодно реализовать, при этом снижая производство продукции, не пользующейся большим спросом; оптимизация организации производственных запасов (совершенствование организации снабжения, ликвидация сверхнормативных запасов и т.д.) [5].

Экономическое значение экономии оборотных фондов в современных условиях выражается в следующем [6]:

– Сокращение расхода сырья позволит предприятию иметь большие экономические выгоды - появится возможность от определенного объема ресурсов получить большие объемы промышленной продукции.

– Оптимизация использования ресурсов содействует сокращению себестоимости продукции.

– Устремление к экономии ресурсов побуждает промышленные предприятия к введению современной техники и улучшению технологических процессов.

– Оказывая значительное влияние на сокращение себестоимости продукции, рационализация использования материальных ресурсов положительно повлияет на финансовое состояние промышленного предприятия.

Итак, экономическая результативность совершенствования применения и экономии оборотных фондов значительны, ведь они положительно влияют на производственную и хозяйственную деятельность предприятия [7].

Следующее значительное место в увеличении эффективности функционирования промышленного предприятия занимают организационно-экономические факторы. В последнее время существенно растет их значение с увеличением масштабов производства и усложнением хозяйственных связей. Более того, нуждается в развитии и совершенствовании производственная социальная инфраструктура предприятия, оказывающая неслабое влияние на уровень эффективности производства промышленного предприятия. Сюда относится улучшение форм и методов управления, планирования, экономического стимулирования имеющегося хозяйственного механизма.

В рассматриваемой группе факторов обширно используются различные рычаги материального поощрения и хозяйственного расчета, материальной ответственности и прочих экономических стимулов.

Отдельное место в экономике промышленного предприятия занимает повышение качества продукции. Неотъемлемым условием успеха в конкурентной борьбе в настоящее время стало формирование системы качества, которая объединяет все стадии производства, оказывающие воздействие на качество производимого изделия.

Управление качеством производимой продукции промышленного предприятия - совокупность мер по обеспечению и поддержанию нужного качества продукции, которые осуществляются через систематический контроль и целевое влияние на факторы, влияющие на качество продукции. Данный процесс должен реализовываться системно, на промышленном предприятии необходимо обеспечить беспрерывное функционирование системы управления качеством.

Таким образом, эффективность функционирования промышленного предприятия во многом зависит от используемых инструментов совершенствования управления и организации всех сторон его деятельности. Применение того или иного инструмента вне связи с другими не означает, что в дальнейшем будет обеспечено должное экономическое и техническое развитие предприятия. Безусловно, необходима интеграция всех рассмотренных инструментов. Эта функция относится к управлению производством в современных условиях рыночных отношений.

Список литературы

1. Гурьева О.А. Экономическая эффективность: сущность, особенности и методика оценки // Экономист года 2016: сборник статей Международного научно-практического конкурса. – 2016. – С. 4-13.

2. Kozak Yuriy, Iermakova Olga Innovation and regional policy transformation // Economie si sociologie: revista teoretico-stiintifica. – 2015. – №1. – С. 69 – 73.

3. Зотова А.И., Давыденко И.Г. Учебно-методическое пособие по финансовому анализу для выполнения проектных заданий. - Ростов-на-Дону: Фонд инноваций и экономических технологий «Содействие – XXI век», 2015. – 62 с.

4. Кулагина А.А. Анализ наличия и состояния основных производственных фондов сельскохозяйственных товаропроизводителей Новосибирской области // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – №5. – С. 87-91.

5. Засемчук Н.А. Финансовые аспекты управления оборотными средствами на современном этапе. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/item.asp?id=24634176.

6. Куров В.В. Оценка деловой активности предприятий рыбной промышленности и пути ее роста // Экономика и социум. – 2017. - №4(35). – С. 825-829.

7. Яркина Н.Н., Популиди Н.Г. Методологические аспекты механизма обеспечения экономической эффективности предприятия // Символ науки. – 2016. – №3. – С.227-234.

УДК 338.1

ДОЛГОСРОЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТЬЮ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

Дорофеева Людмила Владимировна,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Мировое сообщество стремительно приближается к точке бифуркации чему способствует нарастание кризисных явлений в экономике и обществе, а также возможный переход к новому технологическому укладу. Развитие данных явлений ставит перед государством, бизнесом и обществом вопрос выбора направления приложения усилий по дальнейшему развитию социально-экономического пространства.

Ключевые слова: долгосрочное планирование; устойчивое развитие; минимальный социальный стандарт; big data.

LONG-TERM PLANNING THE STABILITY OF SOCIO-ECONOMIC SPACE

Dorofeyeva L.V.,

PhD in Economics, Associate Professor, Department of Management, RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The world community is rapidly approaching the bifurcation point, which is facilitated by the growth of crisis phenomena in the economy and society, as well as the possible transition to a new technological order. The development of these phenomena poses the state, business and society the question of choosing the direction of application of efforts for the further development of the socio-economic space.

Keywords: long-term planning; sustainable development; minimum social standard; big data.

Современная система стратегического планирования в Российской Федерации во многом повторяет существующие мировые аналоги. Ключевым элементом системы является Федеральный закон от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», который определяет основные положения и рекомендации по разработке стратегических планов на всех уровнях управления государством (федеральный, региональный и муниципальный). Большинство разработанных в рамках данного закона документов стратегического планирования слабо отражают действительность, постоянно подвергаются корректировкам и уточнения, формирование документов осуществляется на базе уже существующих проектов и государственных программ, что в свою очередь переводит их содержание в тактическую плоскость.

Изменение социально-экономической среды, происходящей в мире приводят нас к потребности выработать собственное понимания дальнейшего развития системы планирова-

ния. Следует помнить, что планирование является многомерным процессом, лежащим одновременно в нескольких взаимосвязанных плоскостях:

Территория
Государство
Бизнес
Население
Индивидуум

Система планирования должна учитывать потребности всех рассматриваемых плоскостей. Следует отметить что сложность такого сочетания во многом упирается в различных характер направленности интересов отдельных субъектов планирования, а также сочетание линейных и нелинейных индикаторов. Возможность применения нормативного подхода при долгосрочном и стратегическом планировании значительно ограничена. Современная система планирования в большинстве случаев использует набор стандартных индикаторов не способных в полной мере отразить происходящие изменения и дать полное представление об эффективности действий субъектов планирования. Это в свою очередь приводит к потребности регулярного обновления имеющихся в документах ориентиров и скорости их достижения. Для формирования нового подхода к системе планирования следует провести анализ горизонтальных связей для каждой плоскости планирования.

Так в плоскости «Территория» наблюдается преобладание линейных зависимостей при планировании. Система планирования территориального развития в данной плоскости связана с имеющимися в государстве нормативами и районированием, для городов она опирается на генеральный план территории. Развитие территориального пространства и формирование инфраструктуры опирается на существующие нормативные документы и предполагает факт наличия различных объектов как результат планирования, при этом качество и соответствие его интересам государства, бизнеса и населения не играют существенную роль.

Организация системы планирования в плоскости «Государство» предполагает формирование максимально понятных и транспортерных условий распределения ресурсов. Это приводит к переключению внимания с уникальных характеристик которыми наделены отдельные территории к универсальным характерным для большинства регионов. Государственная политика при этом включает в себя потребности по планированию использования уникальных ресурсов, находящихся в ее распоряжении, ввиду этого в систему планирования дополняют отраслевые стратегии, говорящие об экстерриториальном развитии отдельных сфер деятельности, в дальнейшем положения этих документов включаются в региональные и муниципальные стратегии отдельных субъектов. Современная система планирования в Российской Федерации сконцентрирована в данной плоскости и включает все имеющиеся в ней ограничения, ведущие к неэффективному и нерациональному использованию имеющихся ресурсов.

Для сферы «Бизнес» сочетания количественных и качественных показателей пропорционально, в первую очередь планирование в данной плоскости упирается в реализацию бизнес интересов. Формирование долгосрочного и стратегического планирования ведется на основе рыночной конъюнктуры и целей, поставленных собственниками капитала, которые могут основываться как на количественной оценке ряда показателей. Так и на представлении о качественном изменении среды хозяйствования (например, потребность соответствия экологическим стандартам).

Наибольший интерес с точки исследования представляет плоскость «Население» для которой сочетания нормированных линейных показателей уступает по отношению к качественным оценкам состояния социально-экономического пространства. С позиции населения существенным становится не сам факт наличия или отсутствия того или иного элемента инфраструктуры, а возможность его полезного использования для удовлетворения своих

нужд, так расположение поликлиники становится вторичным по отношению к набору специалистов которыми она располагает.

Предельным уровнем планирования является «Индивид» для которого вся совокупность имеющихся ресурсов сугубо индивидуальна, и определяется в большинстве своем на основе личного предпочтения и имеющихся убеждений. Данный уровень активно продвигается в западном мире как основной ориентир для развития государственного устройства, которое должно прийти к формирования максимально благоприятных условий жизнедеятельности для каждого конкретного гражданина.

Для продолжения исследования необходимо рассмотрение соотношений количественных и качественных показателей при планировании в названных выше плоскостях. Примерная разбивка представлена на рисунке 1.

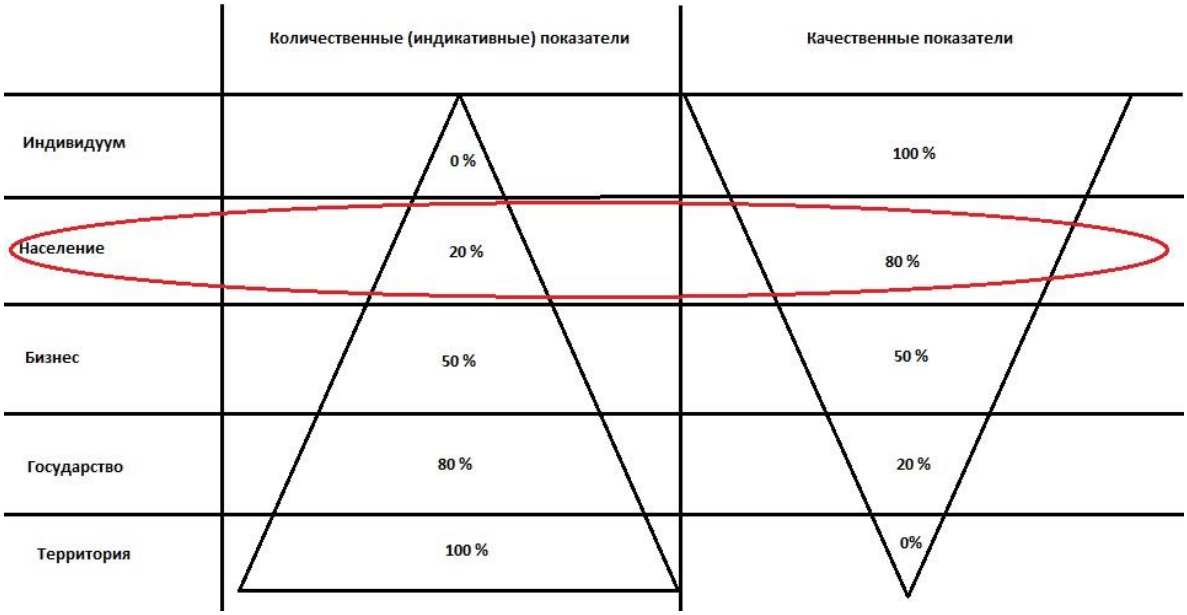

Рисунок 1 – Процентное соотношение количественных (индикативных) и качественных показателей при долгосрочном планировании

В проводимом исследовании нами высказана гипотеза относительно сфокусированости системы долгосрочного планирования в плоскости «Государство». Системе долгосрочного планирования, основанной которого служат элементы концепции устойчивого развития, стремится к переходу на плоскость «Население». Осуществление данного перехода привнесет ряд положительных эффектов во всю систему планирования и позволит повысить эффективность и рациональность использования ограниченных ресурсов.

Процесс планирования в плоскости «Население» на 20 % составляют количественные показатели. Это совокупность прямолинейных зависимостей, которые представляется возможным оценить посредством нормативных индикаторов и стандартов, на сегодняшний день до 80 % всех используемых в стратегиях социально-экономического развития индикаторов формируются именно на их основе. Возникает проблема с идентификацией и оценкой 80 % нелинейных качественных показателей.

Рассмотрим один из вариантов наполнения информацией не линейной части планирования на уровне «Население». Одним из довольно распространенных способов получения информации от населения той или иной территории является опрос. Однако мы считаем, что использование данного метода не могут дать продуктивного результата ввиду достаточно большой сложности получения репрезентативной выборки. Упомянутые выше недостатки могут быть нейтрализованы в рамках непрерывного опроса, например, в России существует перепись населения, которая по сути является полным опросом. Этот метод требует много финансовых и временных затрат.

В качестве альтернативы вышесказанному мы можем предложить определение потребностей с помощью минимального социального стандарта и технологии больших данных в соотношении 50% и 30% соответственно.

Минимальный социальный стандарт - это минимально необходимый уровень социальных выплат, который удовлетворяет определенному количеству потребностей населения. Категория довольно редкая, но ее использование уже активно обсуждается в научных кругах. Из-за растущей поляризации социальной стратификации очевидно, что концепция выравнивания потребления потерпела неудачу. Минимальный социальный стандарт - это новый шаг в теории потребления. Кроме того, его применение соответствует концепции устойчивого развития.

Эффективным инструментов в данном вопросе может выступать проектный менеджмент. «Проект» может быть инструментом (методом):

– ***Интерактивного нормативного*** перспективного планирования, считающее будущее продуктом сознательной созидательной деятельности (сознание определяет бытие – это очень актуальная позиция для нашего времени);

– ***Преактивного стратегического*** планирования, ориентированного на поиск *оптимальных* решений.

– ***Инактивного тактического*** (или, оперативного) планирования, с его ориентацией на настоящее.

Применение планирования, основанного на проектном менеджменте, делает возможным их комплексное использование по принципу «каждый метод на своем месте в нужное время».

Поэтому долгосрочное планирование, основанное на концепции устойчивого развития социально-экономических систем, предполагает обращение к интересам и ценностям большинства, в значительной степени основано на качественных целях. Планы планирования, в дополнение к горизонтальным связям на каждом уровне, связаны синхронизированными вертикальными связями. Оптимальным вариантом долгосрочного планирования на наш взгляд является ориентир на категорию «Население», где 20% являются количественными показателями, 80% - качественными. При переключении внимание на формирование среды комфортной для каждого гражданина, государственное планирование получит повышение эффективности экономической деятельности и рост социальной удовлетворённости населения.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).

2. О стратегическом планировании в Российской Федерации от 28 июня 2014 № 172-ФЗ.

3. Гринчель Б.М., Дорофеева Л.В., Кошкарова О.И., Назарова Е.А. Особенности региональной структуры инновационного процесса в России и Северо-Западном Федеральном Округе // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития. – 2010. – № 2-3 (42-43). – С. 111-127.

4. Дорофеева Л.В., Аксенова Н.С. Отличительные особенности долгосрочного планирования при использовании принципов устойчивого развития социально-экономической системы // В сборнике: Региональные детерминанты и закономерности развития экономики Материалы Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 177-180.

5. Романенко Е.В. Место Big Data в современной социально-экономической жизни общества // Инновационная наука. –2016. - №4-3 (16). – С.143-145.

ИНФОРМАЦИОННАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ – ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ

Степанов Владимир Александрович,

Главный технолог, ПАО «Газпром», г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Современные тенденции роста объемов информации естественным образом сформировали предпосылки для возникновения кризиса управления в крупных компаниях. Работники в таких организациях ежедневно потребляют и формируют большие объемы информации. Борьба за конкурентное преимущество приводит к задействованию новых материальных и информационных ресурсов и усложнению структуры информационного пространства.

Среди множества внутренних факторов, создающих трудности в достижении целевых показателей и являющихся потенциальными источниками возникновения кризиса управления, автор обращается к проблеме повышения производительности труда работников за счет повышения их информационной компетентности, как одной из составляющих интеллектуального капитала.

В современном научном и бизнес сообществе проблема интеллектуального капитала организаций получает все большее освещение, как ключевой фактор их успешного развития. Составляющие интеллектуального капитала это – человеческий, организационный, эмоциональный капитал, капитал отношений [1].

Цель статьи – привлечь внимание руководителей крупных интегрированных компаний к одному из важнейших факторов развития организационного капитала – информационной компетентности сотрудников, как способу использования человеческого капитала в организационных системах путем преобразования информации в ценности, применяемые в производственно-хозяйственном процессе.

Перефразируя, но сохранив смысл высказывания одного из основателей и генерального директора Code.org Х. Партови, можно утверждать, что «Вызов современных реалий и темпов развития таков – все специалисты должны быть компетентны в информатике. Это важнейшее условие карьеры в XXI веке. Все больше профессий обращаются к информатике, как к средству абстрактного моделирования образов, присущих конкретной сфере. Овладение ИТ инструментарием позволяет эффективно решать задачи, стоящие перед специалистом любой сферы деятельности».

Ключевые слова: информационная компетентность; интеллектуальный капитал; организационный капитал; информация; знания.

INFORMATION COMPETENCE – THE FOUNDATION OF COMPETITIVENESS IN LARGE COMPANIES

Stepanov V.A.,

Chief technologist, PJSC «Gazprom», Saint-Petersburg

ABSTRACT

Modern tendencies of information volume growth naturally formed up the background for the appearance of crisis in large companies' management. Employees in such companies daily consume and produce large information volumes. Struggle for competitive advantage leads to attraction of new material and informational resources, as well as to complication of information space structure.

Among many interior factors that produce difficulties for the achievement of target rates and that can potentially cause crisis for management, the author appeals to the problem of labor productivity increase among Employees by means of raising their information competence, as one component of intellectual capital.

In modern scientific and business society, the problem of intellectual capital in organizations gets more and more attention, as the key factor of successful development. The components of intellectual capital are – human, organizational, emotional capital and the capital of relationships [1].

The target of the article – to attract the attention of leaders in large administrative and business organizations to one of the key factor for the development of organizational capital – information competence of Employees, as one of the ways of using human capital in organizational systems to convert information into values, that are used in industrial and economic processes.

In other words, but saving the idea of statement of one of the Code.org founders H. Partovy, we can assert, that "The challenge of modern realities and development tempos is – all specialist should be qualified in

informatics. It is the most important condition for the career in XXI century. More and more professions appeal to informatics, as to the way of abstract modeling of images, typical for particular sphere.

Keywords: information competence; intellectual capital; organizational capital; information; knowledge.

Информация в структуре организационного капитала предприятия

Условия постоянно растущей конкуренции в современных рыночных отношениях диктуют особые правила существования для всех типов предприятий. Для производственных компаний это выражается в способности оперативно и качественно произвести необходимый продукт и обеспечить его доставку потребителю в установленные сроки. Для организаций малого бизнеса данная проблема не является критичной, так как производственный цикл не характеризуется сложностью, бизнес-процессы по закупке ресурсов и доставке потребителю готовой продукции отработаны до деталей. Иначе обстоит дело в крупных компаниях. Сложные многоуровневые структуры организационной и процессной составляющих вкупе с высоким уровнем неопределенности и рисками, определяют экономическую устойчивость, как показатель, пожалуй, наиболее полно отражающий уровень успешности и жизнеспособности таких предприятий.

Экономическую устойчивость следует понимать, как комплекс свойств организационной, инновационной, логистической, производственной, финансово-кредитной деятельности с учетом их взаимовлияния и взаимодействия [3].

Как видно из определения, организационный элемент стоит на первом месте в поддержании эффективной деятельности предприятия. Опираясь на данное определение экономической устойчивости, дадим определение понятию «Организационный капитал». В зависимости от научного подхода существует несколько формулировок.

Организационный капитал это – внедренные знания; искусственно созданная форма управления знаниями; структура и комплекс функций, выполняемых системой управления предприятия; составляющая интеллектуального капитала, наряду с другими видами капиталов обеспечивающая скорость превращения имеющихся в компании знаний в устойчивый коллективный источник роста; всё, что позволяет реализовать человеческий потенциал работников; совокупность концепций управления и технологий развития, баз данных, патентов, затрат на НИОКР [4].

Приведенные определения демонстрируют, ключевую роль информации и знаний в процессе создания организационного капитала. Это объясняется тем, что решающий фактор экономики сегодня – человек и его знания. Успех фирмы зависит от способности направлять в нужное русло работу умов [5].

В табл. 1 представлены информационно-зависимые элементы организационного капитала [2] и последствия для экономической устойчивости предприятия, проявляющиеся при недостаточном внимании их развитию и поддержанию.

Для обеспечения успешного и синхронного функционирования функциональных блоков предприятия (организация труда, производства, управления) каналы передачи информации и знаний выступают артериями производственного процесса. Обрыв или попадание в информационный поток постороннего элемента неизбежно выводит систему из состояния равновесия. Но как бы ни была значительна роль информации в производственном процессе, очевидно, что ее позитивная роль невозможна без системы трудовых отношений, результатом которой она, собственно, является.

Трудовые отношения формируют непрерывный процесс обмена информацией и знаниями между людьми. Следует отметить, что современные трудовые отношения – это отношения в основном опосредованные через взаимодействие с компьютером, а трудовые отношения менеджмента крупных организаций сейчас без участия компьютерных технологий вообще невозможно представить.

Указанные выше функциональные блоки наряду со сложной системой трудовых отношений, получившей в современном бизнес-пространстве такое звено, как информационные технологии, представляют собой еще одну разновидность определения, наиболее полно отражающую суть понятия «Организационный капитал».

Таблица 1

Элемент организационного капитала [2]	**Роль информационной компетентности в повышении эффективности элемента организационного капитала**	**Экономические последствия неэффективности элемента организационного капитала [2]**
Организация информационных потоков	Использование современных подходов к средствам учета и обработки информации	Низкая осведомленность сотрудников о целях и результатах работы предприятия, слабый уровень межфункционального взаимодействия
Целеполагание	Решение проблем сбора и обработки информации, необходимой для выбора курса хозяйственной политики предприятия	Неэффективное использование всех производственных ресурсов
Реализация целей	Формирование качественных пошаговых алгоритмов, исключающих логические противоречия в процессе достижения поставленных целей	Невозможность стратегического планирования, отсутствие конкурентных преимуществ предприятия;
Контроль и оценка	Влияет на степень объективности оценочных суждений	Отсутствие критериев эффективности, конфликты между подразделениями и сотрудниками, размытые границы ответственности, низкая производительность труда
Координация	Использование современных подходов к средствам анализа и моделирования бизнес-процессов с целью их оптимального функционирования	Избыточный документооборот, потери времени при принятии стратегических решений, слабые уровни взаимодействия подразделений, затруднение движения к стратегическим целям
Кооперирование труда между структурными подразделениями		Потери ресурсов, низкая производительность труда
Организация рабочих мест	Разработка оптимальной, неперегруженной избыточными функциями и соответствующей стратегии предприятия организационной структуры	Потери рабочего времени, непроизводительные затраты рабочей силы, ухудшение условий труда и падение производительности труда
Руководство и принятие решений	Использование современных практических методов управления и принятия решений (шесть сигм, линейное программирование, теория игр, дерево целей и др.)	Неэффективное руководство ставит под угрозу существование предприятия

Структура информационной компетентности

Компетентность в какой-либо предметной области складывается из наличия у специалиста профессиональных компетенций, позволяющих судить об уровне его профессионализма.

Компетенция – это единство знаний, навыков и отношений в процессе профессиональной деятельности, определяемых требованиями должности, конкретной ситуации [6].

Современная реальность в условиях глобализации информационных потоков формирует уникальные требования к сотрудникам управленческого звена, выражающихся в необходимости наличия у специалистов административной деятельности гибридных навыков,

обеспечивающих выполнение нетривиальных задач. Деятельность управленца, имеющего профильное образование и соответствующий узконаправленный опыт, несет в себе потенциальные риски однобокого восприятия проблемы и, следовательно, принятия необоснованного, неэффективного решения.

Исходя из этого, на первый план в требованиях к содержанию профессиональной деятельности специалистов-менеджеров выступает компетентностный подход [7].

Согласно определению информационная компетентность это – умение ориентироваться в стремительно развивающемся информационном поле, находить информацию и интегрировать её в систему профессиональной деятельности, применять для оперативного решения поставленных задач. Новая современная грамотность, которая подразумевает у сотрудника наличие навыков использования средств автоматизации и анализа больших объемов информации с целью принятия обоснованных управленческих решений [8].

Информационная компетентность может быть представлена как система, которая состоит из элементов [8] и функциональных компонентов [9] (рис. 1), обладающая свойством интегрировать полезный эффект каждого элемента и функционального компонента в общий механизм создания достоверного и имеющего прогностическую ценность знания.

На бытовом языке функциональные компоненты – это инструменты, с помощью которых специалист решает производственные задачи, которые в свою очередь являются элементами информационной компетентности.

Центральное место и особая роль отведена мотивационному функциональному компоненту, который можно представить, как способность сотрудника использовать информационные технологии с целью формирования новых знаний и навыков и использования их в конкретной предметной области; стремление к постоянному профессиональному развитию; ценностное отношение к информации, как к результату воплощения дискретных явлений предметной области в упорядоченную структуру взаимосвязанных понятий.

Мотивационный компонент, будучи центральным в системе, запускает механизм функциональности, состоящий из других четырех компонентов:

Когнитивно-деятельностный – наличие теоретических знаний в сфере информационных технологий и практических навыков их применения в профессиональной деятельности, информационная и компьютерная грамотность;

Операционально-технологический – способность к управлению информационными потоками: поиску, извлечению информации из различных источников, ее обработке и систематизации; наличие навыков преобразования информации: написание запросов, моделирование структур данных с целью получения на их основе достоверной отчетности; наличие навыков работы с прикладным программным обеспечением, навыков разработки и ведения баз данных, информационных массивов;

Аналитический – умение определять причинно-следственные связи различных явлений, выявлять ключевые факторы возникновения событий, способность к анализу и синтезу информации в интегрированную систему знаний;

Прогностический – иметь представление о способах ситуационного моделирования при изменении обстановки с использованием современных информационно-коммуникативных технологий [9].

Каждый из четырех компонентов в свою очередь играет роль «привода» для решения конкретной задачи, связанной с обработкой информации. Взгляд на информационную компетентность, как на систему механизмов хорошо иллюстрирует зависимость четырех компонентов от центрального – основного и долю участия каждого из четырех в формировании компетенции, соответствующей решаемой задаче.

Рисунок 1.

Нормативные основы информационной компетентности

Профессиональной деятельности сотрудников корпораций, решающих производственные задачи с использованием персональных компьютеров, могут быть сопоставлены специальности, которые в соответствии с Профессиональным стандартом называются: «Специалист административно-хозяйственной деятельности и «Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией. Профессиональным стандартом для данных специальностей предусмотрен ряд компетенций, включающих знания и умения по работе с информацией [10]. Набор знаний, навыков, трудовых функций, представленных в Профессиональном стандарте перечислением, на рис. 2 представлен схематически с указанием логически завершённой модели обусловленности всех составляющих.

С целью сравнения подходов к требованиям в наличии и качеству рассматриваемых навыков в разных организационных культурах, знания и умения указанных специальностей сопоставлены с требованиями по работе с информацией, которые предъявляются к менеджеру в Великобритании.

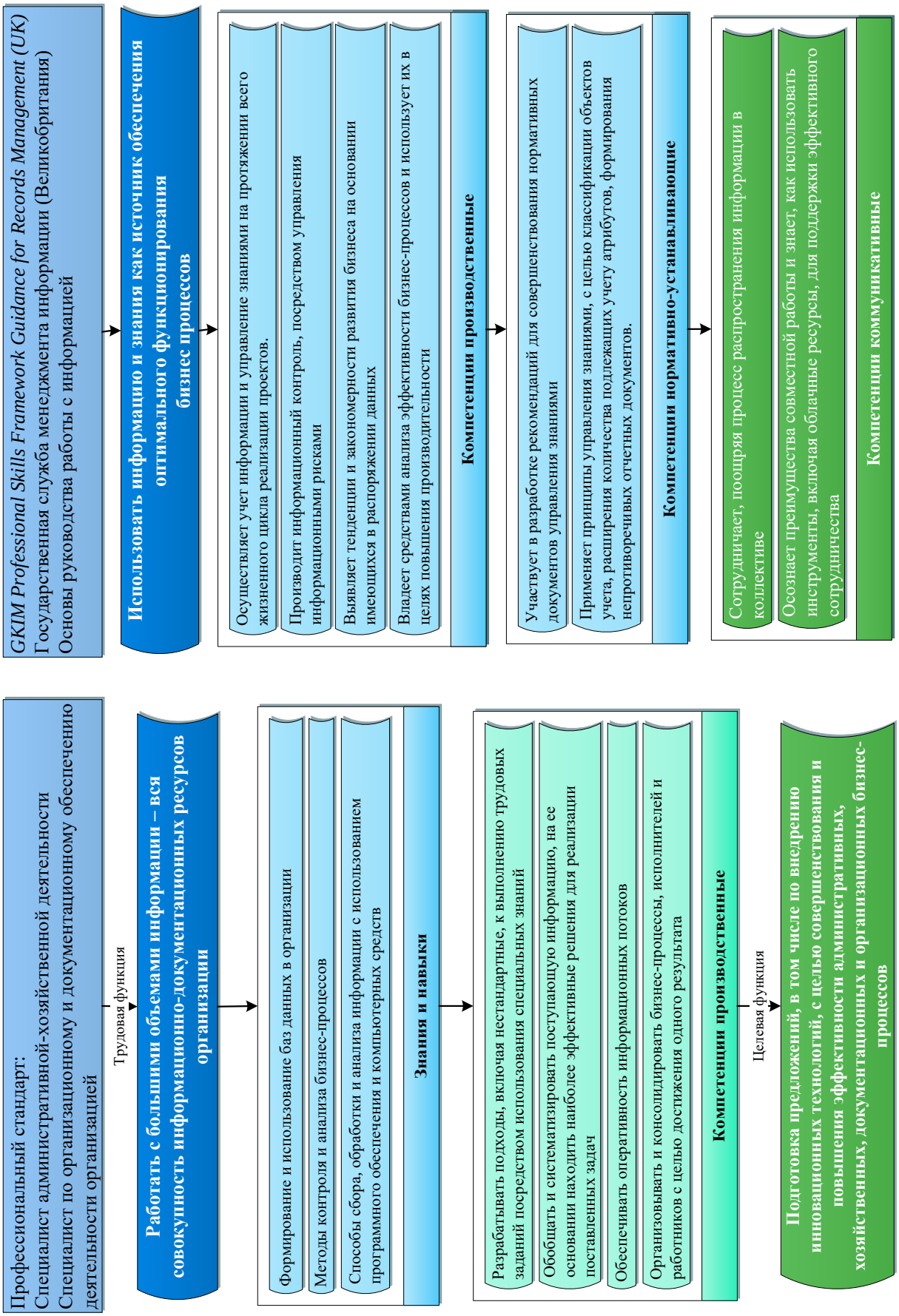
Профессиональный стандарт:
Специалист административно-хозяйственной деятельности
Специалист по организационному и документационному обеспечению деятельности организацией
Трудовая функция
Работать с большими объемами информации – вся совокупность информационно-документационных ресурсов организации
Знания и навыки
Формирование и использование баз данных в организации
Методы контроля и анализа бизнес-процессов
Способы сбора, обработки и анализа информации с использованием программного обеспечения и компьютерных средств
Компетенции производственные
Разрабатывать подходы, включая нестандартные, к выполнению трудовых заданий посредством использования специальных знаний
Обобщать и систематизировать поступающую информацию, на ее основании находить наиболее эффективные решения для реализации поставленных задач
Обеспечивать оперативность информационных потоков
Организовывать и консолидировать бизнес-процессы, исполнителей и работников с целью достижения одного результата
Целевая функция
Подготовка предложений, в том числе по внедрению инновационных технологий, с целью совершенствования и повышения эффективности административных, хозяйственных, документационных и организационных бизнес-процессов
GKIM Professional Skills Framework Guidance for Records Management (UK)
Государственная служба менеджмента информации (Великобритания)
Основы руководства работы с информацией
Использовать информацию и знания как источник обеспечения оптимального функционирования бизнес процессов
Осуществляет учет информации и управление знаниями на протяжении всего жизненного цикла реализации проектов.
Производит информационный контроль, посредством управления информационными рисками
Выявляет тенденции и закономерности развития бизнеса на основании имеющихся в распоряжении данных
Владеет средствами анализа эффективности бизнес-процессов и использует их в целях повышения производительности
Компетенции производственные
Участвует в разработке рекомендаций для совершенствования нормативных документов управления знаниями
Применяет принципы управления знаниями, с целью классификации объектов учета, расширения количества подлежащих учету атрибутов, формирования непротиворечивых отчетных документов.
Компетенции нормативно-устанавливающие
Сотрудничает, поощряя процесс распространения информации в коллективе
Осознает преимущества совместной работы и знает, как использовать инструменты, включая облачные ресурсы, для поддержки эффективного сотрудничества
Компетенции коммуникативные

Рис.2

Выделенные в качестве ключевых компетенции демонстрируют ряд отличий от отечественных требований к уровню информационной грамотности. Например, целевая функция информационной деятельности российского специалиста, для выполнения которой у нас, как правило, привлекаются специализированные IT-подразделения, для менеджера Великобритании является стандартным этапом его повседневных обязанностей. Также привлекает интерес нехарактерное для наших норм требование в наличии компетенций, связанных с коммуникацией – распространением имеющихся знаний и опыта. Представляется закономерным, что при таком подходе проявляется «синергетический эффект» – знания и навыки каждого сотрудника синтезируются в системную управленческую идеологию, что бесспорно способствует формированию ценностного отношения к проблемам информационной компетентности.

Подходы к проверке знаний и навыков для нашей страны и западных стран также различны. Российский опыт основывается в основном на прохождении тестов, заполнении бланков, опросников, анкет. Данный вид проверки знаний носит формальный характер и не дает представления о реальных навыках сотрудника.

Иначе обстоит дело с аттестацией в западных странах. Наряду с формальными методами используются практические – кейсовые методы и «management by objectives». Если метод кейса – это оценка знаний и навыков на примере конкретной задачи за короткий промежуток времени, то во втором случае руководитель с сотрудником заранее разрабатывают план, ставят конкретные задачи и определяют сроки. А во время аттестации лишь проверяется, чего сотрудник добился за отчетный период [11].

Указанные различия естественным образом создают предпосылки для формирования и развития у административного персонала западной культуры ценностного восприятия информации, как таковой, и, формировании мотивационного компонента овладения передовыми методами ее обработки и анализа.

Выводы

Подводя итог рассмотренной теме, обратимся к вопросу – какие мероприятия требуется предпринять руководителям современных крупных компаний, чтобы создать неподверженный устареванию организационный капитал и тем самым обеспечить долговременное конкурентное преимущество:

Проводить планомерную работу по разработке и внедрению нормативных стандартов на всех уровнях административного управления, направленных на совершенствование методов работы с информацией. Особо важно чтобы для каждого уровня менеджмента был разработан свой стандарт специфичный бизнес-процессам, входящим в зону ответственности данного уровня;

Выработать комплекс мероприятий по развитию у персонала методов системного анализа, формированию понятийного аппарата теории систем и теории управления;

Проводить систематические тренинги и семинары, направленные на ликвидацию безграмотности в области информатики – формированию базовых понятий и практических навыков разработки и использования баз данных и утилитарных приложений, методов анализа и контроля бизнес-процессов;

Развивать преемственность знаний и их распространение между сотрудниками по горизонтальным и вертикальным уровням иерархии. Избегать монопольной концентрации знаний в рамках центров компетенций;

Внедрить систему оценки знаний, как для работающих, так и для новых сотрудников, направленную на определение объективного уровня их информационной компетентности, в основе которой использовать практические методы проверки (метод кейсов, управление по целям и др.)

При последовательном внедрении перечисленных мероприятий предполагаются следующие качественные изменения:

Создание на предприятии системного подхода к формированию и развитию организационного капитала за счет концентрации управленческого воздействия на процессе управления данными, информацией и знаниями, обладающего особым статусом в общей системе деятельности, который не имеет материального воплощения, но выполняет важнейшую функцию создания отношений между всеми бизнес-процессами;

Формирование у сотрудника обзорного представления о себе, как о центре компетенций с набором, специфичных его деятельности знаний и навыков в общей структуре бизнес-процессов;

Появление понимания о принципах построения сложных организационных систем и методах управления с учетом индивидуальных особенностей отдельных элементов;

Наличие способностей утилитарного использования имеющихся знаний и навыков для решения производственных задач с последующим формированием на их базе практических предложений по оптимизации используемых в производственном процессе корпоративных информационных систем;

Развитые адаптивные свойства персонала, помогающие легче справляться с последствиями внедрения новых инновационных технологий;

Достижение синергетического эффекта в процессе создания новых современных методов работы с информацией, благодаря системе преемственности и обмена знаниями и опытом;

Формирование комплексного системного взгляда на протекающие в организации бизнес-процессы, устранение ограниченного восприятия проблем, как следствие – выработка системного подхода к их решению, формирование качественных предложений по оптимизации бизнес-процессов с учетом понимания стратегических целей компании.

Список литературы

1. Казакова О.Б. Интеллектуальный капитал: понятие сущность структура // Журнал Экономика и управление. – 2015.

2. Белкин В.Н., Белкина Н.А., Антонова О.А. Организационный капитал предприятия // Экономика региона. – 2016. – Т. 12, вып. 3. – С. 826–838.

3. Цибарева М.Е. Содержание понятия «Экономическая устойчивость» фирмы // Вестник СамГУ. – 2008. – № 7 (66).

4. Горбунов В.Д. Организационный капитал предприятия // Челябинский гуманитарий. – 2010 – № 10.

5. Ярин Г.А. Повышение устойчивости экономических систем на основе методологии фанки-менеджмента (на примере промышленных предприятий Уральского региона). – Екатеринбург, 2014. – 566 с.

6. Шермазанова С.В. Влияние информационных технологий на изменение социально-трудовых отношений // Научный журнал Вестник МГУС. – 2008. – №1.

7. Чуракова О.В., Фишман И.С. Ключевые компетенции как результат общего образования. Метод проектов в образовательном процессе. –Самара: Изд-во Профи, 2002.

8. Донев Д.Д. Характеристика информационной деятельности менеджера. Молодой учёный. – 2017. – № 10 (144).

9. Виноградова Т.С. Информационная компетентность: проблемы интерпретации // Человек и образование. – 2012. – №2 (31).

10. Диденко А.А. Формирование информационно-профессиональной компетентности // Журнал Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2010. – №3(42).

11. Профессиональный стандарт (утвержден Приказом Минтруда России от 02.02.2018 № 49н): «Специалист административно-хозяйственной деятельности» (регистрационный номер 1096); «Специалист по организационному и документационному обеспечению управления организацией» (регистрационный номер 447).

12. Квагинидзе В.С., Черкасов А.В. Комплексная оценка профессиональной пригодности персонала предприятия.

ВЛИЯНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ НА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА РАБОТНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

Иваненко Егор Игоревич,

магистр кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ
г. Санкт-Петербург

Навроцкая Татьяна Геннадьевна,

к.э.н., доцент кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ
г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется сущность и значение мотивации работников, как одного из главных факторов повышения эффективности их труда, сформулированы проблемы применения эффективных инструментов и методов по повышению производительности труда на предприятии и пути их решения.

Ключевые слова: мотивация работников; мотивационные факторы; инструменты и методы эффективности труда работников.

IMPACT OF MOTIVATIONAL FACTORS ON IMPROVING THE EFFICIENCY OF WORK OF THE ENTERPRISE WORKERS

Ivanenko E.I.,

Master student of department of management RANEPA, St. Petersburg

Navrotskaia T.G.,

PhD in Economics, associate professor of management RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The article explores the essence and significance of employee motivation as one of the main factors for increasing the efficiency of their work, articulates the problems of applying effective tools and methods to increase labor productivity in the enterprise and the ways to solve them

Keywords: motivation of employees; motivational factors; tools and methods of efficiency of labor of workers.

В основе эффективности труда работников лежат, прежде всего, мотивационные факторы. Мотивы труда определяются потребностями человека (работника) и в значительной мере зависят от стимулов предлагаемых на предприятии за эффективную работу. Мотивация направлена на формирование усилий работника в процессе труда. Руководитель стремится к тому, чтобы усилия работника были максимальными, а работник направляет свои трудовые на выполнение обязанностей под влиянием следующих факторов:

1. Знание и согласие с особенностями системы управления на предприятии, в том числе мотивационной.

2. Правильный анализ и оценка в процессе труда умений, способностей, знаний работников.

3. Проведение мероприятий в организации самоуправляемого и сплоченного трудового коллектива.

Мотивация как система, разработанная в организации, предполагает целый набор мотивов и стимулов, как материального характера в виде основной и дополнительной заработной платы, так и социально-психологического характера, которые формируют положительный климат в коллективе. При разработке правил мотивации работников на предприятии должны быть использованы следующие основополагающие принципы [1]:

нельзя откладывать во времени поощрения, которые получил работников сегодня;

поощрения должно быть конкретными и понятными каждому работнику;

поощрения должны быть реальными с точки зрения возможностей организации предоставить их работникам за трудовые достижения;

поощрения должны быть наиболее значимы для работника на первом этапе исполнения работы;

поощрения должны быть разнообразными, поскольку труд работника разноплановый.

Заработная плата является одним из основных видов материального стимулирования работника, которая значима для него при поступлении на работу и в дальнейшем, как гарантия за эффективный труд. В соответствии со статьей 129 Трудового кодекса РФ, заработная плата – это вознаграждение за труд, которая зависит от сложности и квалификации работника, количества и качества, а также условий сделанной работы. В заработную плату могут входить также выплаты стимулирующего и компенсационного характера. Основная заработная плата выдается работнику за фактически отработанное время, а дополнительная заработная плата – это выплаты, которые установлены руководством предприятия в соответствии с законом за выполнение дополнительной работы. Формы заработной платы устанавливаются руководством предприятия в соответствии с Трудовым Кодексом, например, сдельная, повременная, существуют также гибкие формы оплаты труда.

Зарплата только тогда становится мотивирующим фактором, когда она связана с результатами труда непосредственно. Работники предприятия должны быть уверены в устойчивости взаимосвязи между вознаграждением за труд и его производительностью. Это взаимосвязь должна иметь как количественное, так и качественное выражение.

На каждом предприятии руководство так или иначе разрабатывает некоторую систему материального и морального стимулирования труда своих работников, которая направлена на повышение эффективности и качества их трудовой деятельности. Показателями для распределения вознаграждения среди работников являются: занимаемая должность, разряды за квалификацию, имеющееся звание, стаж работы в данной должности и на предприятии и другие. Эти показатели учитывает руководитель при распределении вознаграждения среди работников.

Мотивы трудового поведения самого работника зависят от содержания работы, ее значимости, признание работника в коллективе и руководителем, содержание вознаграждения, которое направлено на повышение интенсивности труда. Мотивы трудового поведения формируются у будущего работника до начала работы и меняются в дальнейшем в процессе работы.

Руководителю предприятия очень важно знать сущность и содержание процесса мотивации, чтобы применять ее на предприятия для повышения эффективности труда. Однако, есть определенные сложности в выявлении мотивов трудового поведения на предприятии, которые влияют на эффективность труда. Поэтому очень важно знать потребности человека, которые он хочет удовлетворить на работе. Потребности зависят от социально-демографических и других показателей работников, от времени, которое работник проработал в данной должности и на данном предприятии.

У руководителей предприятия есть большой арсенал инструментов и методов, повышающих эффективность труда работников и имеющих отношение к мотивации. Это может

быть страх работника перед наказанием потерять нечто ценное для себя, или наоборот – доверие работника к руководству и политике предприятия в области мотивации, и его готовность на этой основе эффективно трудиться. Поэтому соотношение между вознаграждением, поощрением и наказанием должно быть правильным и справедливым для работников. При этом руководитель должен знать, что положительные стимулы являются более эффективными, чем отрицательные, с точки зрения производительного труда.

Все работники предприятия, независимо от своего статуса, функций и потребностей хочет продемонстрировать руководству свои способности, знания и умения на своём рабочем месте, что он может дать предприятию. Поэтому признание руководством результатов труда каждого работника, предоставление ему возможностей принимать решения в процессе труда в рамках должностных обязанностей, принимать участие в консультировании коллег по работе и другие важные инструменты и методы повышения эффективности труда, являются неотъемлемой частью системы мотивации.

Очень важным является формирование убеждения среди работников, что огни работают вместе не только как сплоченный коллектив, а как единая команда. Поэтому, стимулирование появления неформальных групп в коллективе, является положительной тенденцией для предприятия, стимулирующей к эффективному труду работников.

Большинство работников в процессе своего труда стремятся получить дополнительные знания в рамках своей профессии. Поэтому руководителю необходимо предоставить возможность своим подчиненным учиться и повышать свою квалификацию, поощрять стремление ко всему новому и развивать их творческие способности. Стремление к успеху является частью эффективной системы мотивации. Успех для работника означает достижение поставленных целей, которые работник заранее сформулировал и приложил к этому свои усилия. Со стороны руководства необходимо обеспечить признание достигнутого успеха, с тем, чтобы закрепить инициативу работника эффективно трудиться. Одним из эффективных инструментов повышения инициативы у подчиненных является делегирование дополнительных полномочий, предоставление возможности продвижения работников по карьерной лестнице [2].

Каждый руководитель и каждый работник на предприятии должен хорошо знать свои должностные обязанности, знать, как оборудовано рабочее место. Поэтому он может знать, как улучшить свою деятельность, как повысить производительность собственного труда. Опираясь на поддержку своего руководителя, и не боясь наказания, работник должен реализовывать свои производственные планы. В связи с этим очень важно, каким образом и какую информацию получают работники в процессе производства, и как работники оценивают в глазах руководства свою значимость. Именно поэтому, не рекомендуется руководителям предприятия разного уровня принимать решения относительно изменений в работе своих подчиненных без их уведомления, не смотря на то, что данные изменения могут нести позитивный характер.

С другой стороны, руководитель не должен затруднять поступление нужной для работника информации. Нужная информация о качестве выполнения работы должна быть доступной, оперативной, достоверной, полной и своевременной. Это будет способствовать повышению не только ответственности работника за результаты труда, но и стимулировать стремление к самоконтролю каждого работника.

Одной из актуальных в настоящее время проблем формирования и развития эффективной системы управления персоналом является укрепление ее информационной базы. Данные о персонале включают в себя различные сведения, которые необходимы руководству для управления работниками. К ним относится следующая информация: данные о постоянном составе персонала и его структуре, данные о текучести кадров и о потерях рабоче-

го времени, информация о социальных потребностях работников и о заработной плате и многое другое. Информационная система должна быть наглядной, простой, понятной, преемственной и сопоставимой во времени. Поэтому для сбора, обработки, хранения информации о персонале на предприятии используют необходимые технические средства и программное обеспечение [3].

В основе производственных отношений, закрепленных в нормативных документах, лежат принципы, методы и формы воздействия на интересы, поведение и деятельность работников в целях максимального использования их возможностей.

Для повышения эффективности труда работников на предприятии необходимо соблюдать следующие принципы [4]:

повышение заработной платы в зависимости от роста эффективности труда;

обеспечение условий для опережения темпов роста производительности труда по сравнению с темпами роста средней заработной платы;

зависимость заработной платы от трудового вклада работника в конечные результаты деятельности предприятия;

соблюдение принципа справедливости в распределении на предприятии материальных и нематериальных благ через оплату труда;

государственное регулирование оплаты труда;

влияние на заработную плату тенденций и изменений на рынке труда;

информированность о сущности системы оплаты труда, ее формах и методах.

Применение этих принципов на предприятии будет способствовать повышению эффективности труда для решения первостепенных задач:

повышение заинтересованности каждого работника в выявлении и использовании резервов эффективности своего труда при исключении возможностей получения незаработанных денежных средств;

устранение случаев уравнительности в оплате труда, достижение прямой зависимости заработной платы от результатов труда, как индивидуальных, так и коллективных;

оптимизация соотношений в оплате труда работников различных категорий и профессионально-квалификационных групп с учетом сложности выполняемых работ, условий труда, учитывающих дефицитность профессий, а также влияния различных групп, работающих на достижение конечных результатов, и конкурентоспособности производства.

В настоящее время существует множество методов повышения эффективности труда персонала, которые носят как материальный, так и нематериальный характер. И только от правильного использования сочетаний этих методов, и в зависимости от потребностей каждого сотрудника, можно рассчитывать на то, что система стимулирования персонала будет адекватна к запросам сотрудников и условиям данной организации.

Эффективность системы стимулирования зависит от факторов, индивидуальных для каждой фирмы:

стратегия поведения фирмы на рынке;

особенности производственных процессов;

система продаж и особенности управления продажами;

особенности бизнес процессов в компании;

распределение обязанностей внутри структурных подразделений фирмы;

организационная и корпоративная культура.

Эффективная система стимулирования работников содержит много различных методов и инструментов воздействия на его желание эффективно работать. Однако, самыми главными инструментами воздействия на персонал и его желание эффективно трудиться включает в себя материальное и нематериальное стимулирование.

Главной особенностью материального стимулирования на предприятии является зависимость оплаты труда от таких экономических показателей как объем производства, объем продаж, выполнение производственных планов, выполнения норм и нормативов и др. Повышение значения стимулирования труда и его роли в поведении работников делает возможным увязать размер заработной платы с выполнением производственных показателей. Система премирования играет не только экономическую роль, но и социальную, поскольку способствуют развитию творчества и инициативы в труде.

Система премирования, включающая в себя, порядок и размеры премий и надбавок, разрабатывается предприятием с учетом особенностей его деятельности и размера предприятия. Премирование работников может осуществляться на предприятия по результатам работы в зависимости от периода времени: за год, квартал или месяц. Условия, формы методы или показатели премирования необходимо зафиксировать в специальном документе «Положение о премировании», в котором отражается вся информация о системе дополнительной заработной платы. Показатели премирования должны быть количественно измеримы и основываться на действующем бухгалтерском учете и отчетности. Расчет показателей премирования должен быть понятным для работников и простым для его понимания. Условия и показатели премирования желательно устанавливать в зависимости от категории работников предприятия [5].

Кроме премий за производственные результаты работники могут быть премированы или иметь единовременные поощрительные начисления, например, при исполнении юбилейных дат; к праздничным датам; за разовые достижения в работе и др.

Премирование работников за разовые достижения в работе может осуществляться за:

освоение новых приемов и методов труда и их применение в работе;

внедрение рационализаторских предложений, направленных на сокращение себестоимости продукции, работ и услуг.

Вознаграждение работников по итогам года за общие результаты деятельности предприятия выплачивается с целью повышения материальной заинтересованности работников в конечных результатах труда всего коллектива. Это в целом способствует снижению текучести кадров на предприятии.

Нематериальное стимулирование в основном направлено на повышение лояльности работников к фирме с одновременным снижением затрат на компенсацию сотрудникам их трудовых затрат. Под нематериальными стимулами понимаются такие поощрения, которые не выдаются сотруднику в виде безналичных или наличных средств, но могут требовать определенных инвестиций со стороны предприятия. Нематериальное стимулирование дает определенный эффект, который выражается в повышение заинтересованности и лояльности работников в самой компании.

Как правило, выделяют три основных группы нематериальных стимулов, точки зрения инвестиций фирмы.

Первая группа: стимулы, не требующие инвестиций со стороны предприятия, например, устные и письменные поздравления сотрудников; вымпелы и кубки за достижение целевых показателей; создание так называемой «Легенды компании», адаптация работников и их карьерный рост; включение всех работников в процесс принятия управленческих решений и другие.

Вторая группа: стимулы, требующие от предприятия инвестиций, но безадресно распределяемые, например, стимулы направлены на повышение качества трудовой жизни; внутрифирменное обучение и корпоративные праздники; организация системы комплексного питания за счет фирмы; предоставление медицинского обслуживания/медицинской страховки; улучшение условий труда и другие.

Третья группа: стимулы, требующие от предприятия инвестиций и адресно распределяемые, например, предоставление беспроцентной ссуды тем работникам, которые нуждаются в улучшении условий жилья; безвозмездная материальная помощь при рождении ребенка, на свадьбу, при тяжелой болезни ближайших родственников или их смерти; обучение работников за счет фирмы на условия 70% на 30%; большую часть оплачивает предприятие; оплата путевок работникам и членам их семей на отдых, лечение, путешествия и экскурсии; оплата услуг мобильной связи, интернета, если работник пользуется личным мобильным телефоном и домашним интернетом в служебных целях и другие.

При построении третьей группы системы мотивации руководителю или менеджеру по персоналу предварительно следует провести опрос работников об их потребностях и предпочтениях с тем, чтобы наилучшим образом подобрать необходимые персональные стимулы.

Таким образом, система материального, нематериального и морального стимулирования труда работников предполагает разработку комплекса мер, направленных на повышение трудовой активности работающих и, как следствие, повышение эффективности труда, его качества. Однако, работник должен знать, какие предъявляются требования к нему, какое вознаграждение он получит при соблюдении этих требований, какие последуют санкции если выявлены нарушения в труде. Поэтому система стимулов трудового поведения должна опираться на определенную базу, или нормативный уровень трудовой деятельности.

Выводы: все стимулы и мотивы трудового поведения условно подразделяются на материальные и нематериальные. Соотношение их между собой на различных предприятиях во многом отличаются. Практика показывает, что большинство предприятий ориентированных на западную систему мотивации, постепенно сокращают долю материального вознаграждения и увеличивают долю нематериальных стимулов. Для большинства российских предприятий характерно увеличение доли материального вознаграждения. Эффективная система мотивации является важнейшим фактором, направленным на повышение производительности труда работников предприятия.

Список литературы

1. Технологии управления персоналом в России. Опыт профессионалов. - М.: «Кадровый клуб», «Книжный мир», 2014. – 201 с.

2. Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента и становление организационной демократии. – СПб.: Питер, 2017. – 238 с.

3. Гринберг А.С., Король И.А., Информационный менеджмент: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. - 404 с.

4. Горелов Н.А. Экономика трудовых ресурсов. – М.: Высш. шк., 2011. – 318 с.

5. Борисова Е. Индивидуальный подход к мотивации сотрудников // Персонал-МИКС. – 2012. – № 2.

УДК 331.101.3

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РАЗРАБОТКИ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ТРУДА РАБОТНИКОВ

Ариткулова Юлия Дмитриевна,
магистр, факультет экономики и финансов СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург
Десятниченко Дмитрий Юрьевич,
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье представлены подходы к повышению эффективности труда работников, которые рассматриваются как перспективное направление развития экономики страны. Даётся определение двум способам воздействия на мотивацию сотрудников – мотивирование и стимулирование, а также рассматривается взаимосвязь мотивов и стимулов. Представляется модель мотивационного процесса. Устанавливается, что оплата труда является ведущим мотиватором эффективности труда работников. Выявляется специфика системы повышения эффективности труда работников отраслей бюджетной сферы, в частности системы оплаты труда и материального вознаграждения. Приводятся конкретные методы стимулирования и мотивации персонала. Сравниваются среднемесячное денежное довольствие военнослужащих Минобороны России и среднемесячную оплату труда работников организаций ведущих отраслей экономики.

Ключевые слова: эффективность труда; мотивация; мотивирование; стимулирование; оплата труда; методы стимулирования труда.

THEORY AND PRACTICE OF DEVELOPING A MOTIVATION SYSTEM AND STIMULATING EFFECTIVE LABOR OF EMPLOYEES

Aritkulova Ju. D.,
Master student Department of Economics and Finance of RANEPA, Saint-Petersburg
Desyatnichenko D. Yu.,
Associate Professor, PhD in Economics of RANEPA, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The article presents approaches to improving the efficiency of labor of workers, which are considered as a promising direction of development of the country's economy. The definition is given to two ways of influencing the motivation of employees - motivation and stimulation, and also considers the relationship between motives and incentives. A model of the motivational process is presented. It is established that the remuneration of labor is the leading motivator of the efficiency of labor of workers. The specific features of the system for increasing the labor efficiency of workers in the public sector, in particular, the wage system and material remuneration, are revealed. Concrete methods of staff motivation and motivation are proposed. The average monthly cash allowance of the Russian Defense Ministry servicemen and the average monthly remuneration of employees of organizations in leading industries are compared.

Keywords: labor efficiency; motivation; incentives; wages; labor incentives.

На современном этапе развития общества прогресс в социально-экономическом развитии организации напрямую зависит от грамотного учета руководителем индивидуально-типологических особенностей личности своих работников при разработке системы мотивации и стимулирования. Мотивация – это внутренний процесс сознательного и самостоятельного выбора самим человеком той или иной модели поведения, определяемой комплексным воздействием внешних (стимулы) и внутренних (мотивы) факторов для удовлетворения своих потребностей [5, с. 12].

Мотивация определяется наличием неудовлетворенной потребности, т.е. осознаваемой человеком психологической или физиологической нужды в чем-либо на данный момент времени. Согласно психологической теории деятельности мотив – это «опредмеченная потребность», что, исходя из вышесказанного, более соответствует понятию «цель». Цель – осознанное представление о том результате, который должен быть достигнут путем направленных усилий в процессе трудовой деятельности [5, с. 23].

Мотивация включает в себя внешние и внутренние движущие силы, побуждающие человека к деятельности, которая ориентирована на достижение конкретных целей. Исходя из источника побудительной силы, можно выделить:

– внешнюю мотивацию – факторы, находящиеся вне личности и вне ее поведения, но регулирующие и инициирующие мотивацию; она ограничена временем действия подкрепления;

– внутреннюю мотивацию – когда инициирующие факторы находятся внутри самого поведения человека; может продолжаться довольно долго, несмотря на отсутствие подкрепления.

В итоге, главной целью руководства является формирование у сотрудников внутренней мотивации. В этом случае работник станет воспринимать себя первопричиной своего поведения, перестанет чувствовать зависимость от подкреплений со стороны руководителя, что говорит о вступлении в силу самомотивации.

Индикаторами уровня развития самомотивации может выступать следующее: возникновение у сотрудника заинтересованности в труде, радости от работы, понимание своей причастности к результатам деятельности организации, что вызывает возникновение новых идей и желание их воплотить, не оглядываясь на возможное поощрение руководства. Таким образом, самомотивация значительно снижает необходимость в дополнительных внешних стимулах.

Для более подробного рассмотрения вопроса необходимо также дать определение двум не менее важным способам воздействия на мотивацию сотрудников – мотивирование и стимулирование, которые различны в своих значениях: мотивирование, являясь более широким понятием, включает в себя стимулирование в качестве инструмента.

Мотивирование – это долговременное воздействие на человека в целях изменения самой структуры мотивации, т.е. ценностных ориентаций и потребностей человека, формирование определенных мотивов и развитие на этой основе его трудового потенциала [5, с. 14].

Стимулирование – это инструмент управления мотивацией человека посредством внешнего побуждения к активности через различные блага (стимулы), способные удовлетворить потребности человека. Механизм стимулирования предполагает воздействие на уже имеющуюся систему мотивов человека (заложенную в человека в результате социализации или измененную с помощью механизмов мотивирования), актуализируя и усиливая эти мотивы, не меняя саму структуру мотивации [5, с. 14].

Говоря о мотивации нельзя не упомянуть понятие «вознаграждение», имеет более широкий смысл, чем просто деньги или удовольствие, с которыми это понятие чаще всего ассоциируется. Вознаграждение – это то, что человек считает для себя наиболее ценным. Но понятие ценности индивидуальны у всех людей, а поэтому различна и оценка вознаграждения. А это в очередной раз подтверждает мысль об универсальности мотивов, стимулов и системы мотивации в общем, которые необходимо изучить и учесть перед созданием такой системы в организации.

Понятия «мотив» и «стимул» имеют тесную связь. Существует ряд стимулов, которые активизируют действие тех или иных мотивов (таблица №1).

Таблица 1

Взаимосвязь мотивов и стимулов [1, с. 23].

Мотивы	Стимулы
Получение материальных благ	Заработная плата. Участие в прибылях. Оплата проезда. Оплата питания. Кредитование, оказание помощи в приобретении жилья.
Социальные гарантии	Пенсионное обеспечение. Социальное страхование. Компенсационные пакеты. Стабильность трудоустройства и занятости. Гибкий график работы.
Жизненное самоопределение	Профессиональная ориентация. Обогащение труда. Управление карьерой. Поощрение творчества и новаторства. Предоставление возможностей для обучения. Доступ к новой информации и технологиям.
Самоутверждение и признание	Возможности служебного роста. Право подписания документов. Расширение сферы компетенций. Персональные блага: кабинет, автомобиль, секретарь и др. Участие в управлении организацией. Публичное признание успехов. Представительские функции.
Социальное взаимодействие	Единый статус работников, коллег. Участие коллектива в принятии решений. Наставничество. Демократический стиль руководства. Элементы корпоративной культуры: знаки отличия, культмассовые мероприятия и др.

Итак, стимулирование является одним из инструментов, с помощью которого может осуществляться мотивирование. С повышением уровня развития отношений внутри организации все реже возникает необходимость использования стимулирования в качестве средства управления людьми. Это обусловлено тем, что с развитием потенциала работников увеличивается их заинтересованность в своем труде и деятельности организации в целом. Работники начинают осуществлять необходимые действия, не дожидаясь или не получая какого-либо воздействия извне. Возникновение такого эффекта определяется наличием в характере работника очень важной для достижения поставленных целей установки – нацеленности на результат.

Результат – это итог использования той или иной модели поведения работника. Модель поведения в свою очередь понимается, как конкретная деятельность работника, которая определяется взаимоотношением человека с внешней средой и направлена на достижение цели [5, с. 29]. Модель поведения находится в прямой зависимости от индивидуальных черт работника и формируется под влиянием таких факторов как профессиональные и социальные характеристики работника, условий работы, системы норм и ценностей.

Таким образом, рассмотренные выше понятия можно объединить и наглядно продемонстрировать на примере модели процесса мотивации (см рис. № 1).

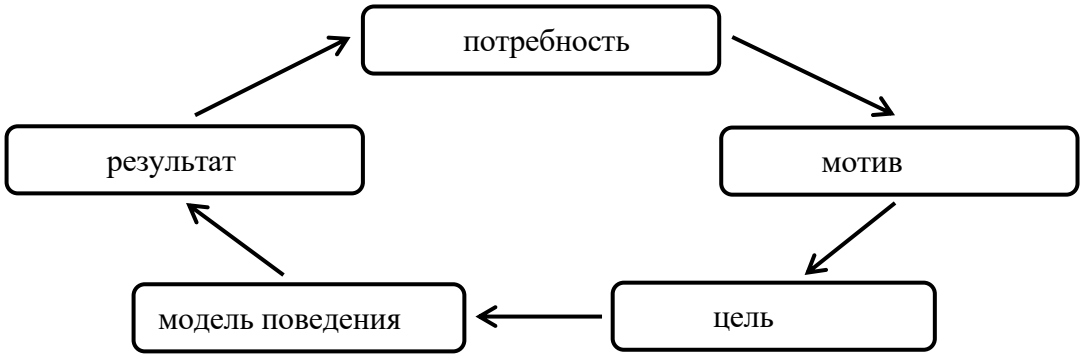

Рисунок 1 – Модель мотивационного процесса

Представленная модель процесса мотивации предполагает, что мотивация инициируется осознанным или неосознанным признанием наличия неудовлетворенных потребностей. Эти потребности создают желание (мотив) достичь определенной цели, которая, как предполагается, может удовлетворить данную потребность. Далее встает выбор пути, т.е. определенной модели поведения, которая влечет за собой положительный (потребность удовлетворена) или отрицательный результат (потребность не удовлетворена).

Естественно, такое рассмотрение процесса мотивации очень условно, поскольку в реальной жизни нет столь четкого разграничения стадий и нет обособленных процессов мотивации. Но такая модель может быть отправной точкой в общем понимании процесса мотивации работника.

Безусловно, материальное вознаграждение нельзя считать универсальным, постоянно действующим фактором. Но для работников бюджетной сферы основным источником дохода является их заработная плата. А так как исследуемая в статье проблема особо остро стоит именно перед бюджетными организациями, то мы будем говорить об оплате труда как о ведущем мотиваторе эффективности труда работников данного сектора.

Специфика деятельности работников отраслей бюджетной сферы характеризуется повышенным уровнем ответственности, высокой нервно-эмоциональной напряжённостью, высокой квалификацией и максимальным проявлением творчества в процессе трудовой деятельности. Выполнение обязанностей работниками бюджетной сферы требует особой подготовки и непрерывного повышения профессиональных навыков и деловой квалификации. Эти требования многократно возрастают на нынешнем переломном этапе социально-экономического развития России [3, с. 121], когда на всех уровнях бюджетной системы особенно необходимы профессионалы высочайшего класса.

В идеальной системе оплаты труда каждый работник должен получать ровно такое материальное поощрение, которое соответствует объёму выполненной им работы, иными словами, предельный продукт труда должен быть равен предельным издержкам на него [2, с. 36]. К сожалению, в секторе социальных услуг в Российской Федерации, к которому и относится, к примеру Военный институт физической культуры, крайне редко встречается такая идеальная система оплаты труда. Зачастую получается так, что преследуется цель сначала выжать из немотивированного работника максимальную производительность и качество при старой зарплате, добившись экономии финансовых ресурсов, сократив избыточную численность. А повышение заработной платы рассматривается в управленческих планах как одна из подзадач, а не ключевой и исходный момент реформы. Это приводит к снижению уровня мотивации сотрудников и к недобросовестному выполнению своей работы в

лучшем случае, а в худшем, к пополнению теневого сектора экономики неудовлетворёнными работниками социального сектора экономики страны.

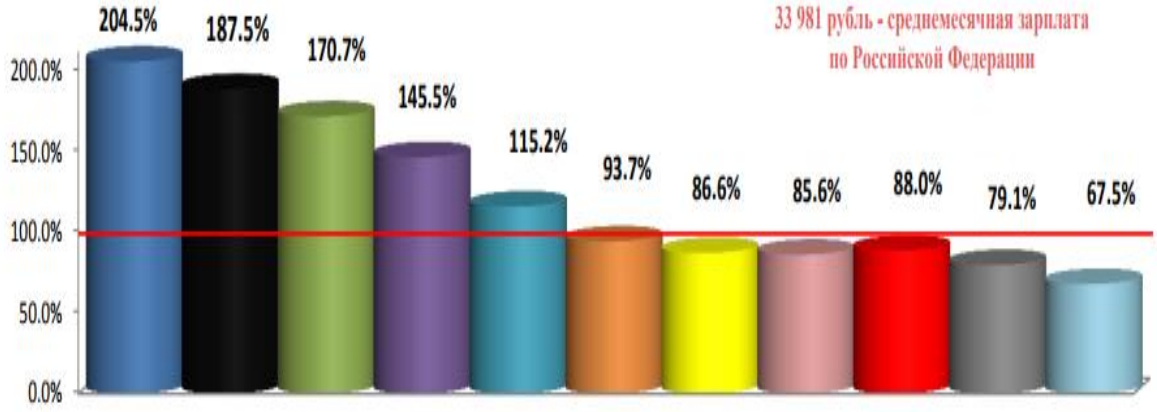

Рисунок 2 – Соотношение уровня среднемесячной заработной платы в январе-декабре 2015 г. к общероссийскому уровню заработной платы, %[1]

Численность работников с заработной платой ниже прожиточного минимума в бюджетной сфере - 1,7 млн. человек или 31 % от общей численности таких работников в экономике. Индексация зарплаты работников бюджетной сферы по состоянию на 2018 г., не проводилась с 2014 года при росте цен за 2014-2016 годы на 33,9%. В I кв. 2016 г. по сравнению с I кв.2015 г. реальная зарплата в образовании снизилась на 4,4%, в здравоохранении на 2,1%. В финансовой деятельности она выросла на 5,4%, в добыче полезных ископаемых на 2%.[2]

Для того, чтобы проанализировать соотношение уровня среднемесячной заработной платы работников социальной сферы и общероссийского уровня заработной платы, обратимся к рисункам № 2, № 3.

Исходя из данных, отображённых на рисунке № 3 можно убедиться в том, что именно у работников социальной сферы уровень среднемесячной заработной платы не только ниже всех остальных категорий работников, но и ниже среднемесячной заработной платы по России, но выше МРОТ. В 2015 году он составлял 5 965 руб. Лидирующие позиции по уровню среднемесячной зарплаты традиционно занимают работники финансовой отрасли и сектора добычи полезных ископаемых.

Исходя из данных, приведённых на рисунке № 4 можно сделать оптимистичный вывод о постепенном улучшении ситуации в социальном секторе страны. Темпы роста зарплаты работников не превышают, но уже сравнялись с темпами роста по Российской Федерации. Можно предположить, что такая положительная динамика была достигнута за счёт мер, принятых Правительством в отношении усовершенствования бюджетной политики [4, с.86], принятия новых законодательных актах об увеличении заработных плат работникам в сфере социальных услуг, а именно образования, что коснулось и рассматриваемого нами в данной статье военного образовательного учреждения и благотворно повлияло на его функционирование.

Методы стимулирования и мотивации персонала могут быть самыми разнообразными и зависят от состояния и проработанности системы мотивации и стимулирования, действу-

[1] Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа. https://www.minfin.ru/common/upload/library/2016/07/main/O_voprosakh_oplaty_truda.pdf
[2] Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа. https://www.minfin.ru/common/upload/library/2016/07/main/O_voprosakh_oplaty_truda.pdf

ющей в организации, от общей системы управления и особенностей деятельности самой организации.

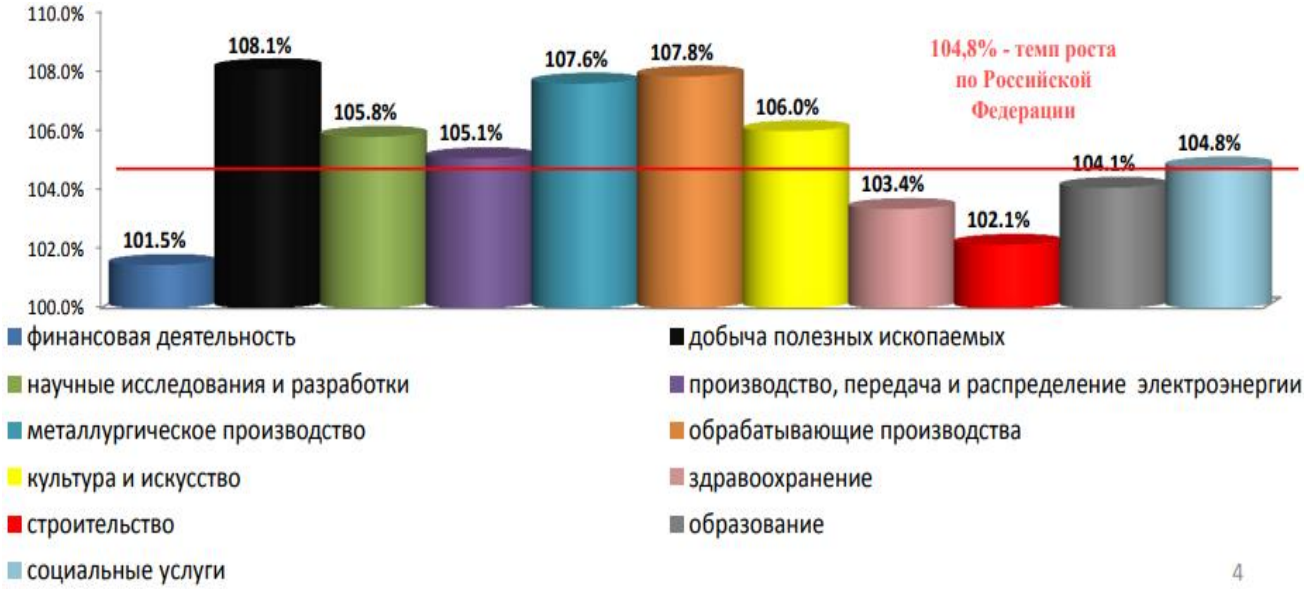

Рисунок 3 – Темпы роста среднемесячной заработной платы работников в январе-декабре 2015 г. к январю-декабрю 2014 г., %[1]

Говоря о методах стимулирования персонала, можно выделить следующую наиболее популярную классификацию:

1. материальное стимулирование:

– материально-денежное (заработная плата, премия);

– материально-неденежное (предоставление дополнительных бенефитов, т.е. социальных льгот: оплата жилья, возмещение транспортных расходов, оплата дополнительного обучения, пособие по беременности и родам и т.п.).

2. моральное (нематериальное) стимулирование:

– морально-материальное (стимулирование свободным временем, предоставление возможностей для творческого роста в профессии, продвижение по службе и т.п.);

– морально-психологическое (публичное признание, формирование благоприятного морально-психологического климата в коллективе, знаки отличия и т.п.) [6, с. 224].

Данная классификация наиболее точно и понятно раскрывает разнообразие стимулов к труду, которые необходимо применять для повышения мотивации у сотрудников. Материальная и нематериальная составляющие мотивации, с одной стороны, тесно взаимосвязаны, с другой – каждая из них выполняет свою функцию. И если первое является вознаграждением, т.е. призвано "компенсировать" работникам их труд (базовая зарплата – за ежедневное добросовестное выполнение обязанностей, а премии – за целенаправленные усилия, приведшие к положительным результатам), то второе необходимо для демонстрации человеку его социального и профессионального признания в компании.

Представленный в таблицах № 2, № 3 баланс доходов населения в РФ дает представление о том, как меняется из года в год оплата труда наемных рабочих и какому виду стимулирования отдается предпочтение. Мы видим, что такие показатели, как оплата труда наемных рабочих и социальные трансферты равномерно увеличиваются в течение пред-

[1] Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации Электронный ресурс. Режим доступа.https://www.minfin.ru/common/upload/library/2016/07/main/O_voprosakh_oplaty_truda.pdf

ставленных периодов. Однако показатель доходов наемных работников от предприятий и организаций, кроме оплаты труда с 2013 года снижается.

Таблица 2.

Баланс реальных денежных доходов населения Российской Федерации (млн. рублей)[1]

Доходы	2012	2013	2014	2015
I. Доходы от предпринимательской деятельности	3 513 889	3 615 134	3 611 772	3 759 738
II. Оплата труда наемных работников	14 973 365	16 870 439	17 403 322	17 709 911
III. Доходы наемных работников от предприятий и организаций, кроме оплаты труда	474 353	496 896	474 661	463 272
IV. Социальные трансферты	6 869 011	7 793 075	7 748 015	8 652 159
в том числе:				
1.Пенсии	4 765 131	5 495 239	5 437 800	6 175 830
2.Пособия и социальная помощь	1 816 421	1 950 385	1 956 992	2 123 621
3.Стипендии	57 045	70 517	69 266	69 480
4.Страховые возмещения	225 222	273 728	283 467	282 605
Всего доходов	37 440 113	41 944 997	43 032 194	47 420 858

Таблица 3.

Структура реальных денежных доходов населения Российской Федерации, %

Доходы	2012	2013	2014	2015
I. Доходы от предпринимательской деятельности	9,39	8,62	8,39	7,93
II. Оплата труда наемных работников	39,99	40,22	40,44	37,35
III.Доходы наемных работников от предприятий и организаций, кроме оплаты труда	1,27	1,18	1,10	0,98
IV.Социальные трансферты	18,35	18,58	18,01	18,25
в том числе:				
1.Пенсии	12,73	13,10	12,64	13,02
2.Пособия и социальная помощь	4,85	4,65	4,55	4,48
3.Стипендии	0,15	0,17	0,16	0,15
4.Страховые возмещения	0,60	0,65	0,66	0,60
Всего доходов	100,00	100,00	100,00	100,00

Эти доходы относятся к материально-неденежным методам стимулирования труда и включают предоставление дополнительных бенефитов, т.е. социальных льгот: оплаты жилья, возмещения транспортных расходов, оплаты дополнительного обучения, пособий по

[1] Баланс денежных доходов и расходов населения Российской Федерации. Электронный ресурс. Режим доступа. www.gks.ru/free_doc/new_site/population/urov/urov_17g.xls

беременности и родам и т.п. Поэтому снижение уровня этого вида доходов свидетельствует о том, что руководители организаций пренебрегают значимостью данного метода стимулирования персонала, а значит, работники не в полной мере удовлетворены условиями труда и вниманием со стороны руководства. Следовательно, для повышения эффективности деятельности предприятий и организаций в Российской Федерации, необходимо уделить особое внимание именно материально-неденежным методам стимулирования.

Чтобы сравнить среднемесячное денежное довольствие военнослужащих Минобороны России и среднемесячную оплату труда работников организаций ведущих отраслей экономики, обратимся к рисунку № 5, на котором приводятся данные из статистического сборника Министерства Обороны Российской Федерации за 2013 год. Так как никаких реформ и индексаций в отношении денежного довольствия военнослужащих РФ с 2013 года не проводилось (только в 2018 г. произошла индексация оплаты труда на 4%), то можно считать эти данные достоверными.

Исходя из приведённых на рисунке № 4 данных можно увидеть, что в 2013 г. размер среднемесячного денежного довольствия военнослужащих воинских частей и воинских формирований Минобороны России составил 59,9 тыс. руб. и превысил уровень оплаты труда работников ведущих отраслей экономики.

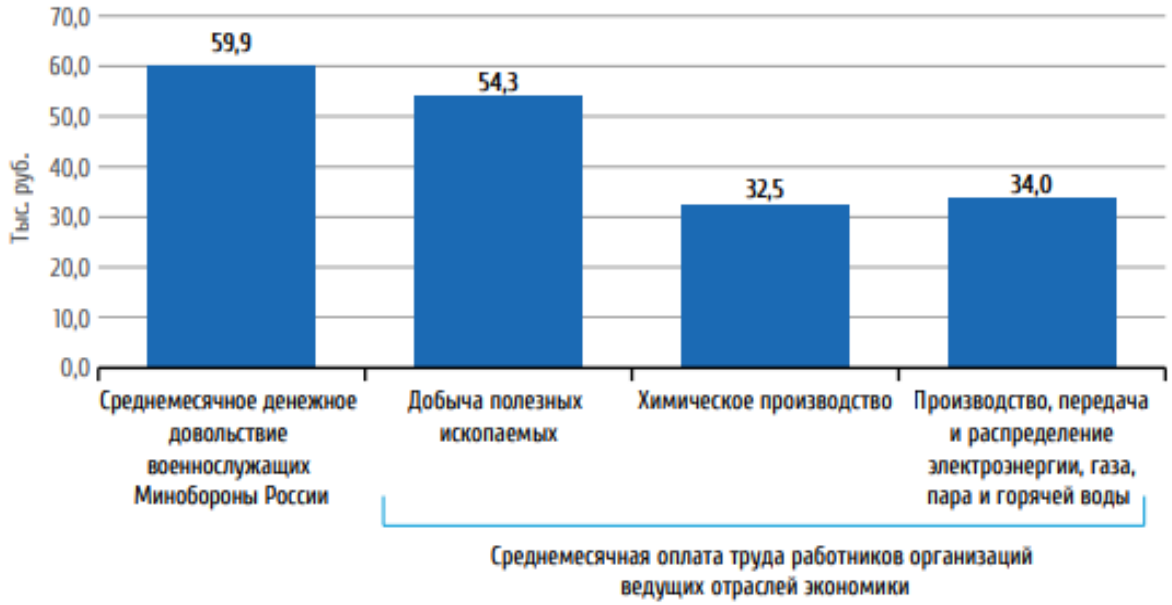

Рисунок 4 – Размер среднемесячного денежного довольствия военнослужащих Минобороны России и среднемесячной оплаты труда работников организаций ведущих отраслей экономики в 2013 г., тыс. руб.1

В целом необходимо отметить, что система морального и материального стимулирования труда в различных организациях предполагает комплекс мер, направленных на повышение трудовой активности работающих и как следствие – повышение эффективности труда, его качества.

Управление любой организацией – это управление людьми. В зависимости от эффективности этого управления достигаются или так и остаются не достигнутыми цели организации. Именно люди, работники организации, выполняя свои обязанности, являются главным фактором развития организации, способствуют ее движению вперед к достижению поставленных целей. Поэтому ни одна система управления не будет эффективно функциони-

[1] Официальный сайт МО РФ. Статистический сборник за 2013 год. Электронный ресурс. Режим доступа. http://stat.mil.ru/files/morf/statistika_%202013.pdf

ровать, пока не будет разработана система мотивации, способствующая активизации мотивов работников (внутренняя мотивация) и создания стимулов (внешняя мотивация) для их побуждения к эффективному труду.

Список литературы

1. Артюхова И.В., Гаврилова Л.О. Методы организационного стимулирования труда персонала // Инновационная наука. – 2015. – № 7. – 23 с

2. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю. Статистика. Учебно-методическое пособие. – ФГОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации». Сосновоборский филиал. Санкт-Петербург, 2015. – 248 с.

3. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю., Шматко А.Д. О проекте стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации (анализ проблемой ситуации и целеполагания) // Управленческое консультирование. – 2017. – №12 (108). – С. 120-129.

4. Десятниченко Д.Ю., Десятниченко О.Ю., Шматко А.Д. О проекте стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации (анализ задач и направлений их решения). // Управленческое консультирование. – 2018. – №1 (109). – С. 84-91

5. Литвинюк А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика: учебник для бакалавров. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 398 с.

6. Лобанова Т.Н. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учебник и практикум для академического бакалавриата. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 482 с.

НЕОБХОДИМОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОТДЕЛА КАДРОВ В СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Анисимкина Анастасия Сергеевна,

магистр, Самарский государственный экономический университет, г. Самара

Трошина Е.П.,

Научный руководитель, к.э.н., доцент, Самарский государственный экономический университет, г. Самара

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные виды деятельности отдела кадров, основные виды работ и взаимодействия с другими отделами организации. Сделаны выводы и предоставлены рекомендации по эффективному функционированию и развитию кадровых отделов в организациях.

Ключевые слова: HR отдел; отдел кадров; HR департамент; показатели.

THE NEED AND THE CHARACTERISTICS OF THE ACTIVITIES OF THE PERSONNEL DEPARTMENT IN A MODERN ORGANIZATION

Anisimkina A. S.,

Master student, Samara State Economic University, Samara

Troshina E. P.,

Supervisor, PhD in Economics, Associate Professor, Samara State Economic University, Samara

ABSTRACT

The article presents the main activities of the personnel department, the main types of work and interaction with other departments of the organization. Conclusions and recommendations on the effective functioning and development of personnel departments in organizations.

Keywords: personnel department; Human resources department; indicators.

Любая организация нуждается в слаженной работе всех своих структур, но если эти структуры не могут попросту договориться, то она рано или поздно может выйти из строя.

На первый взгляд, эффективное взаимодействие департамента по развитию и отдела подбора кадров не должно вызывать вопросов, но зачастую в процессе взаимодействия отделов возникают серьезные проблемы.

Чтобы понять, какие «области пересечения» имеют отдел подбора и любой другой департамент и как избежать проблем в совместной работе, необходимо выделить их функциональные обязанности. Рассмотрим области пересечения отдела подбора и отдела развития.

Отдел подбора занимается приемом и увольнением кандидатов, переподготовкой персонала, а также формирует корпоративную культуру. В свою очередь специалисты из отдела по развитию привлекают новых клиентов и дилеров, разрабатывают программы развития компании [1].

Чаще всего отделы работают автономно и не вмешиваются в работу друг друга. Однако некоторые проекты вынуждают их взаимодействовать. Работа большинства отделов среднестатистической организации, чьи функционалы постоянно пересекаются, обычно отлажена (к примеру, отдел маркетинга и отдел продаж), и все вопросы решаются оперативно [3]. Однако, спорные моменты в деятельности департаментов по развитию и по подбору персонала, могут надолго задержать работу и серьезно повлиять на компании в целом.

Одной из распространенных проблем взаимодействия между данными отделами является несоответствие подобранного персонала к проектам, которыми занимаются специалисты по развитию. В неудаче чаще всего обвиняют коллег из отдела персонала, поскольку именно они обязаны находить людей, с необходимыми навыками, квалификацией и опытом работы. С другой стороны, если руководитель отдела по развитию некорректно составил заявку на подбор персонала – срока закрытия вакансии увеличивается в несколько раз [2].

В свою очередь HR-специалисты могут быть недовольны слишком высокими требованиями к кандидатам со стороны любого из отделов организации, а также необходимостью закрытия вакансии в условиях цейтнота. Проблема заключается в том, что менеджеру по развитию трудно оценить все аспекты работы своего коллеги из другого отдела, не зная внутренней «кухни» HR-департамента.

Однако, несмотря на все противоречия и конфликты наладить структуру эффективных отношений между этими двумя отделами можно, например, при наличии следующих факторов:

1. Двусторонняя коммуникация, как деловая, так и неформальная.

Очевидно, что доброжелательные деловые отношения способствуют взаимопониманию во всех сферах деятельности компании, начиная от совместных бизнес – проектов и, заканчивая корпоративными мероприятиями. Департаменту по развитию и HR-отделу часто приходится взаимодействовать на планерках, а также при обсуждении найма специалистов для проектов, привлеченных отделом по развитию бизнеса. Конфликты между отделами, особенно теми, которые тесно связаны по функционалу, тормозят работу и снижают эффективность.

Информация по проектам не доходит до сотрудников вовремя, а работа отдела протекает в «информационной изоляции» от деятельности в других департаментах? Возможно, нарушен процесс коммуникации. Особенно опасно портить отношения с департаментом по развитию, поскольку именно он может оказать помощь в организации HR-мероприятий и развитии корпоративной культуры. Таким образом, стоит поддерживать разумный баланс между деловыми отношениями и дружеским, неформальным общением.

2. Официальное разделение обязанностей между отделами.

Следующим немаловажным фактором, который способствует развитию гармоничных отношений между HR-департаментом и отделом по развитию является формализация обязанностей.

Все сталкиваются с ситуациями, в которых приходиться давать поручения сотрудникам других отделов. В действительности, люди могут воспринять поручение коллеги не как обязательное для исполнения задание, а скорее, как личное одолжение.

Решением может послужить деловой подход к разделению обязанностей. Для того чтобы не испортить отношений между структурами организации, при этом выполнив всю совместную работу качественно и в срок, стоит отправлять электронную почту, поставив в копию директора, а также создавать задачи в Outlook.

3. Позиционирование HR-департамента, как важной части организации.

Одной из задач руководителя компании является грамотное позиционирование HR-департамента в организационной среде. Нередко, отдел по работе с персоналом имеет статус «отщепенца», поскольку не приносит прибыли компании, соответственно коллектив может относиться к нему несерьезно.

Определяющим фактором, который влияет на положение HR- департамента в структуре организации является отношение генерального директора, которое формируется благодаря его профессиональному опыту работы со специалистами по подбору персонала. Генеральному директору необходимо позиционировать HR-отдел, как необходимое и важное подразделение компании, обладающее своими обязанностями и полномочиями.

Если руководитель компании неверно представляет назначение и возможности отдела по персоналу, то сотрудничество становится проблематичным. В идеале топ-менеджмент четко должен понимать назначение и задачи этого департамента с самого начала.

Таким образом, успешная работа HR-департамента и отдела по развитию бизнеса невозможна без четкого распределения областей ответственности между менеджерами.

Одним из способов развития вертикальных и горизонтальных внутрикорпоративных коммуникаций могут послужить регулярные общие собрания, которые помогают проводить в жизнь принятые проекты, способствуют разрушению барьеров между отделами. На них HR-менеджер может предоставлять данные результатов тестирования, отчеты по расходам, которые являются ключевыми показателями работы с персоналом.

Список литературы

1. Базаров Т. Ю., Еремин Б. Л., Аксенова и др. Управление персоналом. – М: ЮНИТИ, 2015 г.

2. Управление человеческими ресурсами в 2 Ч. Часть 1. Учебник и практикум для академического бакалавриата.

УДК 334.02

СТАНОВЛЕНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ: ТРАНСФОРМАЦИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ГОСУДАРСТВА И ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Беспалов Сергей Валериевич,

к.и.н., в.н.с. Института общественных наук РАНХиГС, Москва

Марача Вячеслав Геннадиевич,

канд. филос. наук, в.н.с. Института общественных наук РАНХиГС, Москва

АННОТАЦИЯ

Рассмотрена политика российского государства по поддержке перехода к «кластерной организации управления» как новой продвинутой форме организации инновационного процесса. Проанализированы социокультурные ограничения перехода к более современным моделям управления.

Ключевые слова: кластерная политика; инновационный бизнес; государственное управление.

FORMATION OF CLUSTER POLICY IN RUSSIA: TRANSFORMATION OF THE RELATIONS BETWEEN THE STATE AND INNOVATIVE BUSINESS

Bespalov S.V.,
PhD in History, leading research fellow, Institute of Social Sciences, RANEPA, Moscow
Maracha V.G.,
PhD in Philosophy, leading research fellow, Institute of Social Sciences, RANEPA, Moscow

ABSTRACT

The paper discusses the policy of the Russian Government to support the transition to the "Cluster Governance" model as a new and advanced form of the innovation process organization. The socio-cultural barriers of the transition to modern governing models are analyzed.

Keywords: cluster policy; innovative business; public administration.

Классическое определение кластера сформулировал в 1990 году Майкл Портер, который почти дословно повторил его в известной статье 1998 года «Кластеры и новая экономика конкуренции». Согласно данному определению, кластер – это «группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере, характеризующихся общностью деятельности и взаимодополняющих друг друга» [1]. Несмотря на то, что это определение позднее неоднократно уточнялось различными исследователями, неизменными оставались как выделенные Портером ключевые характеристики кластеров, так и трактовка взаимодополнения участников кластера как синергетического эффекта, проявляющийся во взаимном усилении их конкурентоспособности. В качестве основных механизмов создания данного синергетического эффекта исследователями называются порождение новых продуктовых цепочек, соответствующих предпринимательских проектов и иных нестандартных бизнес-идей и управленческих решений [2].

Особого рассмотрения заслуживают инновационные кластеры, специфика которых раскрывается в определении, предложенном Лео Ван ден Бергом и возглавляемым им авторским коллективом: «Кластеры – это локализованные сети специализированных организаций, производственные процессы которых тесно взаимосвязаны через обмен товарами, услугами и/или знаниями. В частности, одной из ключевых характеристик такой сети является неформальный обмен информацией, знаниями и креативными идеями» [3].

Относя это различие характеристик кластеров к их эволюции, можно сделать вывод, что организация кластеров в западных странах прошла две стадии формирования: 1) промышленные кластеры, основанные на рыночной кооперации при создании цепочек добавленной стоимости и не обязательно имеющие инновационную специфику; 2) инновационные кластеры, основанные на коллаборативной сетевой организации и создающие дополнительные конкурентные преимущества за счет неформального обмена знаниями.

Если мы рассматриваем инновационные кластеры (а также сходные с ними по типу организации инновационные экосистемы) не как объекты, а как новый тип организации управления, то это требует нового качества государственного управления, перехода к его современным моделям. В основание анализа форм организации инновационного процесса, в том числе кластерных, положена та же теоретико-организационная схема, которая используется при типологизации моделей государственного управления: «иерархии – рынки – сети» [4].

Таблица 1

Соответствие между типом организации (и управления), ее структурой (характером связей) и типичными институтами

Тип организации	Структура	Институты
Иерархическая	приоритет «вертикальных» связей	«классическая» корпорация, работающая по государственному заказу; университет
Рыночная	основана на «горизонтальных» связях	инновационный предприниматель, создающий компанию-стартап и привлекающий венчурное финансирование; «плоская» корпорация, передающая не содержащие ноу-хау бизнес-процессы на аутсорсинг
Сетевая	связи могут описываться графом произвольной формы	инновационный кластер; технологическая платформа; «серийный» предприниматель

Как следует из таблицы 1, схема «иерархии – рынки – сети», в свою очередь, имеет основание в различии типов системного мышления, а поэтому может рассматриваться как фундаментальная для управления, порождающая типологическое различие «Control & Administration – Management – Governance». Гипотеза заключается в том, что схема «иерархии – рынки – сети» и различие трех типов управления могут выступать «общим знаменателем» для рассмотрения моделей государственного управления, организации инновационного процесса и взаимодействия инновационного бизнеса с государством.

Для рассмотрения проблемы трансформации взаимоотношений государства и инновационного бизнеса необходимо сказать о том, как реализуется теоретико-организационная схема «иерархии – рынки – сети» в государственном управлении (таблица 2).

Таблица 2

Соответствие между типами организации (и управления) и моделями государственного управления

Тип системного мышления и зависимости между участниками	Тип управления / орг. структуры	Модель гос. управления	Фокусировка модели	Идея государства
Система-1: Hard/Unitary – жесткая зависимость	Control & Administration / Иерархическая	Рациональная бюрократия	На процедуру	«Сильное» государство
Система-2: Soft/Pluralist – независимость	Management / «Рыночная»	New Public Management (NPM)	На результат	«Эффективное» государство
Система-3: Coercive – взаимозависимость	Governance / Общественно-сетевая	New Governance	На участие и партнерство	«Инклюзивное» государство

Три перечисленные модели различаются системными принципами управления, реализуемыми в проблемных контекстах, различающихся по типу системной зависимости их

участников (см. второй столбец таблицы 2; данная типология проблемных контекстов введена известным британским специалистом по системному мышлению М. Джексоном [5]). Это подчеркивается использованием разных англоязычных терминов: Control & Administration (управление, реализуемое в иерархических структурах с «жесткой» зависимостью участников), Management (соответствует рыночно-ориентированной модели «мягких» систем, формально независимые участники которых могут свободно договариваться) и Governance (соответствует общественно-сетевой модели «коэрцитивных» систем со взаимозависимыми участниками) [4].

Реконструкция эволюции моделей государственного управления в развитых странах позволяет выявить следующую логику их смены и взаимодополнения. В 1960-70-х гг. в государственном управлении появляется целое семейство менеджеристских подходов, объединенных идеей привнесения в «неэффективные» иерархические структуры государственной бюрократии элементов рыночных отношений и инструментов из бизнеса: ключевых показателей эффективности (KPI), проектного управления, аутсорсинга, совершенствования бизнес-процессов (применительно к бюрократии иногда называемых «административными процессами») и т.п. Правовые основы рациональной бюрократии при этом сохраняются, дополняясь экономико-ориентированными требованиями и методами. Идея «сильного» государства, лежащая в основе модели рациональной бюрократии, в рамках модели New Public Management (NPM) уступает место идее государства «эффективного».

Как показывает история применения модели NPM, ее успешное внедрение в чистом виде возможно лишь в небольших государствах типа Новой Зеландии или на региональном уровне. В крупных же странах результаты внедрения оказались во многом противоположны заявленным: например, вместо сокращения бюрократического аппарата наблюдался его рост, что потребовало пересмотреть исходные представления о повышении эффективности госаппарата как сокращении его численности и расходов на содержание госслужащих [6]. При этом в развивающихся странах принципы NPM внедрялись с существенными ограничениями, а в некоторых странах отдельные положения NPM оказывались вообще не применимы. Как показывают сравнительные исследования, степень полноты и успешности имплементации принципов NPM зависит прежде всего от характеристик институционального порядка конкретной страны, к числу важнейших из которых можно отнести уровень развития демократических институтов, гражданского общества и рыночной экономики [6]. Основная проблема при внедрении инструментов NPM в развивающихся странах состоит в том, что в результате ухода государства вакуум может быть заполнен не гражданской инициативой, а союзом коррумпированной бюрократии и коррумпированного бизнеса [7].

Ответом на трудности имплементации принципов NPM стало задействование общественно-сетевых структур, в которых государство делегирует часть своих полномочий другим стейкхолдерам и разделяет с ними ответственность за результаты. Подобный подход к управлению, рассматривающий участников системы как взаимозависимых (coercive systems), получил название Governance – в отличие от Control & Administration, характерного для систем с «жесткой» иерархической зависимостью участников, и Management для «мягких» систем свободного рынка. Государство, реализующее модель New Governance и построенное на основе общественно-сетевых взаимодействий, можно назвать «инклюзивным» (данный термин указывает на принципы участия и партнерства).

Правильно построенная сеть соединяет в себе черты иерархии и горизонтальных связей, позволяя «инклюзивному» государству сохранить как основу рациональной бюрократии, так и позитивно зарекомендовавшие себя инструменты NPM. Но в последние годы появилась критика общественно-сетевых структур под общим лозунгом «Верните чиновника!», в рамках которой делается акцент на то, что такие структуры слишком сложны для

поддержания какого-либо порядка, и государство, «раздавая» полномочия, становится своего рода «Левиафаном по доверенности», в некотором смысле отрицая само себя [8].

Альтернативой «возврату к классике» является принцип мультимодальности государственного управления, подразумевающий гибкое использование инструментов разных моделей в зависимости от типа решаемых задач. Однако как в этом случае избежать методологической эклектики и порождаемых ею противоречий в использовании инструментов управления? Для этого предлагается идея «жизнеспособного» государства [4], основанная на представлении о «жизнеспособной системе» в рамках одноименного подхода (Viable Systems Approach – VSA) и являющегося развитием «модели жизнеспособной системы» (Viable System Model – VSM) С. Бира [9]. VSM задает конфигурацию обратных связей, необходимую для того, чтобы система сохраняла свою жизнеспособность в долгосрочной перспективе. При этом предлагаемое в рамках разработки идеи «жизнеспособного» государства обобщенное понятие обратной связи подразумевает, что структура механизма обратной связи включает коммуникацию управляющей и управляемой систем [10]. Получаемая таким образом в рамках разработки идеи «жизнеспособного» государства модель мультимодального государственного управления должна непротиворечиво соединять требования «сильного», «эффективного» и «инклюзивного» государства.

На практике к настоящему времени в развитых странах сложилась система управления, в разных пропорциях сочетающая элементы каждой из трех базисных моделей, описанных выше. Исторически системы государственного управления в развитых странах мира были сформированы на основе веберианской модели, которая в настоящее время дополняется и лишь отчасти заменяется моделями NPM и New Governance. В большинстве случаев, однако, можно говорить о наличии приоритетов и преимущественном использовании той или иной формы организации деятельности, при безусловном сохранении и использовании остальных элементов для решения конкретных функциональных задач.

Применение описанного выше подхода к организации инновационного процесса позволяет рассматривать инновационные кластеры не как объекты, а как новый тип организации управления, называемый «кластерной организацией управления». Различение трех типов управления позволяет характеризовать «кластерную организацию управления» как Cluster Governance. Данный концепт, введенный голландским исследователем Виктором Гилсингом, является в западной литературе аналогом понятия «кластерная организации управления»: «Cluster Governance – это направленные коллективные действия участников кластера по его модернизации с целью создать и поддерживать устойчивое конкурентное преимущество в виде кластера. На наш взгляд, кластерная организация управления определенно нацелена на фасилитацию и улучшение инновационных процессов. Иными словами, она нацелена на главный стратегический вопрос, стоящий перед участниками, вовлеченными в инновационные процессы кластера: «как движется сама цепочка создания ценности, как она может переконфигурироваться и где может быть найдена новая возможная синергия» [11].

В отличие от западных стран, в советской экономике понятие конкурентоспособности не имело смысла ввиду отсутствия рынка. Поэтому в СССР создавались территориально-производственные комплексы (ТПК), но не было кластеров. Как и вся советская экономика, ТПК были организованы по производственно-технологическому принципу «большой фабрики», а не по рыночному принципу «цепочек добавленной стоимости». Предпринятые в эпоху перестройки попытки встроить ТПК «в рынок» часто приводили не ко взаимному усилению конкурентоспособности, а к разрыву хозяйственных связей. А когда уже российское Правительство стало целенаправленно использовать кластерную политику для стимулирования территориальных «точек роста», оказалось, что далеко не все территории, обладающие территориальной концентрацией предприятий взаимосвязанных отраслей, имеют

потенциал для создания кластеров. Но в отраслях, где сформировались зрелые рынки сложной конечной продукции (например, в автомобилестроении), российская экономика добилась определенных успехов в формировании промышленных кластеров. Как правило, предприятие, обеспечивающее финишную сборку, постепенно «обрастало» поставщиками комплектующих и различных услуг, превращаясь в «ядро» кластера. Яркими примерами формирования промышленных кластеров являются «АвтоВАЗ» и проекты по локализации производства иномарок в Санкт-Петербурге и Калуге. В последних случаях создание инфраструктуры и благоприятный инвестиционный климат позволили вслед за первым проектом запустить проекты по локализации производства и другим зарубежным производителям, что превратило кластеры в «многоядерные» и еще более усилило их синергетический эффект.

Несколько иная схема образования автомобильного кластера была реализована в Набережных Челнах, где градообразующее предприятие – «КАМАЗ» – было построено как производственное объединение (ПО) полного цикла. Вхождение в рынок повлекло сокращение объемов выпуска и привело к тому, что некоторые из обеспечивающих подразделений и собственных мощностей ПО, которые специализировались на производстве комплектующих, оказались неэффективными. Решением данной проблемы стала передача их функций на аутсорсинг (по схеме «АвтоВАЗа»). В результате на базе высвободившихся производственных площадей было создано независимое предприятие «Соллерс» (Sollers), реализующее проекты по локализации производства зарубежных автоконцернов.

Какие факторы препятствуют переходу к новым системным принципам управления в России? В нашей стране элементы модели New Governance (участие и партнерство, основанное на диалоге стейкхолдеров) внедряются крайне слабо ввиду понятных политических и реже анализируемых, но более фундаментальных социокультурных ограничений (в целом об этом можно говорить как об институциональных ограничениях, понимая институты как комплексные социокультурные образования, то есть шире, чем это принято в неоинституциональной теории). Социокультурные ограничения препятствуют институциональным реформам, позволяющим перейти к более продвинутым моделям государственного управления [12]. А это, в свою очередь, тормозит инновационное развитие и, в частности, формирование инновационных кластеров и экосистем. Государственное стимулирование в силу неадекватности устаревших типов управления оказывается неэффективно, а переход к кластерной организации управления «естественным путем» затруднен ввиду тех же социокультурных ограничений: вертикально-интегрированные холдинги для российских управленцев гораздо понятнее и «культурно ближе», чем «неуправляемые» кластеры и экосистемы [2].

Из плюралистичности и гетерогенности состава кластера вытекает коммуникативный характер взаимодействия внутри него. Одной из ключевых характеристик кластерной сети, определяющей синергетический эффект кластеров, является «неформальный обмен информацией, знаниями и креативными идеями» [3]. Для кластера как регионального коллаборативного сообщества такой обмен облегчается территориальной концентрацией участников сети, а в случае инновационной экосистемы обмен интенсифицируется за счет мобильности участников и применения современных информационных технологий, поддерживающих «технологическую платформу» экосистемы. Этот обмен осуществляется через прямую коммуникацию, которая, как показывают эмпирические исследования, должна проникать на уровень среднего менеджмента и ключевых специалистов организаций-участников [2]. Соответственно, и кластерное управление должно иметь характер коммуникативного управления.

Сведение кластерного управления к традиционному менеджменту возможно лишь в случае превращения кластера в вертикально-интегрированный холдинг, что представляет

собой редукцию плюралистичной и гетерогенной структуры к монистической и гомогенной. Именно это часто происходит с российскими кластерами, воспроизводя социокультурные факторы сопротивления переходу к новым системным принципам управления, которые можно отнести к «организационной культуре»: стремление управленцев заменить сетевое взаимодействие иерархическим, коммуникацию – отдачей приказов и распоряжений и т.д. Устойчивое воспроизводство перечисленных факторов приводит к их институциональному закреплению, порождая вопросы об эффективных механизмах институциональных трансформаций и заимствования лучших практик.

К сожалению, в настоящее время на федеральном уровне поддержка кластеров в значительной степени превратилась в бюрократический механизм, оперирующий набором формальных критериев. При оказании господдержки модель управления кластером (и то, соответствует ли она принципам Cluster Governance), характер взаимодействия участников, а также качество созданной в ходе этого взаимодействия инновационной среды учитываются крайне слабо. При этом сама модель Cluster Governance, основанная на делегировании полномочий снизу, часто подменяется администрированием «сверху» под предлогом необходимости контроля за финансовыми потоками, выделяемыми на поддержку кластеров (Control & Administration). Иными словами, доминирующая устаревшая модель государственного управления порождает неадекватную системную модель управления инновационными кластерами.

С другой стороны, в нашем государственном управлении, в целом ригидном и иерархичном, периодически появляются новые живые/подвижные зоны. Так, например, популярный ныне лозунг «цифровой экономики» предполагает создание «технологических платформ», вокруг которых должны формироваться инновационные экосистемы (чаще всего речь идет о сервисах, предоставляемых на базе платформы). Подобные экосистемы провайдеров инновационных услуг можно рассматривать как «популяцию» сервис-провайдеров, объединившуюся в инновационный кластер. Роль «ядра» такого кластера выполняет «технологическая платформа», выступающая в роли общей для них инфраструктуры и задающая единые технические и организационные стандарты работы. При этом сервис-провайдеры в соответствии с принципами формирования коллаборативных сообществ должны согласовать общие «правила игры» и следовать им во взаимодействиях между собой. Российскими примерами инновационных экосистем являются партнерская экосистема сервис- и контент-провайдеров платформы «ЭРА-ГЛОНАСС», формируемая в рамках проектного консорциума российских предприятий на базе НП «ГЛОНАСС» с участием НТИ «Автонет», а также инновационные экосистемы, создаваемые на базе Нейронет и других отраслевых союзов Национальной технологической инициативы. Здесь работает та же самая логика формирования коллаборативных сообществ, что и в модели Cluster Governance, если смотреть на это не с точки зрения того, сколько в создаваемых платформах «цифры», софта или Интернета – а с точки зрения того, как построено управление (или мягче – координация) экосистемой провайдеров, как там организована коммуникация, как порождаются общие (инфраструктурные) функции, как делегируются полномочия и т.д. Но всё же, хотя в России уже сейчас довольно много успешных промышленных кластеров (рыночная организация), к случаи формирования реально действующих инновационных кластеров (сетевая организация) пока крайне редки.

Список литературы

1. Porter M. Clusters and the New Economics of Competition // Harvard Business Review. Nov.-Dec., 1998. – P. 77-90.

2. Марача В.Г., Красникова Т.С. Эволюция форм организации инновационного процесса: переход к коллаборативным сетям и «кластерная организация управления» // Управление развитием крупномасштабных систем (MLSD'2017): труды X междунар. конф.: в 2-х т. – Т. 2. – М.: ИПУ РАН, 2017. С. 376–383.

3. Berg L. van den, Braun E., Winden W. van. Growth Clusters in European Cities: An Integral Approach // Urban Studies. – 2001. – Vol. 38. – №1. – P. 185–205.

4. Bespalov S.V., Maracha V.G. Strategic Cycle of Public Administration in the Context of the Multimodality Principle and the Idea of a «Viable» State // Государственная служба. – 2017. – Том 19. – №4 (108). – С. 25–31.

5. Jackson M. Systems Thinking: Creative Holism for Managers // John Wiley & Sons, Chichester, UK, 2003. – 325 p.

6. Поспелова Е.А., Казакова М.В. Препятствия для внедрения принципов New Public Management в государственных системах развивающихся стран // Финансовый журнал. – 2015. – №1. – С. 99–110.

7. Гаман-Голутвина О.В. Мировой опыт реформирования систем государственного управления // Вестник МГИМО(у). – 2013. – № 4 (31). – С. 187–194.

8. DiIulio J.J. Bring Back the Bureaucrats // West Conshohocken, PA, Templeton Press, 2014. – 184 p.

9. Бир С. Мозг фирмы. – М.: Радио и связь, 1993. – 416 с.

10. Марача В.Г. Механизмы обратной связи в системе государственного управления: системно-кибернетический и институциональный аспекты // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – №3. – том 4 (63). – С. 132–137.

11. Gilsing V. Cluster Governance: How Clusters Can Adapt and Renew over Time // DRUID PhD-conference. Copenhagen, January 2000.

12. Социокультурные факторы инновационного развития и успешной имплементации реформ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://csr.ru/wp-content/uploads/2017/09/Report-SF.pdf (дата обращения 03.09.2018).

УДК 006.065

КЛЮЧЕВЫЕ МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИНЦИПОВ СМК

Смоленцева А.И.,

магистр факультета управления Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Шевченко О.П.,

канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

АННОТАЦИЯ

В данной статье изучено влияние основных инструментов качества на эффективность деятельности организации. Приведен широкий спектр методов качества, предназначенных для разработки управленческих решений, а также проанализированы их ключевые особенности.

Ключевые слова: СМК, бизнес-среда, ИСО, сертификация, конкурентоспособность, бережливое производство.

KEY METHODS AND TOOLS FOR IMPLEMENTATION OF PRINCIPLES OF QMS

Smolentseva. A.I.,
Master student of the faculty of management, The Kuban state agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar
Shevchenko O.P.,
PhD in Economics, Associate Professor, The Kuban state agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar

ABSTRACT

Influence of main tools of quality on the effectiveness of the organization is researched in this article. A wide range of quality methods, designed for the development of management decisions is presented, as well as their key features are analyzed.

Keywords: QMS; business environment; ISO; certification; competitiveness; lean production.

Сегодня в условиях динамичной бизнес-среды неотъемлемым гарантом качества и залогом конкурентоспособности любой организации является стандартизация и сертификация ее продукции или услуг, а также функционирование эффективной системы менеджмента качества. Под системой менеджмента качества понимается — система управления для руководства и управления организацией применительно к качеству. Ключевыми задачами СМК является постоянное улучшение качества продукции (услуг) и создание у потребителей уверенности в отсутствии брака за счет сертификации, полностью соответствующую требованиям международных стандартов ИСО [3].

Благодаря этому любая организация добьется значительных успехов в повышении удовлетворенности потребителей и достижении целей бизнеса. Так, степень выполнения соответствующих требований стандарта может определяться с помощью таких внутренних методов, как: оценка результативности процессов, внутренний аудит, анализ СМК со стороны руководства, а также оценка удовлетворенности потребителей. Параллельно с внутренней оценкой, организации, сертифицировавшие СМК, проходят и внешнюю оценку выполнения требований – это сертификационный аудит и инспекционный контроль и т. д.

Приспосабливаясь к условиям внешней и внутренней среды компании используют разнообразный спектр инструментов и методов качества [7]. К наиболее известным инструментам менеджмента качества относятся «Семь инструментов качества», позволяющие обрабатывать результаты контрольных операций. В их группу входят:

– гистограмма, позволяющая графически оценить частоту попадания данных в указанные интервалы;
– метод стратификации, разделяющий данные по признакам;
– контрольные карты Шухарта, обобщающие количественную информацию;
– «диаграмма Исикавы», систематизирующая логические данные;
– контрольные листки, обобщающие информацию любого рода;
– «диаграмма Парето», выявляющая основные причины ошибок;
– диаграммы разброса, определяющие вид и связи между переменными.

Кроме того, к методам требующим более глубокой математической подковки относят такие методы, как:

– «QFD-подход», основанный на понимании желаний потребителей;
– «FMEA-подход», основанный на анализе видов и последствий потенциальных отказов;
– «бенчмаркинг» – сопоставительный анализ на основе эталонных показателей, включающий оценивание и сопоставление.

К статистическим методам относятся:

– корреляционно-регрессионный анализ;
– дисперсионный анализ;
– выборочный контроль;
– проверка и оценка.

Сегодня компании, ведущие эффективную политику повышения качества своей продукции и услуг, используют для достижения поставленных целей солидный набор методов, инструментов и средств [2]. Так, например, компания ООО «КЛААС» — мировой производитель сельскохозяйственной техники, стремится соответствовать требованиям международных стандартов ИСО, руководствуясь надежной политикой в области качества, инструментами реализации целей которой являются:

– сборка и производство качественной сельскохозяйственной техники [1];
– проведение внутренних и внешних аудитов;
– внедрение интегрированной системы менеджмента качества в соответствии с международными стандартами: ИСО 9001, ИСО 14001, OHSAS 18000;
– анализ процессов СМК, эффективности деятельности подразделений, выполнение производственных процессов со стороны высшего руководства;
– оценка удовлетворенности деятельностью организации потребителей, а также персонала, акционеров и поставщиков [5];
– применение TQM (Total Quality Management) – инструмент, основанный на достижении долговременного успеха путем удовлетворения запросов потребителя и выгоды для всех членов организации и общества [6];
– применение CRM – система управления взаимоотношениями с клиентами;
– ежегодное повышение его квалификацию в разных сферах деятельности [4];
– применение инструмента бережливого производства – «системы 5S» т. е. системы организации и рационализации рабочего места (Рисунок 1).

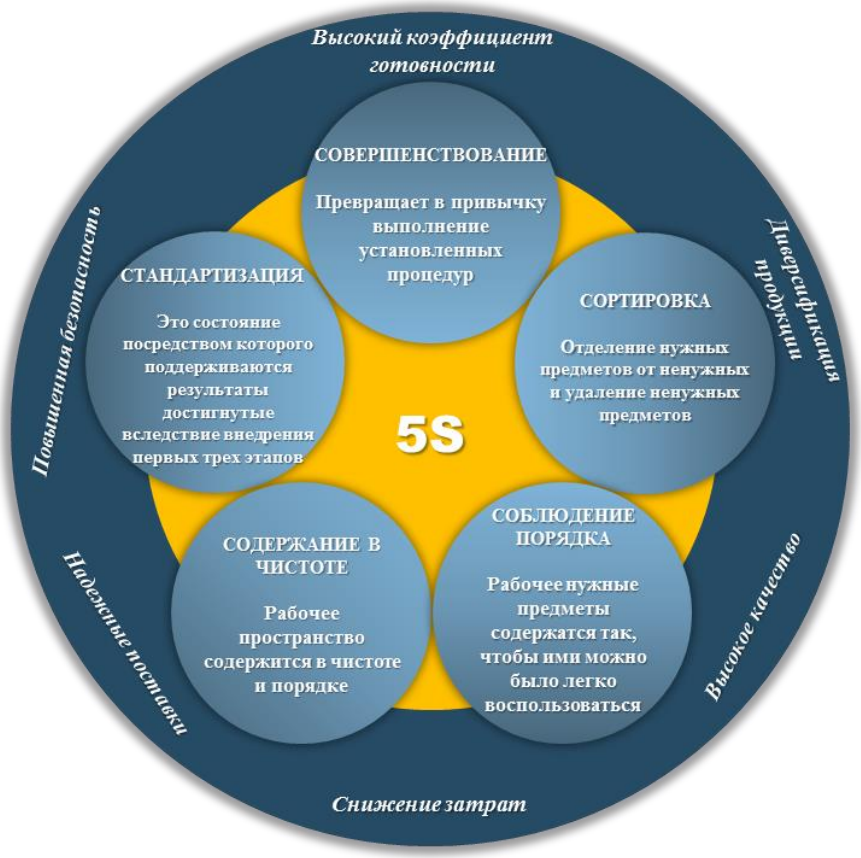

Рисунок 1 – Система «5S» ООО «КЛААС»

Отсюда следует, что наличие эффективной системы менеджмента качества позволит организации гарантировать надежность выполнения требований потребителя, а значит повышение рыночной привлекательности повысит внутреннюю и внешнюю надежность предприятия, уверенность в выборе поставщиков, а также конкурентоспособность среди других фирм-производителей. Таким образом, применение различных инструментов и методов менеджмента качества, в свою очередь, послужит ключевым условием эффективного управления качеством, а также средством повышения результативности бизнес-процессов и качества продукции или услуги.

Список литературы

1. Кучер М.О., Шевченко О.П. Анализ продовольственной безопасности Краснодарского края // В сборнике: Географические исследования краснодарского края. Сборник научных трудов. Краснодар, 2008. – С. 142-147.

2. Reznichenko S.M., Shishkin V.O., Shichiyakh R.A., Smolentsev V.M. Theoretical and methodological foundations of the management by objectives for the regional socio-economic systems development // International review of management and marketing. – 2016. – 6(6S). – pp. 90-94.

3. Смоленцев В.М., Писецкая А.И. Роль среды организации в менеджменте качества // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-4 (85). – С. 1215-1218.

4. Шевченко О.П. Управленческие инновации как способ функционирования организаций //Сфера услуг: инновации и качество. – 2012. – № 6. – С. 17.

5. Шевченко О.П. Повышение эффективности использования персонала как фактор совершенствования управления современной организацией // В сборнике: Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты Сборник статей Международной научно-практической конференции. Краснодарский университет МВД России и др. 2014. С. 274-276.

6. Шевченко О.П. Применение технологий менеджмента знаний в целях повышения эффективности деятельности организации // Общество и право. –2014. –№ 4 (50). – С. 295-298.

7. Шичиях Р.А., Сычанина С.Н., Смоленцев В.М. Современный стратегический анализ: учебное пособие для обучающихся в высших учебных заведениях по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень). – Краснодар: КубГАУ, 2015. – С. 254.

УДК 65.015

НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АУДИТА ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Мирошник Мария Сергеевна,

магистр факультета управления, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Шевченко Ольга Павловна,

канд. экон. наук, доцент, Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено нормативно-правовое обеспечение аудита персонала в деятельности организации. Дано определение понятию «аудит персонала» и проанализированные его ключевые особенности.

Ключевые слова: аудит персонала; стандарты; нормы; кадровый аудит.

REGULATORY SUPPORT OF AUDIT STAFF IN THE ORGANIZATION

Miroshnik M.S.,
Master student of the faculty of management, The Kuban state agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar
Shevchenko O.P.,
PhD in Economics, Associate Professor, The Kuban state agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar

ABSTRACT

The article examines of regulatory and legal provisions of the human resources audit. Definition is given to the concept «audit of personnel» and the analysed its key features.

Keywords: audit of personnel; standards; norms; human resources audit.

Проблема исследования аудита в современных организациях остается актуальной, так как, во-первых, нет единой концепции к проведению аудита в организации; во-вторых, кардинальные изменения в политической, экономической, духовной сферах нашего общества ведет к формированию новой кадровой политики; в-третьих, обновлению работой отделов кадровой службы. Особую остроту сегодня приобретает изучение такого способа внешнего анализа работы организации, как оценка персонала является формированием особого направления оценки деятельности хозяйствующего субъекта – аудита персонала [2].

Аудит персонала – это процедура консультационного характера, которая позволяет с помощью экспертизы оценить эффективность управления кадровым потенциалом предприятия, а также способность к регулированию социально-трудовых отношений. Сфера кадрового аудита широко обхватывает все сферы деятельности организации, такие как организационная политика организации, ее бизнес-процессы на различных уровнях, эффективность коммуникаций и передачи информации [5].

Анализируя нормативно-правовую базу кадрового учета можно сказать, что в настоящее время нет логически связанных друг с другом нормативных актов или постановления, которые бы регулировали различные стороны ведения кадрового учета и кадрового делопроизводства. Во всех действующих документах, которые регламентируют работу с учетом кадров и его делопроизводством, существует множество нерешенных вопросов, одними из них являются:

1) нет четко установленных объектов и задач кадрового учета;

2) отсутствует единые для всех стандарты формы и состава управленческих документов по кадровому учету;

3) не утверждена система организации документооборота службы по кадрам и многое другое.

Решение всех проблем, связанных с ведением учета персонала и делопроизводством, невозможно без создания научно обоснованной нормативно-правовой базы учета персонала, а также необходимо определить состав всех обязательных документов в этой сфере.

В настоящее время основой нормативно – правового обеспечения аудита персонала служат следующие составляющие:

1) общая – основана на нормативно-правовом обеспечении аудиторской деятельности в целом;

2) специальная – учитывает специфику объекта аудита персонала.

Базой, на которую опирается аудитор в процессе своей трудовой деятельности, является государственные законодательные акты и аудиторские стандарты и нормы.

В правовом аспекте аудиторская деятельность регулируется следующими документами:

а) государственные законодательные акты (Федеральный закон об аудиторской деятельности, комиссия по аудиторской деятельности при президенте РФ, МинФин России);

б) аудиторские стандарты – набор общепринятых требований к работе аудитора;

в) договор на осуществление аудиторской деятельности между заказчиков и аудиторской компанией;

г) профессиональное регулирование – этические норы, зафиксированные в этическом кодексе.

Комиссия по аудиторской деятельности при Президенте РФ занимается организацией государственного регулирования аудиторской деятельности. Положение о Комиссии утверждает Президент РФ, назначающий также ее председателя [6].

Основной документ, регулирующий аудиторскую деятельность, – федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 – определяет правовые основы осуществления аудиторской деятельности как независимого вневедомственного финансового контроля. Он применяется при осуществлении аудиторских проверок деятельности всех экономических субъектов, созданных в соответствии с законодательством РФ, а также органов государственной власти всех уровней органов местного самоуправления [3].

Аудиторские стандарты формируют единые базовые нормативные требования к качеству и надежности аудита, обеспечивающие при их соблюдении определенный уровень гарантии результатов проверки. По мере изменения экономической ситуации в стране стандарты подвергаются периодическому пересмотру.

Международная федерация бухгалтеров разработала и утвердила международные нормативы аудита, включающие 29 стандартов по аудиту и 4 сопутствующих стандарта. Международные стандарты аудита (МСА) предназначены для применения при аудите финансовой отчетности, МСА, адаптируемые, при необходимости, применяются при аудите иной информации и предоставлении сопутствующих услуг [4].

Необходимо обратить внимание на то, что в каждой стране существуют своя совокупность стандартов аудиторской проверки, отличных от стандартов других стран, которые были определены в соответствии с законодательством и нормативными актами этой страны.

В процессе проведения внутренней проверки, аудитор должен опираться на нормативно-регламентирующее обеспечение, поскольку внутри организации аудит не регулируется законодательством. К нормативно-регламентирующему обеспечению внутреннего аудита относятся: приказы, положения, программы, планы, учредительные документы организации, стандарты, инструкции организации, определяющие права, обязанности и ответственность аудиторов [1].

Таким образом, внутренние стандарты, на которые опирается аудитор в процессе проведения проверок организации, оформлению заключения и сопровождающих документов по итогам проверки, а также в процессе повышения или переподготовки квалификации, представляют собой совокупность нормативных.

Список литературы

1. Reznichenko S.M., Shishkin V.O., Shichiyakh R.A., Smolentsev V.M. Theoretical and methodological foundations of the manage-ment by objectives for the regional socio-economic systems development // International review of management and marketing. – 2016. – 6(6S). – pp.90-94.

2. Смоленцев В.М., Писецкая А.И. Роль среды организации в менеджменте качества // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 8-4 (85). – С. 1215-1218.

3. Шевченко О.П. Управленческие инновации как способ функционирования организаций // Сфера услуг: инновации и качество. –2012. – № 6. – С. 17.

4. Шевченко О.П. Повышение эффективности использования персонала как фактор совершенствования управления современной организацией // В сборнике: Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2014. – С. 274-276.

5. Шевченко О.П. Применение технологий менеджмента знаний в целях повышения эффективности деятельности организации // Общество и право. –2014. –№ 4 (50). – С. 295-298.

6. Шичиях Р.А., Сычанина С.Н., Смоленцев В.М. Современный стратегический анализ: учебное пособие для обучающихся в высших учебных заведениях по направлению подготовки 38.04.02 "Менеджмент" (квалификация (степень) "магистр") // Краснодар: КубГАУ, 2015. – С. 254.

УДК 331.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ АДАПТАЦИИ ПЕРСОНАЛА В СТРУКТУРНОМ ПОДРАЗДЕЛЕНИИ ТРАНСПОРТНОГО ХОЛДИНГА

Аксёнов Алексей Александрович,

к.э.н., доцент Донского государственного технического университета, г. Ростов-на-Дону

Мельникова Анастасия Борисовна,

магистр Донского государственного технического университета, г. Ростов-на-Дону

АННОТАЦИЯ

В статье раскрыты сущность и особенности адаптации персонала, рассмотрены этапы адаптации сотрудников в ОАО «Российские железные дороги». Определены проблемные зоны действующей системы адаптации в организации. Предложены механизмы ее совершенствования. Выявлены направления воздействия предлагаемых мероприятий в области совершенствования корпоративной системы адаптации на функционирование структурного подразделения компании.

Ключевые слова: управление персоналом; обучение персонала; должностные обязанности; наставничество; адаптация персонала; первичная адаптация; адаптация в должности.

PERFECTION OF THE PERSONNEL ADAPTATION SYSTEM IN THE STRUCTURAL DIVISION OF TRANSPORT HOLDING

Aksenov A.A.,

PhD in Economics, Associate Professor, Don State Technical University, Rostov-on-don

Melnikova A.B.,

Master student, Don State Technical University, Rostov-on-don

ABSTRACT

The article reveals the essence and characteristics of personnel adaptation, considered the stages of adaptation of employees in the OJSC “Russian Railways”. Identified problem areas of the current system of adaptation in the organization. The mechanisms for its improvement are proposed. The directions of the impact of the proposed measures in the field of improving the corporate system of adaptation to the functioning of the structural unit of the company.

Keywords: personnel management; staff training; job responsibilities; mentoring; staff adaptation; primary adaptation; adaptation to the position.

Одной из важнейших составляющих системы управления персоналом современной

компании является адаптация. Насколько быстро новый сотрудник освоится на новом рабочем месте и начнет полноценно выполнять должностные обязанности, полностью зависит от эффективности адаптационных мероприятий. Адаптированный к новому месту работник быстрее достигает требуемых показателей и способствует повышению эффективности работы подразделения и, как следствие, увеличению стоимости компании [1].

Адаптация представляет собой процесс комплексного освоения работником должностных обязанностей, приобретения им профессиональных компетенций, соответствующих требованиям компании, приспособление работника к принципам и организации трудовой деятельности, а также корпоративной культуре [2].

В компании «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») к работникам, проходящим адаптацию, относятся вновь принятые и переведенные в другое подразделение или на другую должность работники, чьи функциональные обязанности изменились.

Рассмотрим боле подробно применяемые виды адаптации. Как в компании в целом, так и структурном подразделении существует два вида адаптации работников, классифицируемые по уровню – первичная адаптация и адаптация в должности [3]. Первичная адаптация проводится для всех вновь принятых и переведенных на постоянную трудовую деятельность в конкретном подразделении; адаптация в должности – для всех вновь принятых и переведенных на другую должность при смене функциональных обязанностей.

В зависимости от периода весь процесс прохождения адаптации можно разделить на несколько этапов, на каждом из которых применяется определенная форма адаптации (рис. 1).

При этом в компании разработано положение, регламентирующее процесс адаптации работников. Однако филиалы и структурные подразделения компании имеют право принимать собственные организационно-распорядительные документы по вопросам адаптации работников с учетом профессиональной и региональной специфики.

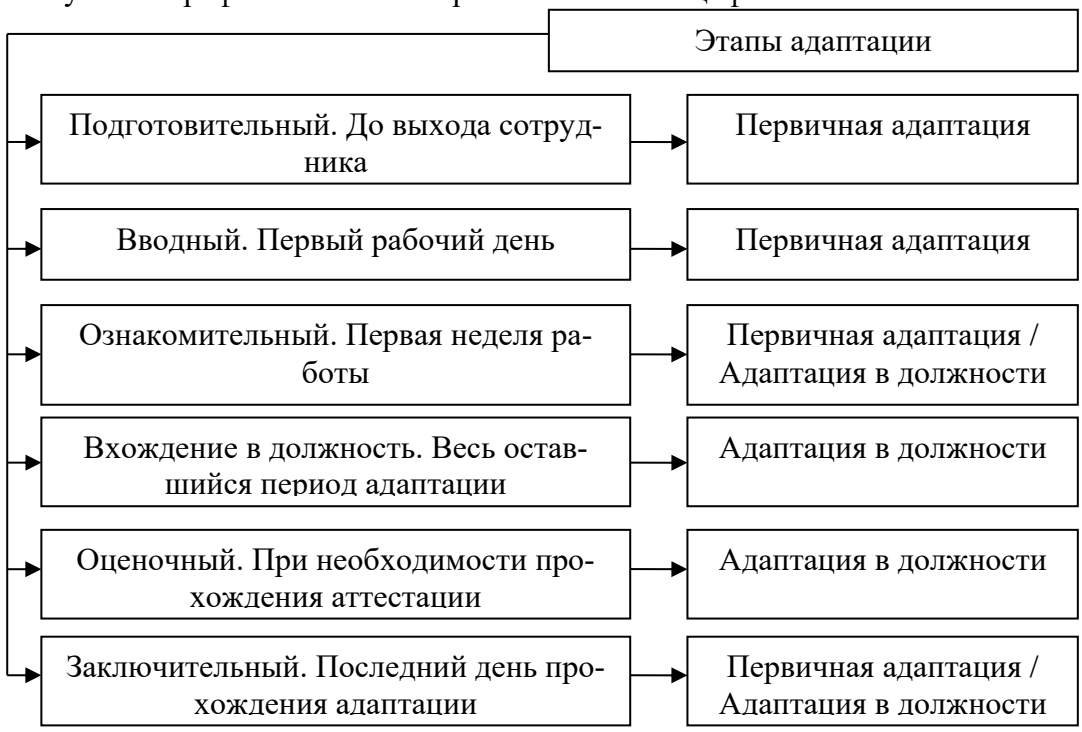

Рисунок 1 – Этапы адаптации сотрудника в ОАО «РЖД»

Соответственно, собственная корпоративная система адаптации, учитывающая специфику деятельности структурного подразделения, должна быть направлена на:

– проведение мероприятий и создание условий для скорейшего приобретения работниками компетенций приоритетных для структурного подразделения;

– снижение издержек структурного подразделения посредством сокращения текучести молодых кадров, не прошедших испытательный период или уволившихся в период первого года работы;

– сокращение числа ошибок при выполнении должностных обязанностей в первый год работы;

– установление стабильных долгосрочных трудовых отношений и закрепления сотрудников в компании;

– формирование лояльности к компании, высокой мотивации к эффективному труду, вовлечение работников в решение корпоративных и производственных задач.

Несмотря на то, что нормы Положения об адаптации распространяются на всех вновь принятых и переведенных работников ОАО «РЖД» вне зависимости от их возраста, на линейном уровне всё еще возникают проблемы связанные с организацией процесса адаптации в должности.

Особенности деятельности подразделения, а также динамическое развитие компании влекут за собой периодические изменения в штатном составе. В зависимости от потребностей главного филиала часть должностей может быть как сокращена, так и увеличена, появляется необходимость перевода людей из одного направления в другое. В связи с этим встает необходимость в проведении адаптации для сотрудников, чьи функциональные обязанности изменились при переводе на отличную должность.

Проведение адаптации в должности тесно связано с таким инструментом адаптации работников в компании как наставничество. Его эффективность неоспорима и проверена несколькими поколениями железнодорожников. Наставничество в целом представляет собой обучение, консультирование и оценку нового работника более опытным коллегой [4].

В ходе исследования проведен анализ системы адаптации сотрудников в структурном подразделении компании ОАО «РЖД» в городе Ростов-на-Дону. Несмотря на то, что в целом она функционирует довольно успешно, особенно хочется отметить первичную адаптацию, в ходе которой реализуется весь список мероприятий, заявленный в Положении об адаптации. Однако вторая форма – адаптация в должности, практически не реализуется. В случае перевода сотрудника на новую должность лишь условно назначается наставник, а результаты обучения никак не оцениваются, соответственно снижается их качество.

В результате были выявлены следующие проблемные зоны:

1. Недостаточная нормативная база по адаптации и наставничеству на линейном уровне.

2. Недостаточный уровень мотивации наставников и общее снижение привлекательности и значимости инструмента наставничества.

3. Отсутствие нематериального стимулирования наставников, повышения их статуса и значимости в восприятии работников ОАО «РЖД».

4. Отсутствие образовательных мероприятий направленных на повышение компетенций наставника, коммуникативных навыков, информационно-методическому обеспечению работы и организации обмена опытом наставников.

Решение указанных проблем возможно осуществить лишь комплексно, соблюдая ряд следующих мероприятий:

1. Полное соблюдение положения об адаптации в части материального стимулирования.

2. Совершенствование системы нематериального стимулирования наставников.

3. Разработка и реализация собственного положения о наставничестве.

Опыт показывает, что в отличие от нового персонала или молодых специалистов, для переведенных сотрудников наставником становится просто коллега без специальных знаний и навыков. Уровень его вовлечения в процесс обучения минимальный, что в свою очередь подкрепляется отсутствием материального стимулирования.

Как и в других структурных подразделениях компании, главному подразделению необходимо разработать собственные нормативные документы, регламентирующие процесс наставничества в части нематериальной и материальной мотивации, использование ключевых показателей эффективности деятельности в работе наставников [5]. В частности, наставники могут быть вознаграждены в двойном размере: первая часть выплачивается после успешного окончания периода обучения, а вторая – спустя год работы стажера без дисциплинарных взысканий [6].

Также разработанное подразделением Положение о наставничестве позволит учесть нематериальные стимулы для наставников. Немаловажным в процессе обучения и передачи знаний является и общее признание успехов наставника.

В целом наставничество нуждается в популяризации в компании, придании ему статуса, в том числе среди молодых работников. Особое значение приобретает вопрос сохранения традиций и опыта наставничества в компании.

Решением данной проблемы может стать система публичного информирования о достигнутых результатах. Так, например, на корпоративном портале может быть размещена информация по типу стационарной доски почета. Помимо этого необходимо информирование по итогам проведенных конкурсов среди наставников. Стандартные награждения на корпоративных мероприятиях также могут быть эффективны.

Возможность карьерного роста является еще одним немаловажным стимулом для наставников. Включение в кадровый резерв в случае успешного проведения обучения и внедрения в деятельность в компании трех и более стажеров позволит существенно увеличить привлекательность и значимость наставничества.

Таким образом, только в случае комплексного взаимодействия действующего Положения об адаптации и нового разработанного на уровне филиала Положения о наставничестве, можно решить проблемы в локальном структурном подразделении. Данные изменения позволят повысить мотивацию наставников в работе с переведенными сотрудниками, а также регламентировать процесс их поощрения, что в целом сказывается на конкурентоспособности и общей привлекательности организации.

Список литературы

1. Зеленская А.М. Совершенствование системы адаптации персонала (на примере ОАО «РЖД») // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 704–707. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://moluch.ru/archive/114/30287/ (дата обращения 17.03.2019).

2. Аксёнов А.А, Фахратдинова М.Ф. К вопросу о методологии оценки ценностной среды управления персоналом на основе организационной культуры // Инновационное развитие российской экономики IX Международная научно-практическая конференция. Министерство образования и науки Российской Федерации; Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова; Российский гуманитарный научный фонд, 2016. – С.195-197.

3. Положение об адаптации работников в ОАО «РЖД»: Принято распоряжением ОАО «РЖД» от 29.12.2015 № 3128р (ред. от 11.08.2016). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://doc.rzd.ru.

4. Бачин Д.А. Наставничество как метод обучения и развития персонала // Современные научные исследования и инновации. – 2014. – № 4. – С. 101-110. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://web.snauka.ru/issues (дата обращения: 17.03.2019).

5. Аксёнов А.А., Жирнова Е.В. Оптимизация системы мотивации персонала организации в контексте применения показателей Key Performance Indicator (KPI) и грейдинга // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС.– 2016. – №3. – С.246-249.

6. Солдатенко А.О. Оптимизация системы наставничества в структурном подразделении предприятия транспортной сферы // Экономические исследования и разработки. – 2017. – №6. – С. 145–149. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://edrj.ru/article/17-06-17.

УДК 33.024

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТУПНОСТИ АМБУЛАТОРНО-ПОЛИКЛИНИЧЕСКИХ УСЛУГ В РАЙОНАХ МАССОВОЙ ЗАСТРОЙКИ

Никитин Максим Константинович,

ООО «ПравоведКонсалт», генеральный директор, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются проблемы обеспеченности населения районов массовой застройки в крупных городских агломерациях. Рассматривается опыт применения механизма государственно-частного партнерства в амбулаторно-поликлинической сфере и дается характеристика минимального гарантированного дохода как экономического инструмента компенсации рисков частного партнера.

Ключевые слова: амбулаторно-поликлинические услуги; государственно-частное партнерство; районы массовой застройки; минимальный гарантированный доход.

ECONOMIC TOOLS TO IMPROVE THE ACCESSIBILITY OF OUT-PATIENTS AND POLYCLINICAL SERVICES IN THE AREAS OF MASS BUILDING

Nikitin M.K.,

PravoevodKonsalt LLC, General Director, St. Petersburg

ABSTRACT

The article analyzes the problems of providing the population with large-scale construction areas in large urban agglomerations. The article considers the experience of using the mechanism of public-private partnership in the outpatient area and describes the minimum guaranteed income as an economic tool to compensate for the risks of a private partner.

Keywords: outpatient services; public-private partnership; areas of mass development; the minimum guaranteed income.

В быстрорастущих микрорайонах массовой застройки на периферии крупных городских агломераций население не в должной степени обеспечено услугами социальной инфраструктуры. Например, в микрорайоне Шушары Пушкинского района Санкт-Петербурга остро стоит проблема обеспеченности первичной медицинской помощью детей (около 7,5 тыс. детей обслуживают шесть врачей и четыре медицинских сестры поликлиники). На территории Мурино, Кудрово, Бугров услуги амбубаторно-поликлинической помощи не расцениваются как доступные ни жителями населенных пунктов, ни администрацией. Только в Новом Девяткино работает современное поликлиническое учреждение, а на остальных территориях ведут прием только врачи общей практики в открывающихся офисах. Состояние бюджета Ленинградской области не позволяет планировать строительство стационаров, и строительство поликлиники в Кудрово планируется начать в 2019 году, в Мурино – в 2020 году, а в Буграх – не раньше 2021 года. Следовательно, в ближайшие 3-5 лет многотысячное

население этих районов останется без полноценной амбулаторно-поликлинической помощи. Проблему в деревне Бугры правительство региона намерено смягчить за счет строительства амбулатории на 100 посещений в смену на 10 тысяч человек населения в помещении бывшего продуктового магазина, которое выкупается за 20 млн. руб. [1].

Высокий спрос на амбулаторно-поликлинические услуги в шаговой доступности от места жительства в подобных районах постепенно начинает удовлетворяться частными клиниками. Так, в 2016 г. начала прием пациентов (детей и взрослых) частная клиника, расположенная на территории ЖК «GreenЛандия», по полису ОМС [3]. Имеется положительный опыт в Невском районе Санкт-Петербурга – три частные медицинские клиники осуществляют обслуживание пациентов по полисам обязательного медицинского страхования. Интерес к использованию механизмов в ГЧП в здравоохранении проявляют власти и других регионов. Например, в Липецкой области администрация региона заинтересовано в передаче в концессию двенадцать объектов в том числе центр паллиативной помощи на базе Липецкой городской больницы № 6; центр репродуктивной медицины, областной онкологический диспансер; физкультурно-оздоровительный комплекс закрытого типа со спортивным и тренажерным залами для занятий по адаптивной реабилитации детей-инвалидов. Однако большого интереса предприниматели не проявляют из-за высокого риска невозврата вложений [4]. В Саратове также планируется строительство поликлиник с участием концессионеров в новых микрорайонах [5].

В Новосибирской области участвует в подготовке договора на строительство поликлиники компания из Санкт-Петербурга – «Медицинская инвестиционная группа», а еще одна концессия позволит частному партнеру не только строить, но и эксплуатировать поликлинику [6].

Повысить привлекательность государственно-частного партнерства для бизнеса и снизить его риски позволяет инструмент минимального гарантированного дохода, компенсирующего объем недополученного дохода как любой экономической выручки концессионера, которая могла быть им получена в денежной или натуральной форме, или валовой выручки. Аналитики компании Lecap Law Firm, предлагая выделить МГД в отдельный вид обязательств концедента, считают, что данный вид платежа обладает следующими специфическими характеристиками:

– размер недополученного МГД не может быть заранее определен;

– расчет возмещения может производиться только по факту осуществления деятельности в отчетном периоде и получения концессионного финансового результата [7].

Выделение МДГ в отдельный вид финансовых обязательств публичного партнера позволит снизить риски частного партнера, поскольку выручка в данной сфере формируется на основе среднего размера финансового обеспечения медицинской помощи, оказанной в амбулаторных условиях медицинскими организациями, участвующими в реализации территориальной программы обязательного медицинского страхования, который зависит от неподконтрольных частному партнеру нормативов объемов медицинской помощи и финансовых затрат на единицу объема медицинской помощи. Выплата МГД концессионеру потенциально может отрицательно влиять на бюджетную эффективность, увеличивая расходы концедента. Однако это, безусловно, будет компенсироваться социальным эффектом от повышения доступности амбулаторно-поликлинической помощи, особенно в густонаселенных быстрорастущих микрорайонах на периферии крупных городских агломераций.

Список литературы

1. Поликлиники в районах-новостройках появятся после 2020 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://online47.ru/2018/08/09/polikliniki-v-rayonakh-novostroykakh-poyavyatsya-posle-2020-goda-60088 (Дата обращения 04.04.2018).

2. В Мурино и Буграх экстренно решают проблемы с очередями в детсады и поликлиники. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://47channel.ru/video_clip/122295/. (Дата обращения 05.04.2018).

3. Первая бесплатная поликлиника начнет работу в Мурино. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://neva.today/news/pervaya-besplatnaya-poliklinika-nachnet-rabotu-v-murino-141631/. (Дата обращения 04.04.2018).

4. План липецких властей отдать ряд важных объектов здравоохранения в концессию может провалиться. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://lipetsknews.ru/articles/vlast/plan-lipeckih-vlastey-otdat-ryad-vazhnyh-obektov-zdravoohraneniya-v-koncessiyu-mozhet. (Дата обращения 04.04.2018).

5. В Саратове выставят для концессии две новых поликлиники в Солнечном и старые казармы в центре. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.business-vector.info/v-saratove-vy-stavyat-dlya-kontsessii-dve-novy-h-polikliniki-i-stary-e-kazarmy/. (Дата обращения 05.04.2018).

6. Концессию по поликлинике в Советском районе возобновят. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://investinfra.ru/novosti/infrastruktura-koncessii-i-dolgosrochnye-investicii-v-smi-za-24-yanvarya-2019-goda.html. (Дата обращения 04.04.2018).

7. Обеспечение гарантий доходности в концессионных проектах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pppcenter.ru/assets/files/reliz190218.pdf (Дата обращения 20.01.2019).

УДК 331.55

ПОДХОД К АНАЛИЗУ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Алферов Владислав Андреевич,

студент факультета бизнеса, таможенного дела и экономической безопасности Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

Прокопец Наталья Николаевна,

ст. преподаватель кафедры экономической безопасности, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются подходы к оценке инвестиций в человеческий капитал. Предлагается авторский подход, основанный на зависимости между полезностью и специфичностью знаний.

Ключевые слова: человеческий капитал; инвестиции; квалификация; знания.

APPROACH TO ANALYSIS OF INVESTMENTS IN HUMAN CAPITAL

Alferov V.A.,

Student of the Faculty of Business, Customs and Economic Security, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

Natalia N. P.,

Senior Lecturer, Department of Economic Security, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg

ABSTRACT

The article discusses approaches to assessing investment in human capital. The author's approach is proposed, based on the relationship between utility and specificity of knowledge.

Keywords: human capital; investments; qualifications; knowledge.

Современные методы анализа инвестиций в человеческий капитал методологически основываются на общих принципах инвестиционного анализа. Так, Ваганян О.Г., анализируя инвестиционный потенциал организации, опирается на коэффициент Тобина. При этом в своих рассуждениях он говорит не столько о человеческом капитале организации, сколько оценивает интеллектуальный потенциал фирмы. В последующих работах данный автор приводит следующую формулу:

$$Z = (x_1 - x_2)/Y$$

где, Z – коэффициент эффективности инвестиций, X2 – величина интеллектуального капитала в конце периода, X1 – величина интеллектуального капитала в начале периода, Y – инвестиции в интеллектуальный капитал организации [1] [2].

Стоит отметить, что О.Г. Ваганян включал в оценку эффективности интеллектуального капитала все нематериальные активы, которыми владеет фирма (патенты, торговые марки и т. д.). Проблема данной оценки состоит в том, что они позволяют оценить прирост интеллектуального капитала на единицу инвестиций, что не позволяет определить утрату некоторой части инвестиций ввиду особенностей человеческого капитала как предмета инвестиций, речь о которых пойдет чуть позже.

Другие методы оценки основаны на спросе на увеличение образования как одного из факторов человеческого капитала. Возможен, например, следующий вариант оценки:

$$Y_n = X_0 + RC_n$$

где Y_n – заработки человека, имеющего п лет образования, X_o – заработки человека, не имеющего образования (не имеющего профессионального образования), R – текущая норма отдачи вложений в образование, $C_п$ - объем инвестиций в течение п лет обучения [3].

Отсутствие методологии по оценке и прогнозированию эффективности инвестиций в человеческий капитал рождают непонимание со стороны руководителей предприятий: с одной стороны, руководителям ясно, что необходимы инвестиции в образование и прочие аспекты человеческого капитала организации, с другой стороны, их объемы и эффективность от них остается неизвестной.

Согласно определению, человеческий капитал включает в себя инвестиции в сфере образования, здоровья и обучение [3]. Для целей данной работы в оценке инвестиций в человеческий капитал будет в основном использоваться методы оценки инвестиций в образование и обучение.

Так как основная цель производительного использования инвестиций – их окупаемость, то необходимо, чтобы инвестиции в человеческий капитал были рентабельными для организации, и затраты на внешнее и корпоративное обучение сотрудников окупались. Следовательно, помимо оценки необходимости в углублении знаний, либо получении новых, необходимо определить, как работник будет применять данную информацию, а также является ли данная информация необходимой для него. Исходя из этих гипотетических предпосылок, можно разделить проблему эффективности инвестиционной деятельности в человеческий капитал на два главных этапа: определение необходимости в получении дополнительного знания и определение объективной возможности для работника в получении дополнительной единицы информации.

Для того, чтобы определить полезность дополнительной единицы знания, нужно знать его специфичность: лежит ли она в основе данной специальности или используется только в определенный момент или на определенном оборудовании. Специфичность знания можно определить исходя из ее альтернатив и возможности дальнейшего использования. Если данное знание можно использовать только для одной операции и невозможно это знание переложить на другую, то этот актив специфичен для данного производства. Таким образом, специфичность в первом приближении можно оценить по формуле:

$$G = \sum OPR_i * \Delta Q$$

где G – полезность знания (руб.), OPR_i – роль операции в цикле производства (%), **ΔQ** – разница в объеме производства одного работника при получении знания (руб.).

Роль операции в цикле производства означает долю стоимости, которая приносит данная операция в производстве готовой продукции. Если все стадии цикла расписать таким образом, то в сумме получится цена продукции по формуле «затраты плюс». Роль операции, таким образом, будет равна доли отдельной операции из этого списка.

Из этой формулы видно, что полезность знания определяется двумя основными характеристиками: ролью операции в цикле производства, а также той полезностью, которая она принесет (увеличение объема производства). Чем значимее операция в цикле производства, тем, выше полезность данного знания. Также специфичность знаний нужно учитывать в разрезе должностей, которые занимает работник. Так, руководителю необходимо знать не только весь процесс, по которому происходит производство товара или услуги, но и обладать управленческими навыками для выстраивания коммуникаций с работником. Исходя из данных предпосылок, можно говорить о том, что зависимость между полезностью и специфичностью знаний будет выглядеть следующим образом:

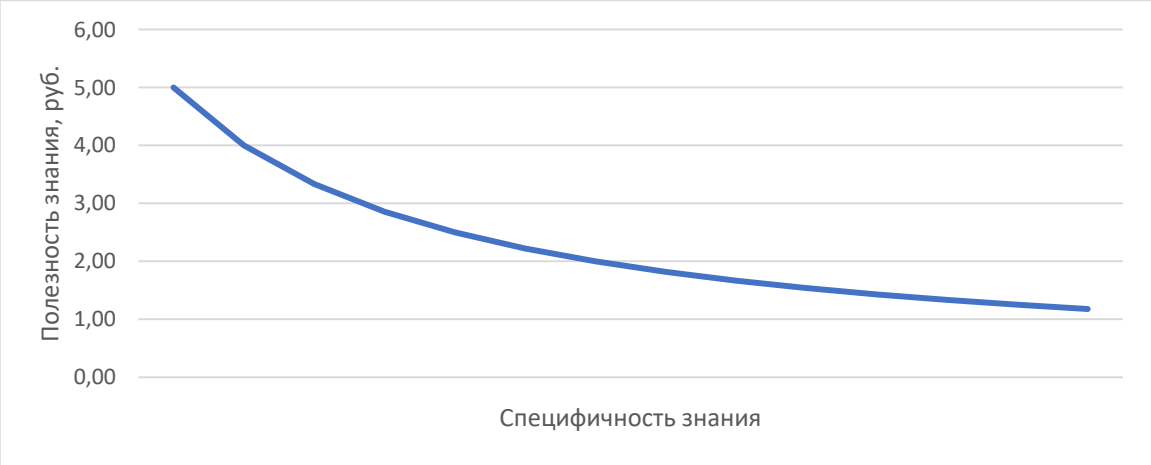

Рисунок 1 – Зависимостью между полезностью и специфичностью знаний

После определения полезности данного знания с учетом его специфичности можно применять обычные методы инвестиционного анализа, такие как чистый приведенный доход или внутренняя норма доходности. Далее необходимо оценить самого работника как носителя знаний.

Способности работника – это возможности работника к усвоению и применению на практике знаний, которые получены различными путями. Когда работодатель принимает на работу определенного человека он исходит из состоявшихся фактов его деятельности на момент поступления в компанию, т. е. исходит из его способностей, которые уже реализовались. Такими «сигналами» могут быть диплом о высшем образовании, стаж работы, научные публикации и так далее. Для определения потребностей работника и необходимости для организации в повышении его квалификации необходимо определить способности, которыми обладает работник, а также способы защиты от его оппортунистического поведения, которое возможно уже после осуществления инвестиций.

Для этого можно условно разделить работников на две группы. Работники группы А при получении единицы знаний выпускают больше продукции, чем работники группы Б, т. е. кривая полезности знаний для данных работников будет выше, чем у работников группы Б. Поэтому при одинаковом уровне знаний работник группы А использует дополнительную единицу знания более рационально, чем работник группы Б.

Следующая задача заключается в классификации работников. Основным классификационным признаком является анализ выгод для работника группы Б получение дополни-

тельной единицы знания? Если заработная плата зависит от объема производства, то безусловно выгодно, так как он все равно получит выигрыш, пусть даже и меньший, чем более эффективный работник. Если же заработная плата никак не зависит от производительности работника, то обучение невыгодно, т.к. выигрыш не повысится ни при каких условиях. Отсюда следует корректировка политики заработной платы для работников, прошедших обучение:

– в случае невыполнения плана, который был поставлен перед одним работником, с учетом вложения, он лишается премиальной части заработной платы, которая выплачивается исходя из разницы производительности до и после повышения квалификации;

– премиальная часть полагается работникам, прошедшим обучение, а также разделяется между наиболее производительными исходя из разницы производительности до и после повышения квалификации.

Список литературы

1. Ваганян О.Г. Уточненная оценка интеллектуального капитала на основе коэффициента Тобина и методика оценки эффективности инвестиций в интеллектуальный капитал // Российское предпринимательство. – 2007. – №11-1.

2. Ваганян О.Г. Методика оценки эффективности инвестиций в интеллектуальный капитал // КЭ. – 2007. – №9.

3. Бастрыкин С.В., Зайцев С.В., Чичканова К.А. Оценка эффективности инвестиций в человеческий капитал как элемент кадровой политики организации // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – №26 (425).

УДК 338.2:004.9

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СЕТЕВЫХ СТРУКТУР, СОЗДАВАЕМЫХ IT-КОРПОРАЦИЯМИ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

Шеметев Александр Александрович,

к.э.н., доцент кафедры СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается глобализация через призму экономических и финансовых показателей ключевых IT-корпораций. Основной аспект уделен развитию телекоммуникационных технологий по регионам мира. В статье также приводится авторский прогноз их развития на текущую перспективу.

Ключевые слова: экономика телекоммуникаций; телекоммуникации; IT-корпорации; бизнес-коммуникации; экономика; менеджмент; домашнее хозяйство.

TECHNOLOGY REVOLUTION: FEATURES OF FINANCIAL MANAGEMENT IN THE CREATED BY IT-CORPORATIONS INTEGRATED NETWORK STRUCTURES

Shemetev A.A.,

PhD in Economics, Associate Professor, RANEPA, Saint-Petersburg

ABSTRACT

This paper examines globalization through the prism of economic and financial performance of key IT-corporations. The main aspects are given to the development of telecommunication technologies over the regions of the world. The paper also contains the author's forecast of telecommunications' development for the current prospective.

Keywords: economics of telecommunications; telecommunications; IT-corporations; business communications; economics; management; household.

В современном мире все большее значение играет именно коммуникации как между отдельными индивидами, так и между различными структура-ми. Интернет, мобильная связь, стационарные АТС (стационарные телефоны), широковещательные каналы связи – все это лишь немногие примеры технологий связи, которые сегодня буквально окутывают Землю в единую информационную базу.

Качество бизнес-решений с современном мире зависит во многом от качества и скорости современных каналов связи, а так же от развития технологий защиты данных каналов от субъективных и объективных угроз.

Все средства телекоммуникационной связи принято делить на 5 больших категорий, отражающих различные технологии, и даже, можно сказать, эпохи развития методов связи: Мобильные средства коммуникации; Коммуникации посредством стационарных телефонов с использованием технологий применения станций АТС; Интернет-коммуникации; Проводные каналы сетевой коммуникации; Широковещательные мобильные полосы.

Развитие интернета со временем позволит повысить популярность имен-но интернет-коммуникаций, в частности, посредством совмещения мобильной связи и технологии интернет-связи. Зачатки данного процесса уже можно видеть и сейчас. Мир постепенно развивается таким образом, что спрос на теле-коммуникационные каналы связи с использованием стационарных АТС посте-пенно падает и просто меркнет в сравнении с бурным развитием мобильных и интернет-технологий.

Управление финансами и менеджмент во многом остаются интуитивными и степень вовлечения в них информационно-компьютерных технологий можно считать как недостаточную.

Уровень качества экспертизы управленческих софтов будет наиболее тесно коррелировать с показателями общего финансового здоровья организаций и предприятий, в особенности в показателями общего здоровья как градообразующих, так и малых и средних предприятий как будущего трудового потенциала нации.

Современный мир готовит новый технологический бум. Если в 2000-х та-ким бумом стало стремительное развитие мобильных телекоммуникационных технологий, то к 2020 году им станет разработка передового программного обеспечения в рамках как закрытых так и широковещательных сетей.

У данного рынка существует потенциал роста. В развитых странах спрос на дынный тип услуги только-только зарождается.

В рамках работы автором проведено исследование возможностей современных технологий искусственного интеллекта для формирования современных аналитических инструментов для целей контроля за финансовыми потоками как со стороны органов государственной власти, так и со стороны компаний.

В рамках исследования предложен алгоритм на базе технологий искусственного интеллекта в рамках четвертой технологической революции, который позволил проанализировать отечественную нефтегазовую отрасль за последние 20 лет и в автоматическом режиме написать 2 книги: на русском и английском языках.

В рамках исследования алгоритм смог генерировать человеческую речь, создавать таблицы, графики, а также анализировать их в автоматическом режиме.

В ходе исследований выявлен оптимальный алгоритм для анализа предприятия, представленный далее по тексту:

I. Экспресс-анализ деятельности предприятия

1. Финансовый аудит исходных данных

Этот этап важен, поскольку именно на нем определяется достоверность исходных данных и их применимость для последующего анализа.

2. Анализ по комплексной методике Дюпон

Данный этап призван создать первый имидж, первую картинку о деятельности предприятия на основе экспресс-метода.

3. Матричный анализ инвестиционного, операционного и финансового циклов предприятия

Данный анализ призван оценить временные рамки, в течение которых риски предприятия при большинстве вероятных исходов событий для предприятия останутся в пределах нормальных значений.

4. Идеалистический подход

На данном этапе формируется теоретический образ идеального предприятия для данного типа компании и оценивается соответствие предприятия образу.

5. Оценка финансовой прочности и рисков предприятия

На данном этапе проводится анализ потенциальной потери финансовой прочности компании, а также рисков, которые непосредственно связаны с названным показателем.

6. Расчет финансовой устойчивости

На данном этапе применяется более глубокий эвристический анализ. Финансовая устойчивость определяется как способность компании сохранять свои финансовые показатели деятельности при потенциальном наступлении неблагоприятных событий.

7. Прогноз жизненного цикла предприятия

На данном этапе определяется стадия жизненного цикла самого предприятия.

II. Комплексный финансовый анализ деятельности предприятия и анализ рисков

1. Общий экономический анализ

На данном этапе проводится оценка основных экономических показателей и трендов, которые непосредственно с ними связаны.

2. Анализ качественных показателей, связанных с денежными потоками

На данном этапе анализируются основные элементы, складывающие денежный поток предприятия.

3. Анализ финансовой устойчивости

На данном этапе речь идет о комплексном анализе финансовой устойчивости

4. Анализ финансовых коэффициентов

На данном этапе оцениваются показатели, выведенные через финансовые коэффициенты.

5. Анализ ликвидности

На данном этапе оценивается способность компании погашать свои обязательства при различных сценариях.

6. Анализ основных показателей результативности деятельности предприятия

На данном этапе оценивается цепочка ценообразования и ее отдача на показатели, важные для управленческого учета.

7. Анализ рентабельности

На данном этапе оценивается потенциал для воспроизводства прибыли самим предприятием.

8. Анализ деловой активности

На данном этапе оценивается интенсивность деловой деятельности компании.

9. Анализ вероятности банкротства

На данном этапе оценивается вероятность наступления неблагоприятных событий – в данном случае – банкротства.

10. Обобщение данных по анализу рисков

Это резюмирующая часть анализа.

Таким образом, видно, что оптимальный алгоритм анализа имеет в своем ключе 2 раздела: экспресс анализ и комплексный анализ.

Время анализа вместе с написанием книги, ее версткой и издательством занимает не более 17 минут. Итак, на что способен анализ.

7 и 10 мои книги полностью написаны компьютером. Книга называется: «Финансовые софты Александра Шеметева как инновационный подход к принятию управленческих ре-

шений на примере финансового анализа трех ведущих игроков бизнеса России за предыдущие 12 лет» [3] и она значительно отличается от моих предыдущих книг.

Дело всё в том, что эту книгу полностью написал компьютер, а, вернее, финансовый софт, который, в свою очередь, полностью разработал и создал я, Александр Шеметев.

Мои финансовые софты инновационные, – потому что для создания их алгоритмов я вложил микс из своих прогрессивных разработок по финансовому анализу и самых свежих и актуальных мировых трендах в области финансов.

И еще является очень важным, – мои финансовые софты делают полный финансовый анализ предприятий, финансовых структур, взяв для анализа только данные из «белого» баланса предприятий, оформленному по стандартам РСБУ, либо по стандартам ГААП или МСФО. А это является очень актуальным в наше интересное время применения оптимизационных трансформаций отчетности.

Расскажу несколько слов, как я (вернее, мы вдвоем с компьютером) написали эту книгу В моих софтах есть таблицы, куда необходимо внести данные из «белого» бухгалтерского баланса. Это занимает какое-то время.

Затем – нажатие кнопки, – и пью чай с бутербродом минуток 5-7, – и полный комплексный финансовый отчет готов по самой крупной компании России за 12 лет

И если не считать многомесячного, а иногда и круглосуточного труда над созданием моих финансовых софтов, – эти мои 7 и 10 книги написаны в рекордно короткие сроки. Вот почему они удивительные и достаточно отличаются от моих предыдущих книг.

В условиях четвертой технологической революции, полагаю, что процесс комплексного анализа, распределения финансовых потоков, формирование первичной реакции и автоматического регулирования, а также создание периодических изданий будет происходить за счет современных алгоритмов искусственного интеллекта.

В условиях четвертой технологической революции для крупных компаний будет актуально иметь нескольких хороших программистов, которые заменять большие штаты специалистов-экономистов, бухгалтеров, финансистов и налоговиков.

Предприятие от этого только выиграет, поскольку при заданных условиях произойдет экономия на заработной плате, потому что не придется содержать штаты сотрудников.

Также будет ощутима экономия времени, поскольку компьютер способен выполнять работу в короткие сроки и в рамках установленных программным обеспечением и железом временных рамок.

Кроме того, увеличится степень сохранности коммерческой тайны на предприятии, поскольку меньше сотрудников будут знать о финансовых аспектах деятельности компании.

Список литература

1. Шеметев А.А. Самоучитель по комплексному финансовому анализу и прогнозированию банкротства; а также по финансовому менеджменту-маркетингу. – Екатеринбург: Полиграфист, 2010. – 636с.

2. Шеметев А.А. Развитие и применение цифровизации: Искусственный интеллект для компании: 数字化开发与应用：销售系统的人工智能 // СПб: РАНХиГС. – 2018.

3. Шеметев А.А. Финансовые софты Александра Шеметева как инновационный подход к принятию управленческих решений на примере финансового анализа трех ведущих игроков бизнеса России за предыдущие 12 лет. СПб: ФинСофт.рф. – 2013.

4. Shemetev A. FinSoft.Systems performing financial analysis: RSBU, GAAP, IFRS. The leading Russian companies. Analysis for the last 20 years (by one button click). – Saint-Petersburg: FinSoft.Systems. – 2018. – 256 pp.

УДК 338.26

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО РАЙОНА КИНЕЛЬСКИЙ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Буланкина Екатерина Владимировна,
к.и.н., доцент ФГБОУ ВО Самарская ГСХА, г. Самара
Белугин Роман Михайлович,
ведущий ветеринарный врач ГБУ СО СВО Самарская СББЖ, г. Кинель

АННОТАЦИЯ

В статье анализируется социально-экономическое развитие муниципального района Кинельский Самарской области за 2017-2018 гг. , рассмотрен перечень приоритетных направлений работы Администрации муниципального района. В ходе исследования сделан вывод, что в своем развитии м.р. Кинельский занимает серединное положение среди муниципальных районов Самарской области.

Ключевые слова: муниципальный район; социально-экономическое; развитие; бюджет; конкурентоспособность района.

FEATURES OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE MUNICIPAL DISTRICT OF KINEL SAMARA REGION

Bulankina E.V.,
PhD in History, associate professor of Samara State Agricultural Academy, Samara
Belugin R.M.,
Leading veterinarian GBU SB SVO Samara SBBZH, Kinel

ABSTRACT

The article analyzes the socio-economic development of the municipal district of Kinelsky of the Samara region for 2017-2018, considered a list of priority areas of work of the Administration of the municipal district. The study concluded that in its development m. Kinelsky occupies a middle position among the municipal districts of the Samara region.

Keywords: municipal district; socio-economic; development; budget; district competitiveness.

2018 год стал знаменательным в жизни района. Президент России Владимир Путин в своем Послании определил основные приоритеты, главные цели и задачи, которые обозначили дальнейшее направление социально-экономического развития района. Именно социально-экономическое развитие муниципалитетов, создание комфортных условий проживания и является залогом развития сельских районов [1].

По итогам 2018 года в муниципальном районе Кинельский темпы экономического развития неоднозначны. Индекс производства товаров и оказания услуг в базовых видах экономической деятельности (сельское хозяйство, добыча полезных ископаемых, промышленность, транспорт и связь, строительство, операции с недвижимым имуществом и др.) в 2018 году составил 106,2% в действующих ценах и 99,9% в сопоставимых к уровню 2017 г. [4].

Отмечается положительная динамика в нефтедобывающей отрасли, розничной торговле, жилищном строительстве и инвестиционной деятельности. В тоже время сократились объемы промышленного и сельскохозяйственного производства. Несмотря на разнонаправленную динамику развития Кинельского района по основным макроэкономическим показателям, в целом, социально-экономическая ситуация в районе оценивается как относительно стабильная.

Основной вклад в развитие экономики муниципального района в 2018 году внесли промышленность (в структуре валового территориального продукта на ее долю приходится 54,1%), добыча полезных ископаемых (16,8%), инвестиции (15,3%), сельское хозяйство (13,8%).

АПК сегодня - это 40 сельскохозяйственных организаций, 70 крестьянских (фермерских) хозяйств, 15 перерабатывающих предприятий, 9 предприятий потребкооперации, из них 5 потребительских обществ, 2 кредитных кооператива и 2 потребительских обслуживающих кооператива, 12371 личное подсобное хозяйство. В сельскохозяйственном обороте находится 95,1 тыс. га пашни [5].

По данным заключительного отчета о севе общая площадь посевных площадей предприятий АПК муниципального района Кинельский всех форм собственности составила 75 468 га, что на 538 га больше уровня 2017 года. Наибольший удельный вес (53,6%) занимают посевы зерновых и зернобобовых культур – 40 477 га. Уборочная площадь зерновых составила 38854 га. Намолочено 80108 тонн зерна в весе после доработки. Урожайность 20,6 цн/га. Лидерами по валовому производству зерна в 2018 являются ООО «Парфеновское» - 13316 тн (урожайность 23,4 цн/га), ООО «БИО-ТОН» - 8956 тн (урожайность 31,2 цн/га), ООО «Астра» - 6711 тонн (урожайность 24,5 цн/га). На 2018 год району был установлен план по валовому сбору зерна - 68,7 тыс.тн. Несмотря на неблагоприятные погодные условия, данный показатель был выполнен на 116,6% [4].

Обеспеченность кормами производителей животноводческой продукции всех форм собственности на период зимовки 2018-2019 г.г. составила свыше 100%. В течение летнего и осеннего периода был проведен весь комплекс полевых работ под урожай 2019 года. Площадь сева озимой пшеницы составила 18,7 тыс. га или 122,2% к уровню 2017 г. (15,3 тыс. га). Осенняя подготовка почвы проведена на площади 46,7 тыс. га, из них вспахано 19,6 тыс.га.

Задание по производству молока в хозяйствах всех категорий на 2018 год составило 20501 тн. Фактически произведено 23300 тн, что превышает плановый показатель на 1161 тн (113,7%). Большую роль в достижении столь высоких показателей сыграли сельскохозяйственные организации - являются ООО «СХП «ЭкоПродукт», СПК (колхоз) им. Куйбышева, СПК (колхоз) им. Калягина, ООО «имени Антонова», увеличившие производство молока к уровню предыдущего года на 717,0 тн (4,2%). По валовому производству молока бесспорным лидером не только в районе, но и в Самарской области является ООО «СХП ЭкоПродукт» - руководитель Фаерман Михаил Ильич. В 2018 году производство молока на предприятии составило 10061тн, а надой на 1 фуражную корову – 10011 кг в год.

Поголовье КРС на 01.01.2019 года в хозяйствах всех категорий составило 14799 голов (+ 1061 гол. (107,7%) к уровню предыдущего года), в том числе коров – 5519 голов (+ 527 гол. (110,6%) к уровню предыдущего года).

Задание по производству скота на убой в живом весе в 2018 году составило 7800 тн. Фактически производители всех форм собственности обеспечили производство 8988 тн. Задание перевыполнено на 15,2%. К уровню аналогичного периода 2017 года объем производства скота на убой в живом весе уменьшился на 1866 тн (17,2%). Снижение вызвано ликвидацией поголовья свиней в ООО «Гибридный». Ситуация прогнозировалась заранее, что и было учтено при утверждении задания на 2018 год.

Более половины (58,7%) всего произведенного скота на убой дали КФХ (5274,7 тн). Лидерами по производству мяса среди КФХ являются ИП глава КФХ Гасоян Ж.Ш. – 1718,7 тн , ИП глава КФХ Бакоян А.А. – 1555 тн, ИП глава КФХ Егутов А.И. – 1031,3 тн, Набоян М. – 1310,6 тонн.

В 2018 году сельхозтоваропроизводителями приобретено 38 единиц самоходной техники и 142 единицы прицепного и навесного оборудования на общую сумму 282,3 млн. руб.

В рамках реализации мероприятий государственной программы Самарской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции,

сырья и продовольствия Самарской области» на 2014 - 2020 годы, утвержденной постановлением Правительства Самарской области от 14.11.2013 № 624 продолжает оказываться содействие малым формам хозяйствования [2]. Главы КФХ активно участвуют в областной программе грантовой поддержки. Так за период с 2012 по 2018 г.г. 25 КФХ получили гранты на общую сумму 102,1 млн. руб., в том числе в 2018 году 2 КФХ - на 8,9 млн. руб.

На Поволжской агропромышленной выставке активное участие принимали научные учреждения, сельскохозяйственные организации, предприятия пищевой промышленности, КФХ, ЛПХ. Ими было получено в общей сложности 20 золотых и 1 серебряная медаль [3, 124].

В 2018 году средства местного бюджета, выделенные на развитие агропромышленного комплекса, были направлены на поддержку сельхозтоваропроизводителей по следующим направлениям:

– предоставление субсидий на возмещение части затрат на развитие молочного скотоводства - 27,5 млн.рублей;

– предоставление субсидий за ввод в оборот неиспользуемой пашни и залежей – 0,139 млн. рублей;

– предоставления субсидий крестьянским (фермерским) хозяйствам, включая индивидуальных предпринимателей, на возмещение части затрат на закупку кормов для содержания крупного рогатого скота – 0,308 млн. рублей.

Данная поддержка оказала положительное влияние на выполнение всех контрольных показателей.

За 2018 год в консолидированный бюджет муниципального района поступило 639,3 млн. руб., что составляет 99,1% от утвержденной сумме годовых назначений и на 11,4% превышает доходы 2017 года. Исполнение бюджета по собственным доходам составило 99,5% (при плане 333592,0 тыс. руб. поступило 332047,4 тыс.руб.), по безвозмездным поступлениям – на 98,7% (при плане 311239,0 тыс. руб. поступило 307240,6 тыс.руб.) [4].

По сравнению с прошлым годом в целом доходы увеличились на 11,4% (65470,9 тыс.руб.), в том числе за счет собственных доходов - на 7,1% (21881,6 тыс.руб.), по безвозмездным поступлениям – на 16,5% (43589,3 тыс.руб.). Доходная и расходная часть консолидированного и районного бюджетов на 01.01.2019 года представлена в таблицах 1 и 2.

Таблица 1

Доходы консолидированного бюджета муниципального района Кинельский (тыс. руб.)

Виды доходов	Факт 2017 г.	Первоначальный план на 2018г.	Уточненный план на 2018г.	Факт 2018г.	% выполнения за 2018г.		
					к факту 2017г.	к первоначальному плану на 2018г.	к уточненному плану на 2018г.
Доходы всего:	573 817,1	403 856,5	644 831,0	639 288,0	111,4	158,3	99,1
в том числе:							
собственные доходы	310 165,8	275 650,7	333 592,0	332 047,4	107,1	120,5	99,5
налоговые доходы	227 683,9	205 494,6	249 390,2	249 216,8	109,5	121,3	99,9
неналоговые доходы	82 481,9	70 156,1	84 201,8	82 830,6	100,4	118,1	98,4
безвозмездные перечисления	263 651,3	128 205,8	311 239,0	307 240,6	116,5	239,6	98,7

Таблица 2

Доходы бюджета муниципального района Кинельский (тыс. руб.)

Виды доходов	Факт 2017 г.	Первоначальный план на 2018г.	Уточненный план на 2018г.	Факт 2018г.	% выполнения за 2018г.		
					к факту 2017г.	к первоначальному плану на 2018г.	к уточненному плану на 2018г.
Доходы всего:	458 264,6	295 397,3	507 249,1	500 552,3	109,2	169,5	98,7
в том числе:							
собственные доходы	192 619,3	170 594,2	210 921,2	210 921,1	109,5	123,6	100,0
в том числе:							
налоговые доходы	126 210,1	112 710,7	143 807,3	143 807,3	113,9	127,6	100,0
неналоговые доходы	66 409,2	57 883,5	67 113,9	67 113,8	101,1	115,9	100,0
безвозмездные перечисления	265 645,3	124 803,1	296 327,9	289 631,2	109,0	232,1	97,7

Расходы консолидированного бюджета муниципального района за 2018 год составили 657,3 млн. руб. (93,8% от годового плана), что на 11,0% больше, чем за 2017 год (592196,2 тыс.руб.).

Важным направлением деятельности руководства муниципального района при исполнении бюджета является решение социально-значимых вопросов на всей территории муниципального района. По итогам исполнения консолидированного бюджета муниципального района за 2018 год сложился дефицит в сумме 18,0 млн. руб., расходы консолидированного бюджета представлены в таблице 3 и 4.

Таблица 3

Расходы консолидированного бюджета муниципального района Кинельский (тыс. руб.)

Виды расходов	Факт 2017 г.	Первоначальный план на 2018 г.	Уточненный план на 2018 г.	Факт 2018 г.	% выполнения за 2018 г.		
					к факту 2017 г.	к первоначальному плану на 2018 г.	к уточненному плану на 2018 г.
Расходы всего:	592196,2	428930,0	700735,8	657250,7	111,0	153,2	93,8
в том числе:							
- функционирование местных администраций	72994,2	72566,9	72396,5	72174,9	98,9	99,5	99,7
- здравоохранение	-	-	5335,1	5307,9			99,5
- образование	112361,1	84601,8	129087,4	117168,9	104,3	138,5	90,8
- культура	61068,0	60913,3	75594,8	74288,2	121,6	122,0	98,3
- ЖКХ	162758,4	57491,3	155167,7	135804,5	83,4	236,2	87,5
-социальная политика	29677,0	13839,4	52353,9	51511,2	173,6	372,2	98,4
-национальная экономика	74482,1	62110,8	116005,4	108265,2	145,4	174,3	93,3
- прочие расходы	78855,4	77406,5	94795,0	92729,9	117,6	119,8	97,8
Дефицит (профицит)	-18379,1	-25073,5	-55942,1	-17962,6	97,7	71,6	32,1

Таблица 4

Расходы бюджета муниципального района Кинельский (тыс. руб.)

Виды расходов	Факт 2017 г.	Первона-чальный план на 2018 г.	Уточнен ный план на 2018 г.	Факт 2018 г.	% выполнения за 2017 г.		
					к факту 2017 г.	к перво начальному плану на 2018 г.	к уточ-ненному плану на 2018 г.
Расходы всего:	479319,8	310278,4	555311,2	518126,0	108,1	167,0	93,0
в том числе:							
- функционирование местных администраций	43700,1	41843,6	42503,9	42426,3	97,1	101,4	99,8
- здравоохранение	-	-	5335,1	5307,9			99,5
- образование	109681,3	81631,9	126327,1	114481,1	104,4	140,2	90,6
- культура	26593,1	26431,7	36465,2	35484,6	133,4	134,3	97,3
- ЖКХ	98653,1	3424,5	70149,6	53777,3	54,5	1570,4	76,7
- социальная политика	28654,1	12800,8	51215,5	50427,1	176,0	393,9	98,5
-национальная экономика	57162,5	47254,3	98565,9	92159,2	161,2	195,0	93,5
- прочие расходы	114875,6	96891,6	124749,0	124062,5	108,0	128,0	99,4
Дефицит (профицит)	-21055,3	-14881,1	-48062,1	-17573,7	83,5	118,1	36,6

В 2018 году наблюдался рост инвестиционной активности предприятий и организаций Кинельского района. Тем не менее, в данном секторе продолжают оказывать негативное влияние такие факторы, как: удорожание кредитных ресурсов, рост цен в инфраструктурном секторе, ограничение государственного спроса.

По оценке на развитие экономики и социальной сферы муниципального района за счет всех источников финансирования в 2018 году направлено более 4120,0 млн. руб. или 115,7% в сопоставимых ценах к уровню в 2017 г. (3477,3 млн.руб.). Превышение произошло, главным образом, благодаря более активной инвестиционной деятельности предприятий обрабатывающих производств (Филиал ПВК «Балтика» - «Балтика-Самара», ООО «Самарские мельницы», ООО «Роспромстрой», ООО «Целер»), а также предприятий добычи и транспортировки нефти и газа ((БКНС «Комсомолец» ОА «Транснефть-ПРИВОЛГА», АО «Транснефть-ПРИВОЛГА» в Кинельском районе, АО «Самаранефтегаз», АО «РИТЭК»).

Таким образом, в 2018 году в перечень приоритетных направлений деятельности администрации муниципального района Кинельский вошли:

- развитие человеческого капитала;
- экономическое развитие и повышение инвестиционной привлекательности;
- устойчивое развитие агропромышленного комплекса и сельских территорий;
- обеспечение эффективного управления и развитие гражданского общества.

Общие сведения по объемам бюджетных вложений района разные социальные сферы жизни представлена на рисунке 1.

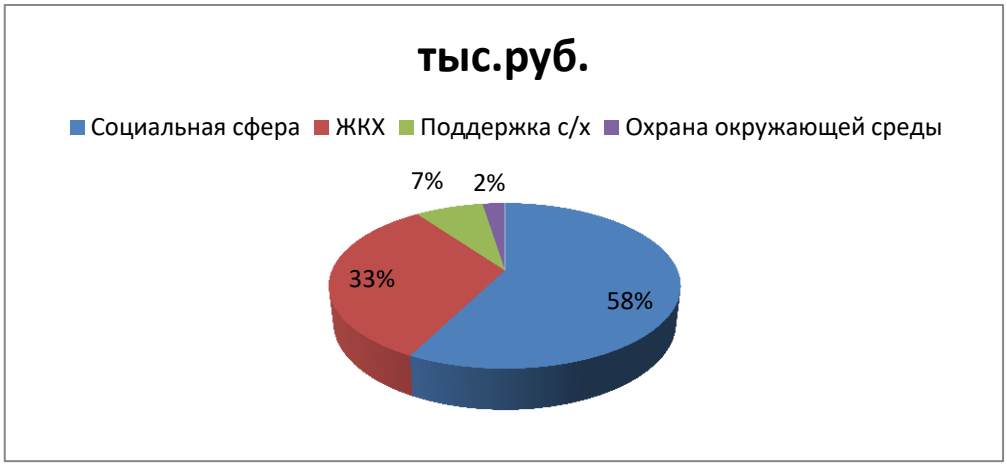

Рисунок 1 – Суммарная доля бюджетных вложений по основным направлениям, 2018 год

Бюджет района строится из доходов поселений, представлены на рисунке 2.

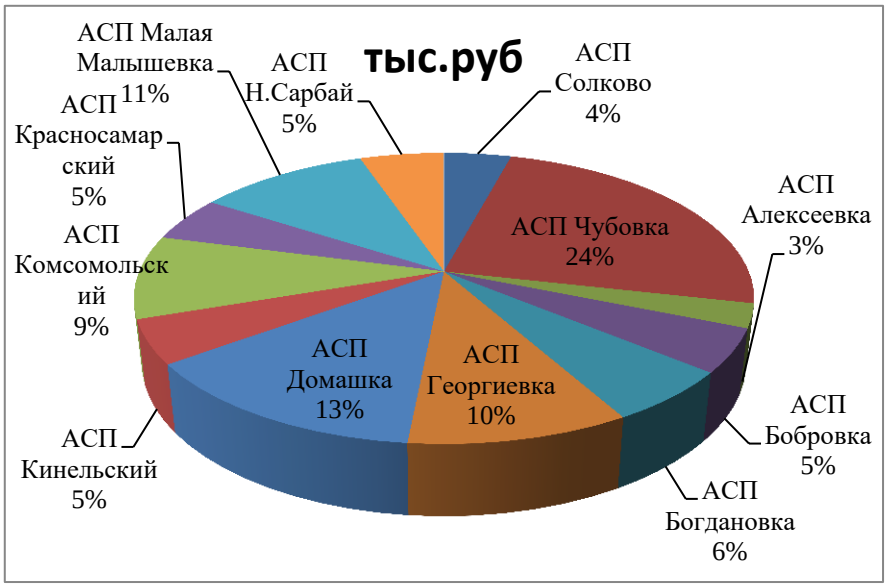

Рисунок 2 – Доходы м.р. Кинельский в разрезе поселений, 2018 год

Итогом реализации мероприятий по развитию человеческого капитала были проведены мероприятия, направленные на развитие социальной инфраструктуры Кинельского района и создание условий для развития человеческих ресурсов и эффективности их использования. Была продолжена работа по сокращению очередности в дошкольные образовательные учреждения, которая принесла положительный результат. В результате доля детей в возрасте 1-6 лет, стоящих на учете для определения в муниципальные дошкольные образовательные учреждения, в общей численности детей данной возрастной группы сократилась с 12,4% в 2016 году до 12,32% в 2017 году.

На проведение капитального и текущего ремонта образовательных учреждений муниципального района в 2018 году было направлено 25,7 млн. руб. бюджетных средств [4].

В рамках реализации муниципальной программы «Формирование современной городской среды муниципального района Кинельский Самарской области до 2022 года» на программные мероприятия было выделено средств пяти сельским поселениям в размере 13,7 млн.руб. В 10 поселениях в рамках программы «Формирование современной комфортной среды муниципального района Кинельский Самарской области на 2018 год» были отремон-

тированы придомовые территории 108 многоквартирных домов – половины всего жилого многоквартирного фонда муниципалитета. На эти цели было направлено 52,5 млн.руб.

Кроме этого, большое внимание было уделено состоянию автодорог, развитию на селе жилищного строительства, социальной и спортивной инфраструктуры.

Благодаря слаженной и своевременной работе всех заинтересованных структур и подразделений администрации муниципального района улучшить свои жилищные условия смогли различные категории граждан.

В 2018 году общая сумма финансирования из бюджетов всех уровней мероприятий по обеспечению жильем 3-х молодых семей по программе «Молодой семье - доступное жилье» составила 2438,0 тыс. руб., ими приобретено и построено 169,8 кв. метров общей площади жилья.

В 2018 году выделены денежные средства (9050,7 тыс.руб.) на обеспечение новым жильем 8-и детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей (234,2 кв.м) в пос. Кинельский.

В соответствии условиями федеральной целевой программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014-2017 годы и на период до 2020 года» в 2017 году 2 семьи, проживающих и работающих в Кинельском районе, изъявили желание принять в ней участие, общая сумма социальных выплат на них составила 2262,5 тыс. руб., ими приобретено 97,0 кв. метра общей площади жилья. Кроме того, в 2017 году 4 семьи освоили 8019,9 тыс. руб., выделенные им в 2016 году и приобрели 470,0 кв. метров общей площади жилья.

В 2018 году улучшены жилищные условия 1-й вдове участника ВОВ. Ей приобретено жилье общей площадью 31,5 кв. метров. Сумма социальной выплаты составила 1234,2 тыс. руб.

Из областного бюджета была произведена социальная выплата в сумме 1,1 млн. руб. для обеспечения жильем 1-го труженика тыла (47,2 кв.м). Кроме этого, за истекший год были улучшены жилищные условия 1-му ветерану боевых действий, которому было выделено 660,1 тыс.руб. на приобретение 60,7 кв.м жилья и 1-му инвалиду по общему заболеванию на приобретение 60,7 кв.м [4].

Другим не менее значимым направлением является экономическое развитие и повышение инвестиционной привлекательности района.

Знаковым событием текущего года стало завершение строительства первой очереди фабрики по производству пищевых грибов и грибной продукции ООО «НПО Биогрин» которая будет введена в эксплуатацию до конца текущего года. Стоимость 1-й очереди 600 млн. рублей. Планируемая производственная мощность выращивания – 7 тонн грибов в сутки.

В сельском поселении Малая Малышевка оформлен земельный участок и проведены работы по подготовке коммуникаций под строительство комплекса по выращиванию шампиньонов. Инвестором данного проекта является группа компаний «Орикс». Инвестиционный проект «Строительство комплекса по промышленному выращиванию и переработке гриба шампиньон на компосте собственного производства в Самарской области начал реализовываться еще в 2017 году.

На новом производстве, в отличие от действующего, предусматривается использование более современной технологии выращивания грибов, широко применяющейся в Голландии, Польше и других европейских странах. Оно будет состоять из:

– компостного завода производительностью 80 тысяч тонн в год;

– грибного комплекса общей площадью по выращиванию в закрытом грунте 74,1 тысячи кв. м и производительностью 24,9 тысячи тонн шампиньонов в год;

– производства по выращиванию гриба вешенки с применением стерильных баночных технологий производительностью 1,4 тысячи тонн в год;

– производства покровной почвы – 35,6 тысячи тонн в год;
– производства пластиковой тары – 8 млн штук в год;
– – цеха заморозки продукции – 2,5 тысячи тонн в год;
– – логистического центра и объектов инженерной инфраструктуры.

Новые производства это и повышение продовольственной безопасности, и новые рабочие места, и конечно же налоговые поступления в бюджет.

В рамках программы «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014 – 2017 годы и на период до 2020 года» в районе продолжает создаваться социальная инфраструктура, решаются вопросы обеспечения сельчан жильем, осуществляется строительство объектов газоснабжения, реализуются местные инициативы граждан. Это позволяет делать жизнь на селе комфортнее и привлекательнее.

Руководством района продолжается активная работа по обеспечению эффективного управления и развитие гражданского общества, рассматриваемого как одного из стратегических направлений развития института местного самоуправления, информационно-коммуникационного пространства и положительного имиджа муниципального района Кинельский.

В целом, уровень социально-экономического развития Кинельского района позволяет ему быть достаточно конкурентоспособным на фоне всех муниципальных районов Самарской области. В современной экономической литературе понятие «конкурентоспособность территориального образования» сводят либо на уровень государства, либо на уровень крупных корпораций, представляя как «бизнес-систему, способную завоевывать и удерживать существенную долю рынка, а, следовательно, обеспечивать рост доходов и финансовое благополучие». Чаще всего конкурентоспособность территории рассматривают «как способность создавать условия на внутренних и внешних рынках».

Результаты проведенного исследования позволяют заключить, что конкурентоспособность Кинельского района в 2015 г. резко снизилась по сравнению с 2013 – 2014 гг., однако с 2016 г. начала восстанавливаться. Самыми проблемными факторами района являются «Инфраструктура» и «Бюджет». Несмотря на разнонаправленную динамику развития Кинельского района по основным макроэкономическим показателям, в целом, социально-экономическая ситуация в районе оценивается как относительно стабильная. Можно заключить, что муниципальный район Кинельский занимает прочную среднюю позицию по уровню конкурентоспособности с тенденцией к более высокому положению в рейтинге.

Список литературы

1. Ларичева З.М. Социально-экономическое развитие: проблемы и перспективы // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – № 5. – С.38-43.

2. Государственная программа Самарской области «Устойчивое развитие сельских территорий Самарской области на 2014-2017 годы и на период до 2020 года»: утв. постановлением Правительства Самарской области от 13 ноября 2013 г. № 616. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mcx.samregion.ru/mainmenu/npd/ (дата обращения 14.03.2019).

3. Буланкина Е.В. Реализация государственной политики импортозамещения в сельском хозяйстве Самарской области: анализ конгрессно-выставочной деятельности региона // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 1 (46). – С. 123-126.

4. Основные итоги социально-экономического развития муниципального района Кинельский за 2018 год, доклад главы района // Текущий архив Администрации м.р. Кинельский Самарской области. 2019.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ ИНТЕГРАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ В ОБЩИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПРЕДПРИЯТИЯ

Суварян Мери Акоповна,

магистрант, Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Калуга

АННОТАЦИЯ

В работе обобщены современные процессы управления маркетингом, выявлена роль межфункциональных команд в развитии маркетинговых структур и рассмотрены этапы процесса бизнес-инжиниринга, а также подходы представителей разных школ к проблеме интеграции управления маркетингом.

Ключевые слова: маркетинг; управление маркетингом; процессы интеграции; межфункциональные команды; организационное моделирование; процессное моделирование; количественное моделирование; стратегическое моделирование; бизнес-инжиниринг.

MODERN PROCESSES OF INTEGRATION OF MANAGEMENT OF MAR-KETING IN GENERAL MANAGEMENT OF PREATTRACTION

Suvaryan M.A.,

Master student, Financial University under the Government of the Russian Federation

ABSTRACT

The work summarizes the modern processes of marketing management, the role of inter-functional teams in the development of marketing structures and the stages of the process of business engineering, as well as the approaches of the representatives of different schools to the problem of integration Marketing Management.

Keywords: marketing; management of marketing; integration processes; inter-functional teams; organizational modeling; process modeling; quantitative modelling; strategic modeling; Business-engineering.

Используя возможности маркетинга, компания обозначает собственное позиционно – деятельностное поведение в рыночных условиях, которое, со своей стороны, базируется на экспертно - аналитическом (рефлективном) отслеживании хода движения и обращения продукции при реализации определенной ценовой политики под воздействием факторов внешней и внутренней среды в целях получения максимально допустимых итоговых результатов. Развитие, сопровождающееся риском и неопределенностью, является характерным для рыночной ситуации [5, стр.72].

Процесс управления маркетингом – это целенаправленная деятельность предприятия по урегулированию собственного положения на рынке путем осуществления планирования, организации, учета, контроля выполнения каждой стадии позиционно – деятельностного поведения компании под воздействием закономерностей развития рыночной среды, влиянием конкурентных сил для обретения статуса прибыльной фирмы и эффективности функционирования субъекта предпринимательства на рынке.

В связи со значимостью принятия решений на стратегическом уровне и необходимостью выработки определенных операционных процедур и процессов для успешного внедрения управления маркетингом в менеджмент координирующее значение придается интересам фирмы и отдельных его структурных подразделений [10, стр. 145].

На сегодняшний день с созданием межфункциональных команд в структуре компаний имеет место тенденция принятия и осуществления маркетинговых решений собственно на уровне этих команд, состоящих из различных подразделений, к примеру: отдел сбыта, финансовая служба, производственный отдел, служба маркетинга и пр.

Межфункциональная команда представляет собой дальнейшее развитие идейных начал и методов матричной организации маркетинга [4, стр. 17].

Необходимо почеркнуть, что деятельность межфункциональных команд состоит не только в принятии маркетинговых решений, но и в помощи руководителю на пути их достижения, к примеру, в создании нового вида продукта, качественной реализации рекламных компаний и пр.

Функционирование подобных команд, являющихся универсальными по своей сути, обеспечивают наличие постоянной взаимосвязи между всеми функциональными отделами компании. В их обязанности также входят вопросы планирования и распределения бюджета, команды наделены компетенцией контроля исполнения принимаемых решений [9, стр. 47].

Способствуя оперативному приспособлению к меняющимся условиям рыночной среды и потребностям клиента, что сегодня представляет одну из наиболее значимых задач для любого предприятия, межфункциональные команды формируют свою собственную политику управления аспектами внешних и внутренних отношений компании.

Следует заметить, что маркетинг часто применяется в процессах бизнес-инжиниринга, который обозначается как метод, дающий возможность организациям быстро адаптироваться к условиям изменяющейся внешней среде. Эксклюзивное новшество бизнес-инжиниринга состоит в подробном описании составляющих элементов управления бизнесом, предусматривающим интегрированные решения функциональных разделов системы управления. При этом широко используются возможности компьютерных технологий [6, стр. 84].

Данный процесс состоит из 4 этапов. Первый из этапов этого процесса – стратегическое моделирование. Применение маркетингового анализа на 1-м этапе связано с формулированием целей и стратегий.

2-й этап именуется «Организационное моделирование». На указанном этапе имеет место проецирование стратегии на функции и организационные звенья предприятия [1, стр. 73-75].

Следующий этап, процессное моделирование, предоставляет возможность построить несвязанные функции в комплекс последовательных действий по достижению целей. 4-й этап – количественное моделирование, рассматривающее создание финансовой модели бизнеса. При таких обстоятельствах, применение всех 4 этапов процесса бизнес-инжиниринга способствует обеспечению четкой последовательности действий, где тесно увязаны все функции компании, в их числе и маркетинговая функция [2, стр. 43-45].

Существенную роль в развитии идеи интеграции сыграли известные представители гарвардской школы бизнеса П. Лоренс и Дж. Лорш. В ходе проведенных исследований влияния внешней среды на внутреннюю среду было выявлено, что установки менеджеров по временному фактору, целевой ориентации и человеческим отношениям различаются, принимая в расчет аспекты их функциональной деятельности. Ввиду значительных различий по вышеприведенным параметрам имелась потребность в объединении усилий для достижения одних и тех же целей. Учет отрицательного влияния дифференциации и несогласованности в действиях функциональных подразделений на эффективность деятельности компании в целом способствовало появлению в компаниях, которые исследовали П. Лоренс и Дж. Лорш, специализированных отделов, ведающих вопросам интеграции конкретных функциональных служб [8, стр. 20].

Применительно к отечественной научной общественности можно привести труды Б.З. Мильнера по теории организаций, исследователь отводит значительное внимание проблеме взаимосвязи структурных подразделений и вопросам координации их деятельности. Так, анализируя современные тенденции развития организаций управления, Б.З. Мильнер отражает в числе прочих интегрированную организацию с пересекающимися функциями. «Организация управления в 21 веке, судя по всему, будет иметь форму матрицы, так как ни одно важное решение не сможет приниматься, если оно не содержит интеграцию и координацию целого ряда функций» [3, стр. 142].

Процесс организации управления маркетингом ориентирован на развитие самой маркетинговой функции, создание маркетинговой системы и продвижение работы службы маркетинга в компании.

В современном обществе прослеживается ряд новых тенденций, обусловленных принятием и выполнением маркетинговых решений на основе учреждения «межфункциональных команд», активным вовлечением маркетинга в процедуры бизнес-инжиниринга. В связи с чем, центральное значение отводится установлению связей маркетинга с производственными процессами, финансами, сферами снабжения и сбыта, администрированием. Маркетинг играет интегрирующую роль в комплексе усилий фирмы в рыночной среде. Реализуется идейное начало, когда успешная деятельность компании, ее прибыльность и дальнейшее совершенствование все больше зависят от умения максимально адаптировать применение потенциальных возможностей компании сообразно требованиям, выдвигаемым рынком [7, стр. 45-46].

Типовое положение о службе маркетинга в компании исходит из общих принципов, функций и методик маркетинговой деятельности. Организационная структура рассматривает использование функционального или матричного подхода.

Квалифицированные менеджеры и специалисты в сфере маркетинга осуществляют различные функции, связанные с разработкой и принятием стратегических и оперативных решений на всех уровнях управления компанией, непосредственно реализуют данные решения, а также выполняют ряд технических и вспомогательных работ [6, с. 83-85].

На сегодняшний момент, невзирая на известный дефицит специалистов и менеджеров в области маркетинга, касательно уровня их компетентности предъявляется определенные требования. Речь идет о владении в высокой степени профессиональными навыками и умениями, о конкретных личностных качествах, а также об умении реализовывать с практической позиции маркетинговые цели и задачи. Преобладающим фактором становятся верный подбор и расстановка кадров, повышение квалификации сотрудников службы маркетинга, развитие мотивационной составляющей персонала, эффективная организация всех сторон маркетинговой деятельности.

Список литературы

1. Багиев Г.Л., Новиков О.А. Маркетинг средств производства: основы планирования, организации, экономики: Учеб. Пособие. – Л.: ЛФЭИ, 2017. – 342 с.

2. Баранчеев В., Стрижов С. Анализ и оценка маркетингового потенциала предприятия // Маркетинг. – № 5. – 2015. – с. 42 – 50.

3. Березин И. Маркетинг и исследование рынков. – М.: «Русская Деловая Литература», 2015. – 264 с.

4. Егорова О.В., Лабецкая Т.З., Тарутин А.В. Проблемы маркетинга на промышленных предприятиях в условиях кризиса // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – № 3 (9). – 2016. – с. 16-21.

5. Звягинцев В.Б. Разработка маркетинговой стратегии предприятия и контроль над ее реализацией // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2015. – № 1. – С. 72 - 82.

6. Морозова О.А. Системный подход к развитию маркетинга на предприятии // Теория и практика рыночных отношений в современных условиях: Сб. науч. тр. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2018. – с. 83-90.

7. Морозова О.А. Методические аспекты интеграции маркетинга в систему управления // Сборник тезисов Первой научной сессии аспирантов и магистрантов 28 января 2000 г. – Новосибирск: НГАЭиУ, 2015. – с. 45-46.

8. Токун Л. Маркетинг в работе предприятий частнопредпринимательского сектора // Проблемы теории и практики управления. – № 8. – 2016. – с. 17-24.

9. Aaker D.A., Day G.S. Marketing research. 2 ed. - New York. – A.O.: Wiley, 2018. - XVII, 731 p.

10. Theobald S. Bad managers cause bankruptcies // Toronto Star. – 12 December, 2017. – p. 5111. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketing.spb.ru112. www.expert.ru.

УДК 338

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ РЫНКОВ

Бадыкова Иделя Рашитовна,

к.э.н., доцент Казанского национального исследовательского технологического университета, г. Казань

АННОТАЦИЯ

В данном исследовании рассмотрено понятие социального предпринимательства, отмечены барьеры его развития за рубежом и в России и определена его роль в росте экономики.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальный бизнес; экономическая устойчивость.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ROLE IN MODERN MARKETS DEVELOPMENT

Badykova I.R.,

PhD in Economics, senior lecturer of Kazan National Research Technological University, Kazan

ABSTRACT

The study aims to define social entrepreneurship, critical barriers to the concept development are addressed for foreign and local market, and social entrepreneurship role in economy growth is explained.

Keywords: social entrepreneurship; social business; economic sustainability.

В условиях развитых рынков социально ответственное поведение представляет собой явление весьма естественное и развитое. Данное понятие включает в себя три элемента: корпоративную социальную ответственность, социально ответственное инвестирование и социальное предпринимательство. В рамках данной работы остановимся более детально на последнем из перечисленных.

Следует отметить, что единого устоявшегося определения понятия социального предпринимательства (или социального бизнеса) на сегодняшний день не имеется, что, вероятнее всего, связано с тем, что государства используют разные законодательные формы. Так, исследуя данное определение, ученые в разных работах приходят к выводу о наличии по крайней мере 20 [1, С. 523], 27 [2, С. 40-44] определений данного понятия. Таким образом, оно остается достаточно неясным и слабоопределенным. Более того, границы с такими концепциями как благотворительность или корпоративная социальная ответственность остаются весьма размытыми [3, 4].

Если говорить о российском определении, то приоритетным документом, закрепляющим понятие социального предпринимательства, должен стать закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» [5], новые поправки в который касательно данного

понятия были приняты в первом чтении Государственной думы 05.03.2019 г. Так, согласно данному документу, социальным предпринимательством признается деятельность субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) при условии, что соблюдается один из следующих пунктов:

а) не менее 30% сотрудников относятся к социально незащищенным группам населения, а именно являются людьми с ограниченными возможностями, одинокими родителями детей в возрасте до 7 лет, многодетными родителями, неработающими пенсионерами и т.д. При этом доля в фонде оплаты труда не должна быть ниже 25%;

б) предпринимательская деятельность должны быть направлена на «улучшение условий жизнедеятельности граждан и (или) расширение их возможностей самостоятельно обеспечивать свои основные жизненные потребности, и (или) на оказание поддержки гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, в соответствии с перечнем видов указанной деятельности, утвержденным Правительством Российской Федерации, при условии, что доля доходов от осуществления такой деятельности по итогам предыдущего календарного года составляет не менее 70 процентов в общем объеме доходов субъекта МСП».

Вероятнее всего, данное определение нацелено на то, чтобы четко обозначить те предприятия, которые могут рассчитывать на поддержку со стороны государства в качестве социальных. Однако оно, на наш взгляд, недостаточно четко передает суть данного понятия. Так, по нашему мнению, социальное предпринимательство представляет собой деятельность социально ориентированных организаций, характеризующуюся инновационным характером, финансовой устойчивостью, масштабируемостью, направленную на получение прибыли [6].

Безусловно, развитие социального предпринимательства является одним из необходимых условий для роста экономики в целом. Так, эксперты Агентства стратегических инициатив утверждают, что благодаря успешной работе социального предпринимательства будут созданы новые социальные услуги; повышено качество жизни населения; негосударственные организации покажут свою эффективность в плане представления социальных услуг; субъекты федерации также будут иметь возможность успешно развиваться; станут доступны механизмы и площадки для обмена опытом и демонстрации ключевых достижений в социальной сфере. Кроме того, по оценке Агентства, ежегодный прирост ВВП в результате внедрения эффективных механизмов развития проектов социального предпринимательства составит до 1%. Также ожидается создание до 500 тыс. рабочих мест в течении 5 лет [7].

Остановимся на возможных барьерах развития социального предпринимательства за рубежом и в России. Например, в США ученые к таковым относят неучтенность определенных групп, невовлеченность государства; в Западной Европе – узкий спектр оказываемых услуг [8]. Во многих странах отсутствует законодательная база [9]. Согласно отчету Европейской Комиссии, в Европе нормативная база имеется только в семи европейских странах (Болгарии, Франции, Италии, Люксембурге, Словении, Швеции, Соединенном Королевстве), что является одним из основных барьеров. Кроме того, также выделяются следующие проблемы: ограниченное признание сектора; лимитированные финансовые ресурсы; нелегкий доступ к рынкам; недостаток поддержки со стороны бизнеса [10].

Вероятно, будет справедливым сделать допущение о том, что все перечисленные барьеры являются актуальными и для российского рынка. Также, на наш взгляд, важным препятствием для развития социального предпринимательства в рамках отечественного рынка является неосведомленность населения о наличии подобных предприятий.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Будучи одним из звеньев социально ответственного поведения, социальное предпринимательство является важным элементом развития современных рынков. Зарубежный опыт говорит о том, что инструменты

социального предпринимательства зачастую являются более эффективными чем те, которыми располагают государственные и благотворительные организации. Безусловно, основными преимуществами такого бизнеса являются оптимизация государством средств решения ряда острых социальных проблем путем их делегирования частному сектору и наличие конкуренции, что ведет к тому, что стоимость и качество продукта регулируются рынком.

Список литературы

1. Zahra S.A., Gedajlovic E., Neubaum D.O. et al. A Typology of Social Entrepreneurs: Motives, Search Processes and Ethical Challenges // Journal of Business Venturing. – 2009. – Iss. 24(5). – P. 519-532.

2. Brouard F., Larivet S. Essay of Clarifications and Definitions of the Related Concepts of Social Enterprise, Social Entrepreneur and Social Entrepreneurship // Cheltenham: Edward Elgar, 2011. – P. 29-56.

3. Mair J., Martí I. Social Entrepreneurship Research. A Source of Explanation, Prediction and Delight // Journal of World Business. – 2006. – Iss. 41. – P. 36-44.

4. Santos F.M. A Positive Theory of Social Entrepreneurship // Working Paper. INSEAD Business School, Fontainebleau. 2009.

5. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 27.12.2018) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Российская газета. – 2007. – №164.

6. Бадыкова И.Р. Социальное предпринимательство: современное состояние и перспективы развития в России // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2018. – № 2. – С. 56-62.

7. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://asi.ru.

8. Kerlin J. Social enterprise in the United States and Europe: understanding and learning from the differences // Voluntas. – 2006. – Iss.17 (3). – P. 247–263.

9. Borzaga C., Defourny J. Conclusions: Social enterprises in Europe: A diversity of initiatives and prospects // London, New York: Routledge, 2001.

10. Официальный сайт European Comission. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&-newsId=2149.

УДК 65.3977

ЭФФЕКТИВНЫЙ СТИЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ИННОВАЦИОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Гарнова Яна Юрьевна,

студент ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

Гуськова И.В.,

научный руководитель доктор экономических наук, профессор, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

АННОТАЦИЯ

Данная работа посвящена исследованию способов управления персоналом в инновационных организациях, было произведено исследование наиболее эффективного стиля управления в соответствие с характеристиками инновационного персонала.

Ключевые слова: стиль управления; инновационный стиль управления; инновационная организация.

EFFICIENT STYLE OF PERSONNEL MANAGEMENT IN INNOVATIVE ORGANIZATIONS

Garnova Y.U.,
Student UNN them. N.I. Lobachevsky, Nizhny Novgorod
Guskova I.V.,
Supervisor, professor, Doctor in Economics, Nizhny Novgorod

ABSTRACT

This work is devoted to the study of methods of personnel management in innovative organizations; a study was made of the most effective management style in accordance with the characteristics of innovative personnel.

Keywords: management style; innovative management style; innovative organization.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в настоящее время все большее количество отечественных предприятий занимаются инновационной деятельностью, стремясь занять лидирующие позиции на рынке в условиях высокой конкуренции. Показатель инновационной активности отечественных предприятий в последние годы растет (в 2017 году он равен 8,5, а в 2016 году 8,4), однако он заметно уступает уровню инновационной активности зарубежных предприятий [2]. Быстрый рост этого показателя невозможен на данный момент по многим причинам, основные из них: неэффективная организационная структура, несовершенная нормативно-правовая база государства, проблема управления персоналом.

Инновационное управление представляет собой уникальную сферу знаний, включающую в себя экономику, психологию, социологию, инновационный менеджмент и многое другое.

В связи с повышением инновационной активности и заинтересованности российских компаний в инновационной деятельности и для решения существующей проблемы управления персоналом появилась новая профессия - инновационный менеджер.

От профессионализма и мастерства таких людей во многом зависит успех большинства инновационных проектов. В зависимости от рода деятельности организации задачи подобного специалиста могут быть самыми разными: от разработки продуктов на основе новых технологий до создания потребительских товаров, обладающих уникальными свойствами.

Во-первых, специалист в данной области должен иметь высшее образование, а лучше два: первое техническое, необходимое в данной области, а второе – образование в сфере управления персоналом.

К огромному числу навыков и компетенций прибавляется еще и умение качественно и эффективно использовать определенный стиль управления персоналом [3].

Какой же стиль управления выбрать для менеджера или руководителя в связи с основными характеристиками инновационной организации? В первую очередь следует отметить основные характеристики персонала, их всех объединяет: творческий подход к решению проблем, легкая обучаемость, стремление к развитию, чувство ответственности за производство определенного товара или услуги, внутренняя нематериальная мотивация, ориентированность на процесс создания блага, а не на получение материального вознаграждения за работу. Хотя заработная плата в дано сфере достаточно высока, как правило, в 1,5 раза больше, чем средняя заработная плата по стране [6]. В своих исследованиях, Ричард Флорида, американский экономист, выявил, что у творческих людей присутствует в основном внутренняя мотивация. Из большого списка мотиваторов люди выбирали 10 главных, и лишь 1 из них был внешним [1].

Итак, перейдем к стилям управления.

Либеральный стиль не является эффективным в сфере инноваций, руководитель или инновационный менеджер не приведут свою компанию к желаемому результату, используя данный набор способов и методов управления. Либеральный стиль является попустительским, что недопустимо в условиях внедрения инноваций в процесс производства. Исключая либеральный, остаются еще два стиля: демократический и авторитарный. Какой же из них выбрать?

Рассмотрим плюсы и минусы каждого стиля руководства и соотнесем их с характеристиками персонала инновационной компании: по отношению к творчеству и инициативе полностью соответствует демократический стиль, по степени организованности работ необходим авторитарный стиль управления, по характеристике контроля не подходит ни один из рассматриваемых стилей, так же как и по характеристике авторитета в команде, а по виду распоряжения полностью соответствует авторитарный стиль управления.

Можно сделать вывод о том, что ни демократический, ни авторитарный стиль управления в чистом виде не подходят для управления персоналом в инновационной организации. Для достижения результата необходимо сочетать данные стили, а если быть точнее, их плюсы. Таким образом, образуется новый стиль управления, который можно назвать инновационным стилем управления персоналом.

Эти характеристики соответствуют HR-специалисту креативного класса по мнению Ричарда Флориды, основателя теории креативного общества [1]. У представителей данного класса есть сопричастность к бизнес - идеи, а результатом их трудовой деятельности будет инновация, а это как раз то, что необходимо отечественной экономики и отечественному бизнесу на данный момент времени.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в современном обществе формируется новый класс - креативный, специалисты по вопросам управления персоналом из которого позволят компании успешно и эффективно генерировать, внедрять и реализовывать инновации, увеличивая доходность от положения на рынке.

Список литературы

1. Флорида Р. Креативный класс. Люди, которые создают будущее. – М., 2016. – 278 с.
2. Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций). – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/science/#.
3. Формирование инновационного стиля управления менеджера. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studwood.ru/1969132/menedzhment/formirovanie_ innovatsionnogo_stilya_upravleniya_menedzhera.
4. Менеджер по инновациям. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studfiles.net/preview/5185362/.
5. Стили управления. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studfiles.net/preview/6234121/page:2/.
6. Официальная статистика. Рынок труда, занятость и заработная плата. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages//.

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Шаповал Арсений Вадимович,
магистр СЗИУ РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В работе рассматривается мобильность как критерий качественной жизни населения. Проанализированы действия по развитию транспортной инфраструктуры города Санкт-Петербург. Приводятся примеры повышения мобильности населения в разных точках мира.

Ключевые слова: качество жизни; мобильность населения; транспортная инфраструктура; Санкт-Петербург.

IMPROVING THE QUALITY OF LIFE IN ST. PETERSBURG POPULATION BASED ON THE DEVELOPMENT OF TRANSPORT INFRASTRUCTURE

Shapoval A.V.,
Master student of RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

In the article considers mobility as a criterion of the population quality of life. The actions to develop the transport infrastructure of St. Petersburg were analyzed. Examples of increasing the mobility of the population in different parts of the world are provided.

Keywords: quality of life; population mobility; transport infrastructure; St. Petersburg.

Транспортная инфраструктура Санкт-Петербурга обеспечивает жизнедеятельность крупного города. Важной задачей правительства города является создание устойчивой городской транспортной системы для обеспечения высокого качества жизни населения.

Уровень жизни населения определяется как важная социальная категория, определяющая степень благосостояния населения, проживающего на одной территории, возможности использования различных материальных и духовных благ, а также уровень удовлетворения людьми своих рациональных потребностей, от которых зависит выживаемость [1].

Российские исследователи А.В. Карагудина и С.С. Мантрова считают тождественными понятия «уровень жизни» и «качество жизни», но это не совсем верное отождествление, поскольку термин «качество жизни» гораздо шире, в его содержании заложено большее количество параметров, связанных не только с экономикой, но и с другими сферами человеческой жизни [2].

Например, в понятие «качество жизни» входит актуальное состояние здоровья и наличие или отсутствие психологических проблем у того или иного человека, вне зависимости от различных экономических факторов. Особое влияние на качество жизни оказывает уровень дохода населения, а также уровень социального обеспечения.

Одним из критериев городов с высоким качеством жизни является уровень развития городской транспортной системы, направлением которого в настоящее время выступает общественный и велосипедный транспорт. Уровень развития транспортной системы играет важную роль в обеспечении доступа населения к образованию, здравоохранению, труду, потребительским товарам и услугам, и другим ресурсам качественной жизни населения.

Транспортная инфраструктура представляет собой комплекс предприятий и учреждений для осуществления автоперевозок, а также поддержания всех элементов данной отрасли в надлежащем состоянии.

В своей статье Д. Коган определяет транспортную мобильность как процесс безопасного, комфортного, быстрого, доступного и экономически целесообразного перемещения человека или группы людей, с использованием одного или нескольких видов транспорта [3].

Эффективная городская мобильность позволяет населению передвигаться в городе, соединяя рабочие и досуговые места и место постоянного проживания, обеспечивая основу для экономического роста. Мобильность играет важную роль, как для жителей города, так и для гостей. Транспорт и мобильная инфраструктура обеспечивают функционирование городской жизни. Современные города должны развивать свою транспортную систему с опережением, ориентируясь на быструю урбанизацию, путем привлечения бизнес-структур, а также перенимая опыт других городов.

В настоящее время в Санкт-Петербурге ведется активная работа по развитию транспортной инфраструктуры города для повышения качества жизни населения. Активное строительство развязок, мостов, виадуков направлено на снижение заторов на пересечении городских магистралей. Создание системы «умного города» подразумевает интеграцию информационных и коммуникационных систем для управления городским имуществом. В последнее время успешно функционирует Городской Мониторинговый Центр. В 2017 году Большеохтинский мост стал первым участком, где организовано реверсивное движение в Санкт-Петербурге, уже с первых дней введения полосы попеременного направления движения значительно сократилось время прохождения и подъезда к мосту. Для развития транспортной инфраструктуры был создан Центр Управления Дорожным Движением, к которому подключены светофоры на основных городских перекрестках. Пример создания умных светофоров, которые адаптируются в зависимости от интенсивности движения транспортного потока, показал возможность снижения на 35% [7] автомобильных заторов на Васильевском острове, что положительно сказалось на мобильности горожан.

Для развития городского общественного транспорта создана интеллектуальная платформа, где каждый житель города на своем смартфоне может наблюдать в реальном времени, где находится необходимый ему городской общественный транспорт. Для удобства в использовании данной системы некоторые районы оборудованы умными остановками, которые указывают точное время прибытия городского транспорта. Благодаря этому нововведению можно с высокой точностью планировать свой маршрут, что повышает уровень мобильности горожан.

На сегодняшний день в городе функционируют 13 перехватывающих автостоянок [6], позволяющих добраться из периферийных районов до ближайшей станции метро и продолжить свой путь на общественном транспорте, а свой автомобиль бесплатно оставить на охраняемой парковке.

Активные меры совершенствования транспортной системы города в Санкт-Петербурге не обеспечивают высокий уровень мобильности населения. Необходимы радикальные меры для обеспечения данного показателя.

Например, в Москве для уменьшения заторов на центральных улицах были введены платные парковки, что позволило увеличить среднюю скорость движения в сердце столицы, многие горожане пересели на общественный транспорт, такси, а также автомобили краткосрочной аренды, и при этом сократили время в пути. По данным официального сайта мэра Москвы один автомобиль краткосрочной аренды используют за день 7-8 человек[5], а на одного водителя такси приходится около 20 пассажиров, часть из них это автолюбители, которые оставили свой транспорт дома.

Примером повышения мобильности горожан может служить Екатеринбург, в котором проходит глобальная реформа системы общественного транспорта. Введение четкой логической системы общественного транспорта исключит дублирование маршрутов по одним направлениям и высокий интервал движения по другим. По каждому направлению будет курсировать один маршрут с увеличенной частотой, а добраться до нужного места можно сменив транспорт на пересадочной станции, причем такая пересадка будет осуществляться по билету с определенным временем использования. Схематичное изображение новой транспортной системы можно увидеть на рис.1 [3].

Рисунок 1

Из зарубежных примеров повышения мобильности можно рассмотреть Дубай, где уже сейчас в тестовом режиме работают беспилотные умные автобусы, которые, выбирая умные маршруты, должны снизить заторы и пробки на городских магистралях. В стратегии Dubai Future Accelerators к 2030 году перевести ¼ городских общественных перевозок на беспилотный транспорт.

В Соединенных Штатах Америки проводят испытания беспилотных средств перевозки людей для создания единой системы автоматизированного, доступного, безопасного и быстрого транспорта, как аналог личному автомобилю. Жители города смогут заказывать в любой точке трансфер, который доставит их до необходимого места самым быстрым и удобным маршрутом. Система должна снизить пробки и заторы путем сокращения личного транспорта на дорогах.

Хорошим примером высокого уровня мобильности является Сингапур с обширной сетью общественного транспорта. Автобусные остановки, расположенные через каждые 500 метров, сделали городской транспорт доступным для всех районов, а метро, легкое метро и монорельс повысили престиж городского транспорта. После создания такой качественной

системы общественного транспорта власти ввели ограничения на использование личного транспорта путем введения платы за въезд в центральные районы, но сохранив мобильность населения на высоком уровне.

Создание качественной системы городского комфортного транспорта, который даже в пиковые часы сможет стабильно и за адекватное время доставлять горожан и гостей города из пункта А в пункт Б обеспечит достойный уровень мобильности населения, что послужит улучшению качества жизни в целом. Используя опыт других городов, в Санкт-Петербурге необходимо организовать комплексную систему транспорта, для того, чтобы население комфортно передвигалось по городу за приемлемое время. Развитие северной столицы напрямую связано с создание единой комплексной системы транспортной инфраструктуры. Уровень мобильности влияет на качество жизни населения, эффективность работы городских отраслей экономики, а также возможность использования градостроительного и социального потенциала для жизнеобеспечения города.

Список литературы

1. Данилов С.В. Государственное регулирование социальной политики. – М.: Форум, 2013– С. 40

2. Карагудина А.В., Мантрова С.С. Актуальные проблемы изучения понятий «уровень жизни» и «качество жизни» в контексте современной социально-экономической ситуации в России // Материалы всероссийской межвузовской научно-практической конференции «Социально-экономические проблемы современного общества». – Челябинск: Южноуральский федеральный университет, 2016. – С. 90.

3. Коган Д. Homo Mobilus – человек мобильный // Пассажирские перевозки. – 2016. – № 1. - С. 32.

4. Новая маршрутная сеть общественного транспорта Екатеринбурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ekatransit.ru/download/Yekaterinburg-Network-Plan-RU.pdf (Дата обращения: 26.11.2018).

5. Одним автомобилем каршеринга пользуются до восьми раз в день. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.mos.ru/news/item/25159073/ (Дата обращения: 26.11.2018).

6. Перехватывающие автостоянки. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/tr_infr_kom/adresa-perehvatyvayushih-avtostoyanok-v-sankt-peterburge/ (Дата обращения: 26.11.2018).

7. Умные светофоры на Васильевском сократили количество заторов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spbdnevnik.ru/news/2015-01-16/umnyey-svetofory-na-vasileyvskom-sokratili-kolichestvo-zatorov/ (Дата обращения: 26.11.2018).

ПРОБЛЕМЫ БЕЗРАБОТИЦЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ В РЕГИОНЕ

Ларионова Светлана Николаевна,

магистр, УрГЭУ, ЗМ-ГУМС-18, г. Екатеринбург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается понятие и сущность безработицы, причины ее появления, а также проводится анализ уровня регистрируемой безработицы в Свердловской области.

Статья содержит распределение безработных граждан, сравнение уровня безработицы в Свердловской области и других регионах РФ, а также меры для снижения уровня безработицы.

Ключевые слова: рынок труда; безработица, снижение уровня безработицы.

PROBLEMS OF UNEMPLOYMENT AND THEIR SOLUTION IN REGION

Larionova S.N.,
Master student, USUE,ZM-GUMS-18,Ekaterinburg

ABSTRACT

The article considers concept and substance of unemployment, cause of it. Furthermore, the article includes analysis of the unemployment rate .

The article considers causes the number of unemployed persons in Sverdlovsk region, comparisons of unemployment rates and measures to reduce unemployment.

Keywords: labour market; unemployment; measures to reduce unemployment.

Основной характеристикой любого национального рынка труда является соотношение занятости и безработицы.

Занятость характеризует состояние человека, включенного в общественно полезную деятельность, связанную с удовлетворением его личных и общественных потребностей, не противоречащую законодательству страны и приносящую трудовой доход. Занятость можно определить еще и как относительный показатель количества занятых в труде представителей экономически активного населения к общей величине экономически активного населения. Противоположной характеристикой по отношению к занятости является безработица [1].

Безработица представляет собой социально-экономическое явление, при котором часть рабочей силы не занята в производстве товаров и услуг. В настоящее время безработица является сложной социально-экономической и серьезной политической проблемой общества [2]. Безработица ведет к недоиспользованию такого важного ресурса, как человеческий капитал, углублению социальной дифференциации, значительному сокращению потенциального внутреннего продукта и национального дохода и даже социальным потрясениям всего общества.

Основными причинами безработицы на рынке труда России являются:

– нечеткая государственная политика распределения бюджетных средств;

– демографическая ситуация;

– снижение мобильности трудовых ресурсов (людям зрелого возраста важно изменить свою квалификацию);

– увеличение разницы доходов среди населения;

– нелегальное трудоустройство, работа без оформления за большую зарплату;

– невозможность трудоустройства таких групп населения, как молодежь, женщины с маленькими детьми, инвалиды;

– несвоевременные выплаты заработной платы;

– несоблюдение трудового законодательства работодателями и многие другие [3].

Современное пространство российского рынка труда характеризуется неоднородностью, различной скоростью продвижения к новым, «цифровым» профилям занятости и различной эффективностью мер политики занятости.

Численность безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости населения Свердловской области, по состоянию на 01 января 2019 года составила 21 726 человек (на 01 января 2018 года – 26 023 человека), уровень регистрируемой безработицы – 0,97% (на 01 января 2018 года – 1,17%) [4].

Динамика уровня регистрируемой безработицы в Свердловской области в 2017-2019 гг. представлена в таблице 1.

Таблица 1

Динамика уровня регистрируемой безработицы в Свердловской области в 2017-2019 гг., %[1]

Месяц	2017	2018	2019	Отклонение 2018 / 2017
янв	1,37	1,17	0,97	-0,20
фев	1,38	1,16		-0,22
мар	1,45	1,20		-0,25
апр	1,48	1,15		-0,33
май	1,45	1,13		-0,32
июн	1,38	1,09		-0,29
июл	1,31	1,04		-0,27
авг	1,28	1,03		-0,25
сен	1,26	1,01		-0,25
окт	1,13	0,94		-0,19
ноя	1,10	0,92		-0,18
дек	1,13	0,93		-0,20

Общая численность граждан, не имеющих работу, но активно ищущих ее, классифицируемых по методологии МОТ как безработные, составила 98,1 тыс. человек (на 01 января 2018 года – 108,6 тыс. человек) [4].

Уровень общей безработицы по Свердловской области составил 4,7% (на 01 января 2018 года – 5,0%).

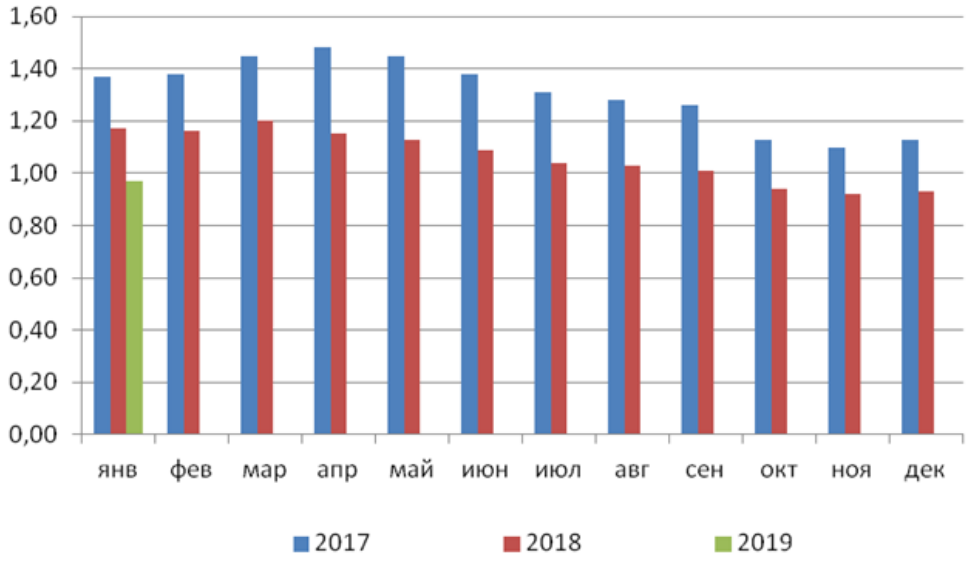

Рисунок 1 – Динамика уровня регистрируемой безработицы в Свердловской области в 2017-2019 гг., %[2]

Доля официально зарегистрированных безработных в общей численности безработных граждан составила 22,1% (на 01 января 2018 года – 24,0%).

[1] Составлено автором
[2] Составлено автором

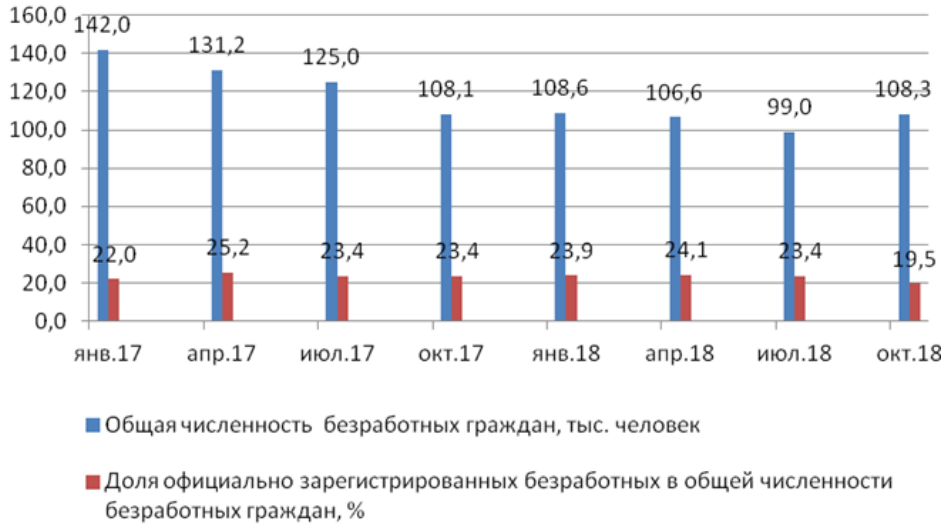

Рисунок 2 – Доля численности безработных граждан, состоящих на учете в органах службы занятости, в общей численности безработных граждан в 2017-2019 гг.[1]

В 2018 году в государственные казенные учреждения службы занятости населения Свердловской области (центры занятости) подано 431 784 заявления о предоставлении государственных услуг, в том числе 134 349 заявлений о содействии в поиске подходящей работы, из них 79,2% приходится на заявления граждан, не занятых трудовой деятельностью [5].

Из числа лиц, обратившихся в органы службы занятости в поиске подходящей работы, признано безработными 54 923 человека.

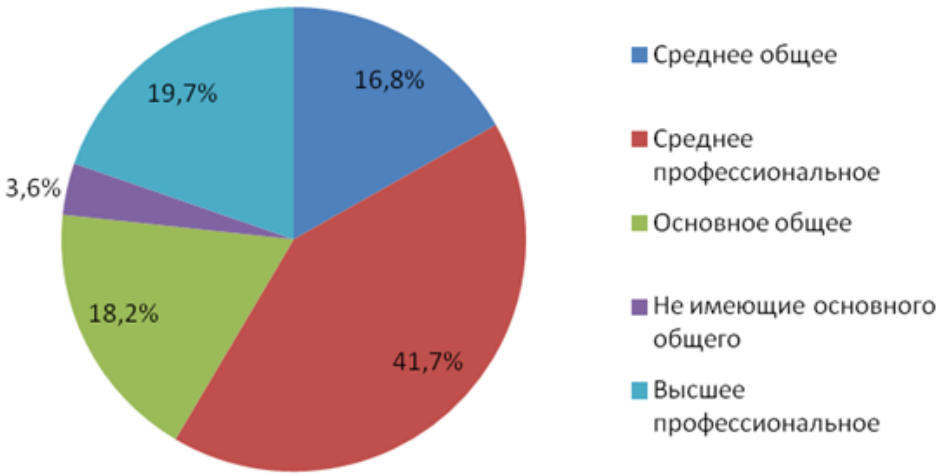

Рисунок 3 – Распределение безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, по состоянию на 01 января 2019 года, по образованию, %[2]

Согласно рисунку 3 в составе безработных граждан доля имеющих высшее профессиональное образование составила 19,7%, среднее профессиональное образование – 41,7%, среднее общее образование – 16,8%, основное общее образование – 18,2%, не имеющих основного общего образования – 3,6%.

[1] Составлено автором
[2] Составлено автором

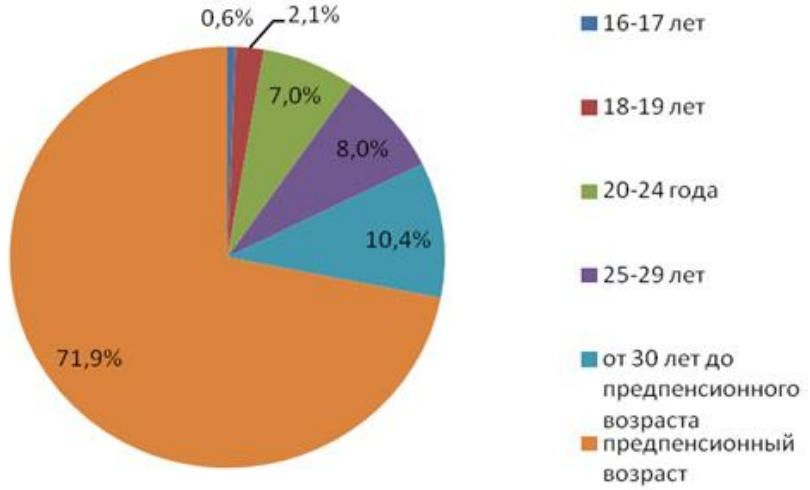

Рисунок 4 – Распределение безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, по состоянию на 01 января 2019, по возрасту, %[1]

Согласно рисунку 4 доля безработных граждан в возрасте 16-17 лет в общей численности безработных составила 0,6%, в возрасте 18-19 лет – 2,1%, в возрасте 20-24 года – 7,0%, в возрасте 25-29 лет – 8,0%, от 30 лет до предпенсионного возраста – 71,9%, доля безработных граждан предпенсионного возраста (за 2 года до наступления пенсионного возраста) – 10,4% [6].

Средняя заработная плата вакансий, заявленных в органы службы занятости Свердловской области, в 2018 году составила 19,0 тыс. рублей [6].

Коэффициент напряженности составил 0,8 (отношение численности незанятых граждан, зарегистрированных в органах службы занятости в целях поиска подходящей работы, к числу вакантных рабочих мест), в том числе 0,7 безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости, на одну вакансию.

Что касается сравнении уровня безработицы в Свердловской области и других регионах РФ, рейтинга регионов по уровню безработицы то самый высокий уровень регистрируемой безработицы на 1 января 2019 года отмечается в Республике Ингушетия (8,7%), Чеченской Республике (8,0%), Республике Тыва (3,9%), Амурской области (2,4%), Ненецком автономном округе (2,3%), республиках Северная Осетия - Алания, Алтай, Чукотском автономном округе (2,2%).

Наиболее низкий уровень безработицы зафиксирован в Севастополе (0,2%), Ленинградской области (0,3%), Калужской, Липецкой, Нижегородской, Ульяновской областях, Москве, Санкт-Петербурге, Ханты-Мансийском автономном округе (0,4%), республиках Крым, Татарстан, Краснодарском крае, Московской, Тульской, Сахалинской областях (0,5%), отмечается в документе.

Наиболее существенное уменьшение произошло в Свердловской области, в Дальневосточном и Северо-Кавказском федеральных округах.

В настоящее время в Свердловской области большое внимание уделяется формам деятельности, которые позволяют человеку самому себя обеспечивать и привлекать к своему бизнесу иных безработных. Такой вариант формирования и развития нового дела предполагает программа самозанятости населения.

Основными идеями разработки мероприятий являются:

1. Предоставление активным гражданам возможности для самореализации.
2. Использование имеющегося творческого потенциала населения.
3. Вывод из тени доходов граждан.

[1] Составлено автором

4. Наполнение госбюджета путем образования новых налогоплательщиков.

5. Применение на практике образования и навыков граждан.

Программа работает только с людьми, у которых уже есть официальный статус безработного. На основании представленного и утвержденного бизнес-плана гражданину предоставляется субсидия. Потратить он ее обязан для создания нового налогоплательщика.

Законодательно данная форма деятельности закреплена в Федеральной программе поддержки малого и среднего бизнеса на 2005-2020 годы.

Мероприятия проводятся в таких формах:

1. Консультирование безработных по юридическим и практическим вопросам.

2. Помощь специалистов при выборе конкретных видов деятельности, анализе рынка.

3. Проведение обучающих курсов, затрагивающих вопросы организации коммерческой деятельности.

4. Практическая поддержка на этапе написания бизнес-проекта. Предоставление экспертной оценки.

5. Обучающий курс по вопросам нормативов, на которых опирается работы индивидуального предпринимателя (ИП). Его отличие от деятельности юридического лица.

6. Представление информации по поводу госорганизаций, работающих с предпринимателями.

7. Оказание помощи в выборе и аренде необходимых нежилых помещений для своего предприятия. Вероятно, заключение договора аренды по сниженной стоимости.

Необходимыми мерами для снижения уровня безработицы на рынке труда Свердловской области являются:

– улучшение системы государственной службы занятости;

– льготы и дотации организациям и предприятиям за каждое новое рабочее место при сохранении уже существующих;

– налоговые льготы для новообразованных предприятий и организаций с целью увеличения на них количества рабочих мест;

– обеспечение работой выпускников высших учебных заведений для получения ими необходимого стажа работы;

– помощь бизнесу;

– создание учебных курсов по переквалификации рабочих;

– стимулирование повышения заработной платы на непопулярные профессии и т. д.

Список литературы

1. Меренкова А.С., Новикова Н.В. Анализ современного состояния безработицы и занятости // Гуманитарные научные исследования. – 2018. – № 2 (66). – С. 367-374.

2. Гончаренко В.М., Шаповал А.Б. Влияние структуры спроса и размера рынка на безработицу, неравенство доходов и общественное благосостояние // Журнал новой экономической ассоциации. – 2018. – № 1 (37). –С. 12-33.

3. Солдатова А.С., Гладийчук Д.О., Барабаш М.А. Влияние технологического прогресса на безработицу // В сборнике: Наука в современном обществе: закономерности и тенденции развития. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 67-69.

4. Федеральная служба государственной статистики Росстат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru.

5. Федеральная служба по труду и занятости РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rostrud.ru.

6. Интерактивный портал Департамента по труду и занятости населения Свердловской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.szn-ural.ru.

УДК 338.24

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ СРЕДЫ И ФАКТОРЫ ЕЕ ФОРМИРОВАНИЯ

Алексеева Эльза Рустемовна,
аспирант, Башкирский государственный университет, г. Уфа

АННОТАЦИЯ

Статья содержит исследования, посвященные теоретическому вопросу определения и формирования инновационной среды. Данные исследования являются базой для разработки методико-практического инструментария оценки влияния уровня технологического развития на кооперационные процессы в инновационной среде.

В статье автором рассматриваются различные трактовки инновации, среды, инновационной среды, определяются особенности инновационной среды и условия ее создания. Также формируется авторская интерпретация инновационной среды в рамках научного исследования. Определяются факторы, влияющие на формирование инновационной среды, что необходимо для ее дальнейшего развития и управления.

Ключевые слова: инновационная среда; инновация; среда; факторы влияния; субъекты инновационной среды; синергетический эффект; кооперация.

INNOVATION ENVIRONMENT DEFINITION AND FORMATION`S FACTORS

Alekseeva E.R.,
Graduate student, Bashkir State University, Ufa

ABSTRACT

The article contains researches devoted to the theoretical question of definition and formation of the innovative environment. These studies are the basis for the development of methodological and practical tools to assess the impact of the level of technological development on cooperative processes in the innovation environment.

Different interpretations of innovation, environment, innovation environment are given in the article. Innovation environment features and its creation conditions are also defined. The author's interpretation of the innovation environment within the framework of scientific research is formed. The factors influencing the formation of an innovative environment are determined, which is necessary for its further development and management.

Keywords: innovation environment; innovation; environment; influence factors; subjects of the innovation environment; synergy effect; cooperation.

Изучение инновационной среды и научное развитие этой сферы наиболее актуально для стран, не являющихся лидерами по производству инновационной продукции и разработке инновационных технологий. Конечно, в первую очередь, это связано со стремлением повышать технологическое развитие страны в целом и ликвидировать разрыв по сравнению с мировым уровнем развития. Во-вторых, конкурентоспособность компании в современной экономике зависит не только от объемов производства и продаж, доли на рынке, но и от того, технологиями какого технологического уклада осуществляется реализация деятельности, что может быть даже приоритетнее для повышения уровня конкурентоспособности. В связи с этим, государство совместно с бизнесом заинтересовано в инновационном развитии и для того, чтобы разработать и внедрить в практику решения, способные повысить уровень инновационной среды, необходимо разобраться в теоретическом аспекте данного понятия.

Помимо вышеуказанной актуальности темы исследования, необходимо отметить, что особенностью явлений, относящихся к инновационной сфере, является разобщенность тер-

минологического аппарата в научной литературе. Данный факт может быть барьером к научному познанию и достижению целей исследования, посвященного оценке влияния научно-технического прогресса на кооперационные процессы в инновационной среде. В этой связи в ходе научно-исследовательской работы первостепенно необходимо ограничить область проведения исследования.

С целью формирования понимания новой области знаний – инновационной среды автором были рассмотрены по отдельности понятия среды, инновации и инновационной среды (таблица 1). Предлагается рассмотреть термины не только в общих словарях и в экономических источниках, но и принять во внимание трактовку данных определений, сформулированных в смежных науках.

Таблица 1

Определения среды различными авторами в научной литературе

№ п/п	Автор, научная литература	Определение	Особенность определения, комментарии
1	Толковый словарь С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, [Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – Изд.: "Азъ", 2-е издание, 1998].	Среда как окружение и совокупность природных условий, в которых протекает деятельность человеческого общества, организмов, более узкое понятие – окружающие социально-бытовые условия, обстановка, а также совокупность людей, связанных общностью этих условий.	Масштабное понятие, не позволяет обозначить границы при проведении узко направленных исследований.
2	Толково-фразеологический словарь Михельсона [Михельсон М.И. Толково-фразеологический словарь Михельсона, 2004. – 2208 с.].	Среда как общество, в котором мы живем; условия жизни, которые окружают нас.	Наиболее распространенное понимание среды. Оно объединяет все те условия, которые влияют на жизнь человека.
3	Толковый словарь Д.В. Дмитриева [Дмитриев Д.В. Толковый словарь. – М.: Астрель: АСТ, 2003. – 1578 с.]	Среда как природная среда, и как социальная обстановка или условия жизни людей. Также определение среды как множество условий для совершения какой-либо целенаправленной деятельности.	Однако среда относится не только к человеческой деятельности, и если провести аналогию среды по отношению к животному миру, то она представляет собой условия существования группы животных, например, ореол их обитания, то есть то, что влияет на их жизнь.
4	Философский словарь [Философский словарь (под ред. Фролова). – 7-е издание (перераб. и доп.), 2001. – 719 с.].	Среда как окружающий мир – понятие, введенное в философию и социологию Тэном. Среда как противопоставление врожденной способности, как пространство и материал для развития, с помощью которых способность прокладывает свой путь.	То есть, среда – это то, что присутствует в жизни и способно влиять на ее протекание.
5	Философский словарь [Философский словарь (под ред. Фролова). – 7-е издание (перераб. и доп.), 2001. – 719 с.].	Среда как окружение, совокупность природных условий, в которых протекает деятельность человеческого общества и организмов, то есть таких окружающих условий, в которых они способны переживать	Подобный вывод можно сделать и в отношении человеческого общества. Среда относительное понятие и для каждого человека среда, окружающая его, различна.

		и от которых зависит их существование и продолжение рода. Якоб Иоганн фон Икскюль установил, что среда у различных организмов различается не в количественном отношении, а в качественном, вплоть до несравнимости.	
6	Социологический словарь [Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. Социологический словарь. – Изд: Экономика, 2004. – 620 с.].	Среда как совокупность явлений, процессов и условий, оказывающих влияние на изучаемый объект.	Данная интерпретация, как и предыдущие не позволяет зафиксировать момент: в понятие среды входят все условия и явления вне зависимости случайные или повторяющиеся они?

Все вышерассмотренные интерпретации среды имеют общую черту – это совокупность условий для функционирования чего-либо. Данные условия имеют свойство влиять на деятельность, ее результаты и эффективность.

Среда – это совокупность явлений, процессов, условий, оказывающих влияние на осуществление деятельности субъектов, связанных общностью этих условий, и на эффективность этой деятельности. Изменение среды проявляется как в количественном показателе, так и в качественном.

Рассмотрим различные трактовки инновации, в том числе, определение инноваций в смежных сферах, таких как культурология, философия и социология (таблица 2).

Таблица 2

Определения инновации различными авторами в научной литературе

№ п/п	Автор, научная литература	Определение	Особенность определения, комментарии
1	Й. Шумпетер (начало XX века) [Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Директмедиа Паблишинг, 2008. – 401 с.].	Инновация – это не любое новшество или нововведении, а только серьезно повышающее эффективность действующей системы.	Близкое к современному пониманию определение инновации. Особенность упомянутая в определении позволяет идентифицировать и прогнозировать, какой из разработанных продуктов способен повлиять на развитие технологий и переход в следующий технологический уклад, а какой продукт позволяет облегчить или ускорить процессы действующей системы без значительного повышения ее эффективности. Другими словами, инновация позволяет осуществить переход на качественно иной уровень технологического и экономического развития какой-либо из действующих систем.
2	Руководство ОСЛО [Руководство Осло – Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. – М: 4-е издание, 2018. – 258 с.].	Инновация рассматривается как введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового	В данной трактовке не отражено влияние инновации или ее отсутствие на текущую и будущую деятельность объекта, по отношению к которому применяется внедрение инновации. Кроме того, можно добавить, что внедрение и адаптация нового продукта, услуги или процесса в той области применения, в которой он не использовался ранее, также

		организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связях.	считается инновацией в рамках данной области.
3	В.Н. Гунин [Гунин В.Н., Баранчеев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление развитие организации: модульная программа для менеджеров. Модуль "Управление инновациями". – Изд: Инфра-М, 1999. – 328 с.].	Инновация как результат практического (научно-технического) освоения новшества и относят к инновациям новые продукты, наукоемкие технологические процессы, модификации продуктов, новые услуги.	Инновация представляет собой конечный результат интеллектуальной деятельности человека, его творческого процесса или открытий, изобретений иррациональности.
4	Определение в техническом словаре [Справочник технического переводчика. – Изд.: Интент, 2009-2013.].	Инновация представляет собой вложение средств в экономику, обеспечивающее смену поколений техники и технологии, которые в свою очередь являются результатом достижений научно-технического прогресса. Развитие изобретательства, появление пионерских и крупных изобретений является существенным фактором инновации	Основное отличие инновации то, что она представляет собой внедренное новшество, обеспечивающее качественный рост эффективности процессов или продукции, востребованной рынком.
5	Толковый словарь «Инновационная деятельность» [Зверев В.С. Толковый словарь «Инновационная деятельность» / (отв. ред. Суслов В. И.) // 3-е изд., доп. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2010. – 269 с.]	Если выделять научно-технические (технологические) инновации, то выделяются два крупных типа научно-технических (технологических) инноваций: продуктовые и процессные.	Однако в данном определении не хватает аспекта коммерциализации на рынке, что является основным отличием инновации.
6	Культорологический словарь [Человек и общество. Культурология: словарь-справочник: учебное пособие / Ю.С. Борцов [и др.]. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996]	Инновация как новый объект или черта объекта, которого ранее в определенной культуре не наблюдалось, причем, появиться она может как внутрикультурное изобретение, так и за счет межкультурного взаимодействия.	Прослеживается некоторая аналогия с определениями инновации в научно-технической сфере: внутрикультурное изобретение понимается как радикально новый продукт или процесс, ранее которого не существовало, а изобретение, полученное за счет межкультурного взаимодействия – внедрение продукта или процесса нового для определенной отрасли, то есть смена области применения продукта.
7	Культорологический словарь [Большой толковый словарь по	Инновация как процесс выработки и синтезирования новых идей, создание	Следует отметить, что подобное понимание инновации взаимосвязано с циклическим развитием как человеческого общества в це-

	культурологии. – Изд.: Вече, 2003. – 512 с.]	новых моделей ценностей и действий и политических программ, новых институтов и норм, имеющих неповторимые характеристики.	лом, так и с отдельными его аспектами – технико-технологическим, экономическим, культурным, социологическим.
8	Социологическая интерпретация [Москвичев Л.Н. Социальные изменения и социальная стабильность / Социология. Основы общей теории. Учебник для вузов // (отв. ред. В. Осипов). – М.: Норма, 2003. – 912 с.]	Инновация как новое практическое средство (новшество) для удовлетворения человеческих потребностей, меняющихся под воздействием развития общества. В XIX веке термин противопоставлялся термину «традиция».	В данном определении отражены важные особенности инновации: во-первых, наличие спроса на новый продукт (услугу) и его циклический характер (жизненный цикл продукта), а во-вторых, понимание инновации как радикального изменения и качественного улучшения привычной, устоявшейся системы деятельности.
9	Словарь философии науки и техники [Некрасова Н.А. Философия науки и техники: тематический словарь-справочник. Учебное пособие для студентов всех специальностей / Н. А. Некрасова, С.И. Некрасов // Московский гос. ун-т путей сообщ. (МИИТ). –М.: МИИТ, 2009. – 424 с.]	Инновация как процесс создания, освоения и практической реализации научно-технических достижений. Процесс представляет собой органическое единство деятельности, направленной на развитие науки и техники, экономических интересов производственных компаний. Инновация интегрирует три разнородных компонента: потенциальные возможности науки и техники, реальные возможности производства, реальные потребности рынка в новых научно-технических достижениях. Инновация имеет свой «жизненный цикл», который можно моделировать, проектировать, прогнозировать, что позволяет осуществлять управление процессом инновации и его ускорением	Трактовка инновации с этой точки зрения раскрывает сущность цикличности инновационного развития и управленческий потенциал данного процесса, что актуально в рамках данного исследования.

Таким образом, можно сказать, что инновация представляется как результат инвестирования интеллектуального решения в разработку и получение нового знания, ранее не применявшегося в определенной сфере, и последующий процесс внедрения или производства с фиксированным получением дополнительной ценности (прибыль, лидерство, приоритет, коренное улучшение, прогресс и так далее). На основании данного определения весь процесс создания инноваций можно представить в виде цепочки: инвестиции – разработка – внедрение – освоение – повышение эффективности – коммерциализация.

В результате анализа различных определений инновации было сформулировано собственное понимание инновации в рамках данного научного исследования. Инновация, нововведение – это результат, полученный в ходе протекания инновационного процесса (идея-инвестиции-разработка-внедрение/производство-коммерциализация), отличающийся новыми техническими характеристиками и/или потребительскими свойствами и обеспечивающий качественный рост эффективности процессов или производства продукции, востребованных рынком.

Рассматривая инновационную среду и различные трактовки ученых, автор выделил некоторые их них, наиболее близких к данному направлению исследования (таблица 3).

Таблица 3

Определения инновационной среды различными авторами в научной литературе

№ п/п	Автор, научная литература	Определение	Особенность определения, комментарии
1	Томилина Я.В. Процесс формирования инновационной среды организации // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6 (часть 2) – С. 335-339.	Инновационная среда в широком смысле по отношению к участникам инновационной среды, как совокупность отношений экономических субъектов, направленных на генерирование нового знания, новых процессов и новых продуктов, и способных генерировать синергетический эффект. На уровне отдельного участника инновационная среда определяется как совокупность внешней и внутренней среды организации.	На уровне отдельного участника определение инновационной среды также упоминается в других источниках как инновационная среда организации или предприятия. В данной статье будет рассмотрено широкое понятие инновационной среды.
2	R. Camagni Introduction: from the local "milieu" to innovation through cooperation networks // Innovation Networks: Spatial Perspectives. – London, Belhaven, 1991. – pp 1-9.	Инновационная среда – это совокупность сетевых сложных неформальных социальных отношений на ограниченном географическом пространстве, часто определяющих внешний имидж, особые специфические внутренние представления и чувства "принадлежности", которые стимулируют инновационность территории через синергетичность и процессы коллективного обучения.	Признано одним из базовых определений в научной литературе. Необходимо отметить, что данная трактовка инновационной среды наиболее близка к направлению исследования, посвященного оценке влияния научно-технического прогресса на кооперационные процессы в инновационной среде. Также в ней прослеживается взаимосвязь кооперации участников инновационной среды между собой и уровня инновационности территории.
3	Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.	Инновационная среда отличается способностью генерировать синергию, которая возможна при взаимодействии входящих в нее элементов, таким образом, добавленная стоимость получается не из кумулятивного эффекта элементов, но из их взаимодействия.	М. Кастельс акцентирует внимание на взаимодействие экономических субъектов в рамках инновационной среды, а не на внешний состав участников. Из данной трактовки можно сделать вывод, что кооперация субъектов инновационной среды неотъемлемый процесс, который позволяет достигать синергетического эффекта – главной особенности инновационной среды.

Таким образом, лингвистический анализ среды, инновации, инновационной среды позволил сформировать определение инновационной среды в рамках данного исследования с учетом специфики объекта исследования.

Инновационная среда предназначена для обеспечения генерации новых научных знаний и их трансфера в прикладные сферы общества. Субъекты, активно участвующие в инновационных процессах, стремятся к сотрудничеству с целью установления взаимовыгодных связей, диссипации высоких рисков научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, эффективного распределения ресурсов и др. Особенностью инновационной среды является создание условий для возникновения подобного сотрудничества и его развития в виде новых форм взаимодействия, соответствующих текущим условиям.

В рамках научного исследования под инновационной средой понимается совокупность явлений, процессов, внешних и внутренних условий, оказывающих влияние на осуществление инновационной деятельности субъектов, а также на систему взаимосвязанных отношений субъектов, тем самым позволяя получить результат, обеспечивающий качественный рост эффективности процессов или производства продукции, востребованных рынком [1, 2]. Особенностью инновационной среды является генерация синергии, получаемой при взаимодействии входящих в нее субъектов, при этом добавленная стоимость получается не из кумулятивного эффекта субъектов, но из их взаимодействия. К субъектам инновационной среды (далее – ИС) можно отнести (рисунок 1):

– производителей решений в результате интеллектуального процесса – НИИ, вузы, новаторы-одиночки (наука),

– производителей конечного продукта (услуги) – компании,

– потребителей инновационного процесса – рынок,

– элементы инновационной инфраструктуры, включая инвесторов и экспертов, осуществляющих консалтинг и анализ этой деятельности (государство, финансы).

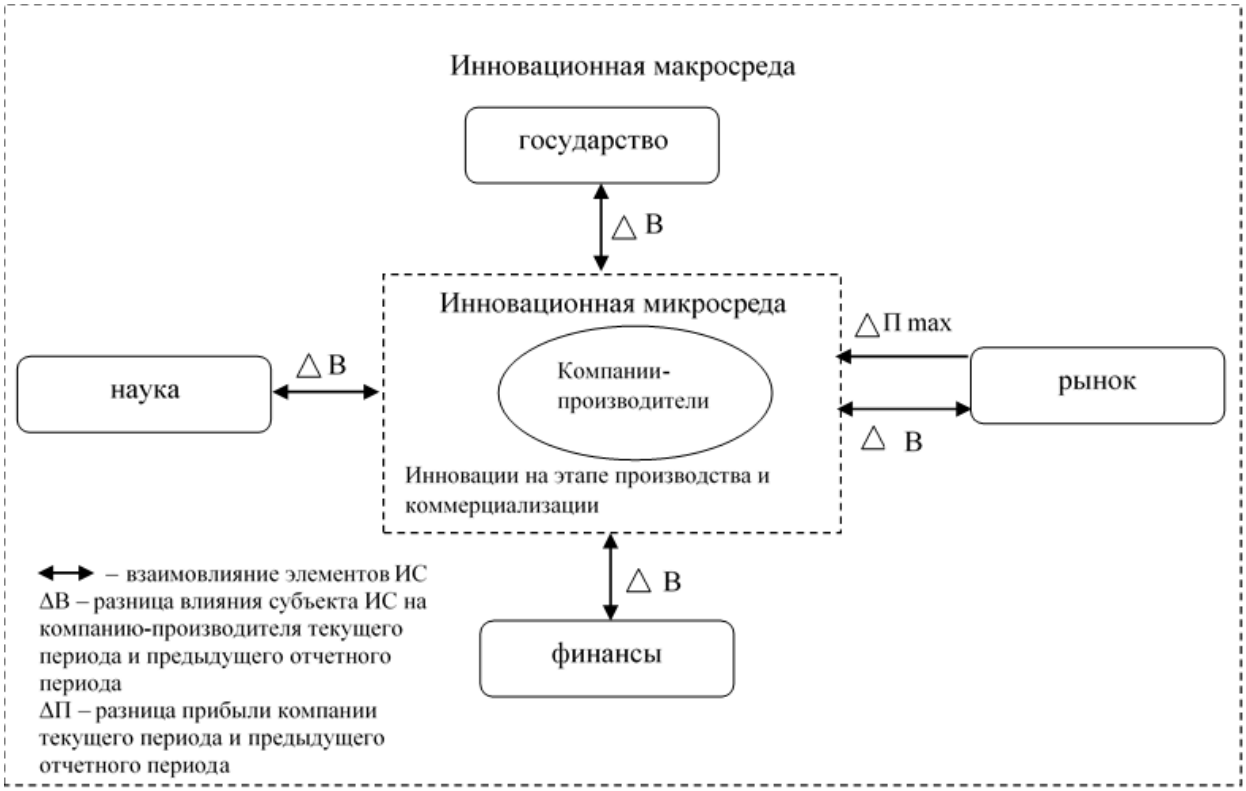

Рисунок 1 – Влияние субъектов инновационной среды на компанию для разработки одной из альтернативных технологий

Если рассматривать инновационную среду вокруг одной компании, участвующей в процессе возникновения инноваций (производителя конечного продукта/услуги). Можно отметить, что на нее и на ее прибыльность на рынке оказывают влияние такие субъекты как наука, финансы, государство, рынок. Поэтому, если оценить это влияние через показатели, то возможно сформировать понимание как этим влиянием можно управлять и корректировать его.

Если рассматривать инновационную среду по отношению к компании-производителю конечного продукта (услуги), можно отметить, что на конкурентоспособность и прибыльность компании оказывают определенное влияние остальные субъекты инновационной среды, такие как наука, финансы, государство, рынок [3]. В связи с этим, предлагается оценивать влияние субъектов ИС через определенные показатели, которые в дальнейшем будут уточнены, и на основании этого разрабатывать меры по корректировке влияния для роста прибыльности компаний, что, соответственно, приведет к повышению уровня инновационной среды в целом. Таким образом, должно соблюдаться равенство $\Delta П \geq \sum \Delta В$, где $\Delta В$ – разница влияния субъекта ИС на компанию-производителя текущего периода и предыдущего отчетного периода; $\Delta П$ – разница прибыли компании текущего периода и предыдущего отчетного периода. Изменение прибыли компании всегда должно быть больше, чем изменение суммарного влияния других субъектов инновационной среды. В противном случае, инновационная деятельность всех субъектов неэффективна и процесс разработки инноваций не принесет положительного результата.

Влияние, которое оказывают субъекты инновационной среды, также можно рассмотреть в виде факторов. Факторы можно разделить на ограничивающие и способствующие формированию инновационной среды.

К ограничивающим факторам относятся:

– экономические: чрезмерно высокие предполагаемые риски; высокая стоимость инноваций; недостаточный инновационный потенциал; сложность контроля над расходами на инновации; сложность доступа к внешним услугам; отсутствие квалифицированных кадров, информации о технологии и рынках, возможностей для сотрудничества; отсутствие технологической возможности, инфраструктуры; низкий уровень защищенности прав собственности; отсутствие реакции на новые продукты и процессы со стороны клиентов;

– политические: особенности законодательства, нормы, правила, стандарты, налогообложение;

– социальные: высокий уровень сопротивления изменениям в фирме; отсутствие необходимости в инновационных изменениях в связи с ранними введениями инноваций;

– финансовые: отсутствие подходящих источников финансирования; долгий срок окупаемости инноваций [4, 5].

Факторы, способствующие формированию инновационной среды:

– наличие субъектов и их систематическое взаимодействие;

– определенные характеристики субъектов (социологические характеристики готовности к кооперации друг с другом, технологическое развитие на одном уровне, понимание действующих тенденций;

– наличие инновационной инфраструктуры;

– реализация инновационной деятельности субъектами с достижением синергетического эффекта.

Степень влияния факторов на инновационную среду может варьироваться в зависимости от внешнеэкономической ситуации страны, а также от потенциала инновационной сферы.

Анализ различных определений инновационной среды и выявление отличительных характеристик каждого из них позволили сформировать авторское видение в рамках науч-

ного исследования. Необходимо отметить, что особенностью инновационной среды является синергетический эффект, получаемый при взаимодействии входящих в инновационную среду субъектов.

Определение факторов и их влияния на формирование инновационной среды отражает важность интеграции деятельности науки, бизнеса и государства и согласования интересов каждого из них. Это способствует повышению технологического уровня и способствует трансформации институциональных условий развития инновационной системы в каждом отдельном регионе и в стране в соответствии с глобальными трендами шестого технологического уклада.

Список литературы

1. Алексеева Э.Р. Анализ технологического развития и позиции Российской Федерации в рейтингах инновационной среды // Сборник материалов XIII Международной научно-практической конференции «Экономика и управление: теория, методология, практика». – Москва: ЕФИР. – 2018. – С. 12-15.

2. Котов Д.В. Оценка инновационного развития социально-экономических систем // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2011. – №4 (78). – С. 43-48.

3. Гамилова Д.А., Алексеева Э.Р. Разработка и сравнение моделей функционирования инновационного процесса // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Инновации в управлении региональным и отраслевым развитием». – Тюмень: ТИУ, 2016. – С. 20-24.

4. Томилина Я.В. Процесс формирования инновационной среды организации // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 6 (часть 2) – С. 335-339.

5. Дементьев В.Е. Условия координации экономической деятельности как фактор формирования организационных структур // Вестник Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова. – 2015. – №2 (80). – С. 55-63.

УДК 338. 2

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА БОРЬБЫ С КОРРУПЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Ушаков Михаил Владимирович,

научный руководитель, к.т.н., доцент кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Чивирев Иван Юрьевич,

студент, факультет государственного и муниципального управления СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается возможность использования Россией зарубежного опыта борьбы с коррупцией, в частности опыта Италии и США. Проведен сопоставительный анализ динамики изменения уровня коррупции по показателю индекса ее восприятия для четырех стран: России, США, Италии и Эстонии. Дана оценка результатов проведенного исследования. Сформулированы итоговые выводы.

Ключевые слова: коррупция; взятка; зарубежный опыт; индекс восприятия коррупции; антикоррупционное законодательство; спецслужбы.

USEFULLY PROSPECTS OF POSITIVE INTERNATIONAL EXPERIENCE OF FIGHTING AGAINST CORRUPTION IN MODERN RUSSIA

Ushakov M.V.,
Supervisor, PhD in Engineering, Associate Professor, Department of management
RANEPA, Saint-Petersburg
Chivirev I.J.,
Student faculty of State and Municipal Administration, RANEPA, Saint-Petersburg

ABSTRACT

This article discusses the possibility of using by Russia foreign experience in the fight against corruption, in particular the experience of Italy and the United States. A comparative analysis of the dynamics of changes in the level of corruption in terms of its perception index for four countries: Russia, United States, Italy and Estonia. The evaluation of the results of the study is given. The final conclusions are formulated.

Keywords: corruption; bribery; foreign experience; corruption perception index; anti-corruption legislation; special services.

Коррупция присутствует в большинстве экономик мира, включая самые развитые и демократические страны. В государствах, хозяйственная система которых подвергается структурной перестройке, такого рода явления подчас не просто ощутимы, они прямо влияют на перспективы политического развития. В России коррупция формирует признаваемую многими экспертами и общественниками угрозу, нейтрализовать которую, исходя из масштабов, связанных с ней проблем, придется не только государству, но и всему гражданскому обществу.

За период с 1991 года, за 28 лет реформ и рыночных преобразований в РФ, масштабы коррупции изменились настолько, что она превратилась в России в системную проблему для общества и государства. Это проявляется в масштабах коррупционного поражения национальной экономики, качестве и количестве коррупционных правонарушений и преступлений, в социальном расслоении общества, в дискредитации органов власти и управления, в непомерном материальном и моральном ущербе [1]. В 2017 году в России правоохранительные органы выявили взяток почти на 7 млрд. рублей [2].

Поэтому, одной из самых злободневных проблем современного мира, наряду с терроризмом и наркоманией, является коррупция, которая представляет собой зло, несущее угрозу национальной безопасности.

Следует подчеркнуть, что создавать систему противодействия коррупции необходимо в любой стране мира, независимо от степени распространения и масштабов этого явления. При этом, одной из важнейших задач при осуществлении государственной антикоррупционной политики, является задача по коренному перелому общественного сознания, формированию в обществе атмосферы жесткого неприятия коррупции [3].

Особое значение борьба с проявлениями коррупции имеет для государств с развивающимися социально-экономическими системами, находящимися в состоянии транзита, поиска своего пути развития, к которым, безусловно, принадлежит и Россия. В этой связи весьма актуальной задачей является изучение международного опыта борьбы с коррупцией.

На примере других стран, добившихся ощутимых результатов в борьбе с этим явлением, целесообразно изучить, какие способы противодействия коррупции могут быть эффективными и оценить перспективы их использования в России с учетом национальной специфики нашего государства. Кроме того, в современном мире, подверженном глобализации, большую роль играет международное сотрудничество, унифицированное законодательство и наличие единых методик оценки уровня коррупции.

В работе в дальнейшем будут рассмотрены как примеры удачных масштабных операций по борьбе с международными мафиозными структурами, использующими коррупцион-

ные схемы в своей преступной деятельности, так и практика принятия антикоррупционных законов. Сравнение уровня коррупции в разных странах проведено с использованием данных, рассчитанных по методике, используемой международной антикоррупционной организацией «Трансперенси Интернейшенл» (Transparency International).

В историческом опыте борьбы с коррупцией в органах государственного управления наиболее яркими эпизодами стали масштабные операции под кодовыми названиями «Шейх и пчела» и «Чистые руки», проведенные Федеральным Бюро Расследований (ФБР) США и полицией Италии в 70-х-90-х годах прошлого века. Именно в США и Италии во второй половине XX века была развернута беспрецедентная по размаху бескомпромиссная борьба с организованной преступностью и коррупцией.

Активным борцом с коррупцией как внутри страны, так и на международной арене выступили США, к тому моменту уже имевшие обширный опыт противостояния коррупции.

ФБР разработало и затем успешно провело операцию, носившую кодовое название «Шейх и пчела».

Агенты ФБР входили в коррупционные сети под видом посредников арабских миллионеров и предлагали государственным служащим, занимавшим на тот момент высокие посты в администрациях и конгрессе, большие взятки за продвижение их коммерческих интересов. Как итог данной операции всего за один год было выявлено более двухсот чиновников, которые были уличены в коррупционных схемах и незаконной деятельности.

После громкого скандала, вызванного коррупционной деятельностью компании «Локхид» в Японии, который привел к отставке правительства страны, американское законодательство нуждалось в переменах. Перемены пришли в 1977 году вместе с законом, запрещающим подкуп зарубежных должностных лиц американцами.

Однако, после принятия закона, американский бизнес начал нести потери, так как большинство партнеров из стран «третьего мира» начали предпочитать менее «сложных» партнеров. В результате протестов в данный закон были внесены поправки в 1988 году. Но к положительным результатам это не привело. По данным журнала «Экономист» в 1995 году американские компании упустили больше 100 контрактов на сумму, оцениваемую почти в 45 млрд. долларов по той же самой причине, которая привела к протесту бизнес-сообщества.

В итоге, в начале 21-го века министерство торговли США создало «горячую линию», призванную содействовать компаниям в решении проблем недобросовестной конкуренции. По замыслу, такая мера должна позволить своевременно воспрепятствовать незаконным операциям и остановить коррупционную деятельность компаний и представителей власти в зародыше.

В последние годы США не стояли на месте и приняли целый пакет новых законов по противодействию коррупции, на основании которых суды привлекают к уголовной ответственности все большее число чиновников и бизнесменов, а это лишний раз подтверждает, что операции правоохранительных органов должны сопровождаться постоянным совершенствованием антикоррупционного законодательства.

Еще одним ярким примером эффективной борьбы с коррупцией, опыт которой следовало бы изучить и использовать, является операция «Чистые руки» - комплекс масштабных полицейских оперативных мероприятий, проведенный в Италии в 1992 – 1994 гг. Операция, в итоге, имела впечатляющие результаты.

Как известно, на Апеннинах царит культ подарков, подношений и других видов «выражения уважения» поэтому взятка там перестала быть чем-то противозаконным в сознании людей. В конце концов ситуация с подкупом политиков перешла все допустимые даже для Италии границы.

Политические партии в Италии имеют реальную власть, поэтому бизнесмены часто пользовались услугами по продвижению своего бизнеса путем финансирования политиков.

В конечном итоге сформировались прочные коррупционные связи между властью и бизнесом, что привело к созданию своеобразного рынка теневых услуг.

Однако весь этот рынок подкосила взятка в 5 тысяч евро. На ней попался Марио Кьеза, который занимал должность директора миланского пансиона для престарелых «Тривульцио». Никому тогда еще не известный следователь Ди Пьетро был крайне удивлен, изучив счета преступника. Директор пансиона не мог располагать внушительными средствами, которые находились на его счетах. Оказалось, что он был одним из лидеров миланского отделения социалистической партии .

От Марио Кьезы получилось выстроить цепочку, которая помогла выйти на крупных итальянских чиновников. Данный прецедент и послужил началом знаменитой операции «чистые руки» в результате которой более 500 чиновников получили реальные тюремные сроки, остальные же, пытаясь избежать подозрений и судьбы коллег, поспешили подать в отставку.

Нельзя отрицать, что толчком для начала решительной борьбы с коррупцией послужила случайность, а затем сработал эффект домино, но на самом деле ее успех был закономерен, благодаря следующим факторам:

- в Италии ни одна политическая партия не обладает абсолютной властью, что порождает здоровую конкуренцию;

- свободные СМИ не оставили коррупционный скандал без внимания, а скорее наоборот, привлекли к нему внимание общественности;

- последовательная работа правоохранительных органов;

- независимая судебная власть.

Далее рассмотрим процесс формирования антикоррупционного законодательства в России и связь этого процесса с международной практикой создания эффективной нормативно-правовой базы для борьбы с коррупцией.

Основополагающим международным документом, объединяющим международное антикоррупционное движение, является Конвенция Организации Объединённых Наций против коррупции (принята 31 октября 2003 года, вступила в силу 14 декабря 2005 года). Она стала первым международно-правовым документом против коррупции, который ратифицирован большинством стран мира. Российская Федерация подписала данное соглашение одновременно с Германией 9 декабря 2003 года, а ратифицировала 8 марта 2006 года, в то время как Германия прошла длинный путь изменения законодательства, прежде чем ратифицировать его 12 ноября 2014 года. Конвенция предусматривает рекомендательный перечень мер по противодействию коррупции, а именно:

– предупреждение и противодействие коррупции на основе принципов правопорядка, честности, неподкупности, прозрачности и ответственности;

– взаимодействие государств-участников и компетентных органов друг с другом, с международными и региональными организациями;

– обеспечение прозрачности публичных закупок и управления публичными финансами;

– меры по укреплению честности и неподкупности судей и работников судебных органов;

– содействие активному участию отдельных лиц и инициативных групп в предупреждении коррупции и борьбе с ней [4].

В законодательстве Российской Федерации имеется достаточное количество нормативно-правовых актов, направленных на регулирование вопросов, связанных с противодействием коррупции. При этом, основные направления деятельности государства в этой сфере прописаны в Федеральном законе от 25.12.2008 N273-ФЗ "О противодействии коррупции". В нем, в частности, предусмотрены следующие меры:

– формирование в обществе нетерпимости к коррупционному поведению;

– представление сведений о доходах, расходах, имуществе и обязательствах имущественного характера лиц, замещающих государственные должности, а также их супруги (супруга) и несовершеннолетних детей;

– обеспечение доступа граждан к информации о деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления;

– обязанность государственных и муниципальных служащих уведомлять об обращениях в целях склонения к совершению коррупционных правонарушений.

Таким образом, можно констатировать, что в России создана современная нормативно-правовая база, позволяющая не только выявлять, раскрывать и наказывать за коррупционные правонарушения, но и предупреждать их, реализуя комплекс превентивных мер.

Рассмотрим, как выглядит положение России на общем мировом фоне борьбы с проявлениями коррупции.

С 1995 года международная антикоррупционная организация «Трансперенси Интернейшенл» производит расчет интегрального показателя «индекс восприятия коррупции» (ИВК), с помощью которого она количественно оценивает, какое место занимает та или иная страна в рейтинге среди стран, участвующих в нем.

С 2012 года ИВК рассчитывается на основе данных опросов экспертов и деловых кругов. На данный момент ИВК ранжирует по разным оценкам от 176 до 180 стран мира по шкале от «0» до 100 баллов. При этом, наименьший возможный уровень коррупции оценивается 100 баллами, а самый высокий уровень восприятия коррупции соответствует нулевому значению. Используя количественные значения ежегодных рейтингов, получили возможность делать выводы о наличии или отсутствии прогресса в деле борьбы с коррупцией.

Для сопоставительного анализа нами были выбраны четыре страны: США, Италия, Россия и Эстония исходя из следующих соображений.

США и Италия выделены как страны, особо проявившие себя в деле борьбы с коррупцией. Эстония была выбрана как страна, добившаяся наибольших успехов в борьбе с коррупцией на постсоветском пространстве, а Россия была внесена в список для того, чтобы определить уровень ИВК в сравнении с потенциальными лидерами этого рейтинга. Результаты анализа см. в таблице.

Таблица

Результаты рейтингования четырех стран по индексу восприятия коррупции за последние шесть лет

Годы	Страны	ИВС, баллы	Место страны в мировом рейтинге
2012	США	73	19
	Эстония	64	32
	Италия	42	72
	Россия	28	133
2015	США	76	16
	Эстония	70	23
	Италия	44	61
	Россия	29	119
2018	Эстония	73	18
	США	71	22
	Италия	52	53
	Россия	28	138

Безусловно, временной отрезок, на котором был выполнен сравнительный анализ, не дает нам права делать далеко идущие выводы, но все-таки общая тенденция явно прослеживается:

Эстония демонстрирует ярко выраженное поступательное движение, пройдя за 6 лет путь с 32 до 18 места в рейтинге и сейчас находится в одном ряду с такими благополучными в смысле антикоррупционной борьбы странами, как Ирландия и Япония, обойдя на 4 позиции США.

США выглядят в рейтинге вполне стабильно, их позиция колеблется около фиксированного среднего значения;

достаточно уверенное движение вверх демонстрирует Италия, поднявшись в рейтинге на 19 позиций, но все-таки она значительно отстает от США и Эстонии;

к большому сожалению, Россия на протяжении последних 6 лет она стабильно занимает в рейтинге места от 119 до 138, а на постсоветском пространстве РФ находится выше в рейтинге ИВС только четырех стран: Азербайджана, Таджикистана, Узбекистана и Туркменистана.

Итак, в рамках решаемой задачи, сформулированной нами как «изучить возможность использования положительного зарубежного опыта по борьбе с коррупцией и оценить перспективы его использования в условиях современной России», предстоит ответить на следующие вопросы:

1. Какая тактика будет более эффективной для нашей страны – проведение широкомасштабных операций по примеру США и Италии, или же ежедневная планомерная деятельность всех государственных органов без громких кампаний, шаг за шагом продвигающая нас к идеальному обществу без коррупции?

2. Стоит ли вообще пытаться адаптировать международный опыт борьбы с коррупцией к российским реалиям или же избрать собственный особый путь?

3. Насколько зрелым является российское гражданское общество и какова степень его готовности к открытой схватке с коррумпированным чиновничеством?

Основываясь на фактах, изложенных в актуальных публикациях по проблемам, связанным с коррупцией, а также на результатах проведенного собственного исследования, можно сделать следующие выводы, которые позволят ответить на поставленные вопросы.

В России нет внешнего контроля над бюрократией. Если в Италии, Швеции, Нидерландах, Финляндии и ряде других развитых демократических стран политики контролируют армию чиновников, то в России чиновники подконтрольны сами себе. Пока не будет партийной конкуренции, о нормальной антикоррупционной кампании не может быть и речи.

При декларируемой свободе слова, в России практически нет независимых общественно-политических СМИ, роль которых в разоблачении коррупционеров трудно переоценить. В Италии именно независимые СМИ вывели на свет дело Марио Кьезы, а потом, до конца расследования, освещали весь ход операции. У лидеров партий, входивших в состав правительственной коалиции, просто не было рычагов воздействия на редакторов и издателей популярных газет и журналов. Важную роль сыграли СМИ Италии в формировании социокультурных норм и правил, осуждающих коррупционное поведение как явление.

Российское гражданское общество пока еще очень разобщено, поэтому не представляет реальной силы. Как видно из опыта США и Италии, развитое гражданское общество – залог успеха антикоррупционных кампаний. В Италии Ди Пьетро с коллегами получил такую поддержку общественных организаций и движений, что это сыграло решающую роль в доведении проводимого им расследования до логического конца – вынесения обвинительных приговоров всем без исключения коррупционерам. В России же коррупцию до сих пор

воспринимают как нечто самой собой разумеющееся, и это большая проблема. Залогом успеха в борьбе с коррупцией должно стать желание всех слоев общества победить ее.

При внешне грамотном и содержательном антикоррупционном законодательстве, оно уже сейчас нуждается в доработке, адаптации к реалиям нашей жизни и разрешении ряда противоречий.

Необходимо, насколько это возможно, «обелить» наше законодательство. Некоторые процедуры сейчас вне закона, хотя в них нет ничего уголовного. Яркий пример – законопроект о лоббировании, который несколько раз отклоняла Дума. Если вдуматься, ситуация странная: крупный бизнес вынужден идти на преступление и давать взятку, даже продвигая прорывную технологию. А ведь попытка донести свою позицию до сведения законодателей – не криминал. От четко прописанной процедуры внесения бизнес-инициатив выиграют все.

Следует избавляться от «правовых пустот» - неточностей, недоговорок и общих формулировок в законах. Пока что их много. В законодательстве нет категории «незаконное обогащение». Появись она, можно было бы привлекать к ответственности чиновников, которые не могут объяснить происхождение своего капитала.

Одной из самых эффективных форм воздействия на корыстных преступников является конфискация, которая широко применяется в США и Европе. Этот законопроект депутаты также предлагали внести на рассмотрение, но Дума, как и закон о лоббировании, отклонила его.

Выводы

Основываясь на результатах проведенного исследования, вполне однозначно можно ответить лишь на вопрос о готовности российского общества к борьбе с проявлениями коррупции в органах государственной власти. Не решив перечисленных выше проблем, невозможно добиться ощутимых результатов, так как в обществе нет единства в вопросе о том, какими методами следует искоренять коррупцию.

В создавшейся ситуации возможны лишь показательные акции в отношении части слишком уж «зарвавшихся» чиновников. Эти акции призваны демонстрировать обществу, что власть «не дремлет». Внешне это похоже на те операции, которые проводили спецслужбы США и Италии, но, к сожалению, они не имеют продолжения в виде систематической деятельности по борьбе с коррупцией и ее профилактике.

Решив вопрос с поддержкой курса на искоренение коррупции гражданским обществом, можно перейти к более решительным действиям, в частности, к использованию международного опыта и выбору тактики борьбы с коррупционерами. Что на практике окажется более действенным, сказать трудно, но, по-нашему мнению, эффективным должно стать сочетание масштабных спецопераций по разгрому организованных преступных сообществ, сросшихся с чиновничьим аппаратом посредством коррупционных связей и планомерной черновой работы по искоренению коррупции на всех уровнях власти, в том числе и ее профилактика. Это потребует дальнейшего совершенствования нормативных правовых антикоррупционных актов.

Положительный опыт борьбы с коррупцией, заимствованный у других стран, безусловно, будет полезен.

Список литературы

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14 мая 2014 г. № 816-р. «Программа по антикоррупционному просвещению на 2014-2016 годы»; Указ Президента РФ от 1 апр. 2016 г. № 147 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2016-2017 годы»: // СЗ РФ. 2016. № 14. Ст. 1985.

2. Колованги́н П.М., Куликов А.Д. Борьба с коррупцией как условие экономической безопасности России // Государство и бизнес. Современные проблемы экономики: Матери-

алы X Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. Том 3, с. 66-73.

3. Коловангин П.М. Теневая экономика и противодействие коррупции. Учебное пособие для сотрудников Министерства внутренних дел России. 2-е изд. доп. – СПб.: Написано пером, 2013. – 296 с.

4. Конвенция Организации Объединенных Наций против коррупции (принята в г. Нью-Йорке 31.10.2003 Резолюцией 58/4 на 51-ом пленарном заседании 58-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН).

УДК 614

ОСОБЕННОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Козловский Алексей Валерьевич,

Магистр педагогики, ст. преподаватель кафедры менеджмента СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется сущность малого и среднего предпринимательства, роль государственных закупок как фактора поддержки коммерческих организаций, сформулированы особенности деятельности малых предприятий в сфере государственных закупок, выявлены проблемы и обозначены пути их решения.

Ключевые слова: малый и средний бизнес; закупочная деятельность; государственные закупки; государственная поддержка малого бизнеса.

FEATURES OF THE PURCHASING ACTIVITIES OF ENTERPRISES IN THE SPHERE OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS

Kozlowski A.V.,

Master in Pedagogics, Senior Lecturer, RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The article explores the essence of small and medium business, the role of public procurement as a support factor for commercial organizations, outlines the features of small businesses in public procurement, identifies problems and outlines ways to address them.

Keywords: small and medium businesses; procurement activities; state procurements; state support of small business.

Российское государство сегодня, крупнейший в мире заказчик товаров и услуг. Все государственные и муниципальные учреждения, а также компании с государственным участием проводят закупки товаров, работ и услуг для обеспечения своей деятельности. Государственные закупки затрагивают все сферы бизнеса, начиная от закупки канцелярских товаров и заканчивая строительством космодромов. Все закупки проводятся на бюджетные деньги, которые заранее запланированы, что дает сто процентную гарантию оплаты после выполнения заказа, с другой стороны – гарантированный рынок сбыта товаров, работ и услуг для коммерческих организаций. Поэтому государственные контракты это стабильный и надежный способ расширения или запуска бизнеса в этом направлении, для реализации товаров, работ или услуг. Основными законами, регулирующими деятельность предприятий в сфере государственных закупок, являются Федеральные законы N 44-ФЗ и N 223-ФЗ [1, 2].

Повышение с годами роли государственных закупок в РФ подтверждается статистическими данными: объем госзакупок по 44-ФЗ в 2016 году составил 6 403 721,7 млн. рублей, а в 2017 году 7 084 649,8 млн. рублей. По 223-ФЗ объем закупок составил 25 720 077 млн. рублей в 2016 году, и 27 039 740,5 млн. рублей в 201 7 г. [1, 2].

Закон РФ №44-ФЗ регулирует отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд в целях повышения эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечения гласности и прозрачности осуществления таких закупок, предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере закупок, таких как [3, с. 156]:

– планирования закупок товаров, работ, услуг;
– определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
– заключения гражданско-правового договора, предметом которого являются поставка товара, выполнение работы, оказание услуги, от имени Российской Федерации, субъекта РФ или муниципального образования, а также бюджетным учреждением, государственным, муниципальным унитарными предприятиями;
– мониторинга закупок товаров, работ, услуг;
– аудита в сфере закупок товаров, работ, услуг;
– контроля за соблюдением законодательства РФ и иных нормативных правовых актов о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Согласно 44-ФЗ участниками закупок могут быть - любое юридическое лицо независимо от его организационно-правовой формы, формы собственности, места нахождения и места происхождения капитала, за исключением юридических лиц, запрещенных законом [4, с. 133].

Государственные закупки делятся на два вида: конкурентные и неконкурентные.

Конкурентные способы делятся на открытые (принять участие может любой поставщик) и закрытые (участвовать могут только те поставщики, которых пригласил заказчик). Среди конкурентных способов есть несколько разновидностей: запросы котировок, запросы предложений, конкурсы, аукционы. Например, при проведении конкурса заказчик выбирает поставщика по разным критериям, а при аукционе выигрывает тот, кто предложит самую низкую цену.

Неконкурентный способ – это так называемая закупка у единственного поставщика. По закону такое возможно, если, например, закупка разовая и сумма контракта не превышает 100 тысяч рублей. Также неконкурентный способ применяют, если услуга есть только у одного поставщика – например, заказчику нужно водоснабжение, теплоснабжение или газоснабжение

Субъекты малого и среднего предпринимательства также могут участвовать в государственных закупках. Деятельность малого и среднего предпринимательства в России регулируется Федеральным законом 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». В данном законе указаны все условия и критерии отнесения предприятия к малому или среднему предпринимательству. Начиная с 1 августа 2016 года, в России был создан единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства. Введение данного реестра осуществляется Федеральной налоговой службой. Вся информация размещается на его официальном сайте.

Субъект малого предпринимательства может участвовать в любой государственной закупке, если будет соответствовать требованиям заказчика и сможет выполнить условия контракта. Однако, преимущественным для него будут те закупки, которые проводят только для представителей малого предпринимательства. В таких закупках запрещено участие среднего или крупного бизнеса, поэтому у малого предприятия будет не такая серьезная

конкуренция, что увеличивает его шансы на победу. Начальная максимальная цена таких закупок не должна превышать 20 млн. рублей. Заказчик вправе провести такую закупку одним из шести способов: запрос котировок; электронный аукцион; запрос предложений; открытый конкурс; двухэтапный конкурс; конкурс с ограниченным участием [5, с.103]. Для участия в такой закупке, поставщик обязан предоставить декларацию о принадлежности к субъектам малого предпринимательства.

Таким образом, если в закупке указано требование исполнять ее силами малого или среднего предприятия, то для них будут действовать следующие льготные условия:

– сумма обеспечения заявки не должна превышать 2% от начальной максимальной цены контракта. Для остальных поставщиков данная сумма равна 5%;

– сумма обеспечения контракта не должна превышать 5% от начальной максимальной цены контракта, или должна быть равной сумме аванса.

Также устанавливается максимальный срок оплаты по контракту, он не должен превышать 30 дней со дня подписания акта-приемки. Заказчик обязан не позднее 15 дней с момента подписания акта-приемки оплатить товары, работы или услуги, выполненные поставщиков. Для всех остальных организаций срок оплаты составляет 30 дней. Заказчик так же имеет право не требовать обеспечение контракта при проведении электронного аукциона, конкурса или запроса предложений у представителей субъекта малого предпринимательства [6, с. 38]. Однако на практике, данной возможностью, заказчики практически не пользуются. Помимо прочего, заказчик может утвердить собственную программу партнерства для субъектов малого и среднего предпринимательства и установить льготы для ее участников.

ФЗ РФ №223-ФЗ также предусматривает льготы и преимущества для субъектов малого и среднего предпринимательства. Если выручка заказчика составляет более 2 млрд. рублей, то они обязаны закупать у субъектов малого и среднего предпринимательства товары, работы и услуги в объеме не менее 18% от общего объема закупок. При этом, 10% закупок должны проводиться строго среди субъектов малого предпринимательства.

Также заказчик, в своем положении, должен перечислить по общероссийскому классификатору продукции по видам экономической деятельности (ОКПД2) все товары, работы и услуги, по которым будет проводиться закупка у субъектов малого или среднего предпринимательства, с соблюдением следующих требований:

– если начальная максимальная цена контракта не превышает 50 млн. рублей, то закупка из данного перечня осуществляется строго у субъектов малого и среднего предпринимательства;

– если начальная максимальная цена контракта составляет от 50 млн. до 200 млн. рублей, то заказчик вправе сам определять, среди кого проводить закупку.

Однако, не все руководители малых и средних предприятий стремятся участвовать в государственных закупках и готовы вести честные деловые отношения, поскольку действующие законы в сфере государственных закупках предусматривает высокую ответственность руководителей малых и средних предприятий за выполнение государственных контрактов. Данная ответственность касается выполнения всех условий контрактов: по цене, по срокам реализации контракта, ассортименту поставок и качеству поставляемых товаров или оказываемых услуг.

Для повышения ответственности частного бизнеса в сфере государственных закупок предусмотрен ряд законодательно утвержденных мер. Одной из которых, является внесение недобросовестного поставщика в особый реестр. Реестр недобросовестных поставщиков является общероссийским и ведется в обязательном порядке. Если малое или среднее предприятие попадет в данный реестр, его репутация как честного предпринимателя будет по-

дорвана не только на рынке государственных услуг, но и на коммерческом рынке, поскольку данный реестр является общедоступным для всех.

Несмотря на то, что механизм регулирования государственных закупок улучшается с каждым годом, у него все же есть некоторые проблемы. Наиболее актуальными являются: проблемы планирования закупок, неэффективное использование бюджетных средств при проведении госзакупок, злоупотребление закупками у единственного поставщика, одностороннее расторжение контрактов по инициативе заказчика.

Данные проблемы препятствуют активному участию малого и среднего бизнеса в государственных закупках. Причинами вышеописанных проблем является недоработки нормативной базы, низкая квалификация заказчика и коррупция. Основные методы борьбы с причинами вышеуказанных проблем могут быть: регулярная доработка нормативной базы; ужесточение контроля над исполнением Закона № 44-ФЗ, повышение ответственности частного сектора в выполнении государственных контрактов и др.

Выводы: государство всегда было и остается самым надежным потребителем товаров, работ и услуг, приобретаемых в частном секторе. Рынок государственных закупок достаточно емкий, что гарантирует коммерческим предприятиям рынок сбыта и доходы от реализации поставок. Для малых и средних предприятий государство предусматривает ряд льгот, способствующих их поддержки и обеспечения стабильного развития.

Одной из проблем участия предприятий сферы малого и среднего бизнеса в государственных закупках является неготовность руководителей предприятий вести честные деловые отношения, коррупция, сговор и неисполнение контрактов препятствует расширению партнерских взаимоотношений государства и бизнеса при реализации государственных контрактов.

Для решения этих и многих других проблем необходимо регулярно совершенствовать нормативную базу; ужесточать контроль над исполнением Закона № 44-ФЗ, повышать ответственности частного сектора в выполнении государственных контрактов.

Список литературы

1. Федеральный закон от 05.04.2013 N 44-ФЗ (ред. от 23.04.2018) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.06.2018).

2. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (ред. от 31.12.2017) «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.01.2018).

3. Звонова Е. Финансирование государственных закупок. – М.: Инфра-М, 2012 – 528 с.

4. Кичик К. Государственный (муниципальный) заказ России. Правовые проблемы формирования, размещения и исполнения. – М.: Юстицинформ, 2014. – 260 с.

5. Иванов Валерий, Григ Инесса. Механизмы управления государственными закупками. – М.: Инфра-М, 2017. – 208 с.

6. Дубовик С. Закупки на 100%. Инструменты снижения цен и получения лучших условий у сложных поставщиков. – СПб.: Питер, 2018. – 384 с.

УДК 005.5

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИИ: НАЙМ И ОТБОР

Гарькуша Ольга Григорьевна,
студент Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, г. Краснодар
Искандарян Гоар Овсеповна,
к.э.н., доцент Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, г. Краснодар

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены понятия «найм» и «отбор» персонала. Требования, который должен предусматривать работодатель при найме и отборе новых сотрудников. Также рассмотрены факторы, которые влияют на найм и отбор персонала. Рассмотрен процесс отбора подходящего кандидата на вакансию можно представить в виде схемы. Сделаны выводы, о том что процесс найма и отбора персонала, мы можем сказать, что роль этого вопроса в организации, достаточно высокая, так как любая организация хочет быть конкурентоспособной, но без квалифицированных сотрудников это не возможно.

Ключевые слова: найм персонала; отбор персонала; внешняя и внутренняя среда организации; подбор персонала; факторы.

PERSONNEL MANAGEMENT IN THE ORGANIZATION: RECRUITMENT AND SELECTION

Garkusha Olga Grigorevna.,
Student Kuban State Agrarian University. I.T. Trubilina, Krasnodar
Iskandaryan Gohar Hovsepovna,
PhD in Economics, Associate Professor Kuban State Agrarian University. I.T. Trubilina, Krasnodar

ABSTRACT

The article discusses the concept of "hiring" and "selection" of staff. Requirements that must be provided by the employer in hiring and selecting new employees. Also considered are factors that influence recruitment and selection of personnel. The process of selecting a suitable candidate for a vacancy can be represented in the form of a scheme. It was concluded that the recruitment and selection process, we can say that the role of this issue in the organization is quite high, since any organization wants to be competitive, but without qualified employees this is not possible.

Keywords: recruitment; selection of personnel; external and internal environment of the organization; recruitment, factors.

В современном мире целью каждой организации является привлечение высококвалифицированных специалистов. Процесс найма и отбора персонала – это один из важных вопросов организации, так как, именно, от этого зависит его дальнейшая работа и качество выполненной работы. Важно, чтобы процесс подбора персонала был организован так, чтобы организация могла позволить в краткие сроки закрыть все вакансии и привлечь персонал, который будет соответствовать всем ее требованиям.

Найм и отбор персонала – это ряд последовательных действий, которые направлены на то, чтобы привлечь новых, квалифицированных сотрудников, которые обладают необходимыми для организации качествами [1]. Подбор сотрудников является главной функцией в системе управления персоналом, так как организации нужно создавать резерв специалистов для любой должности. Для того, чтобы организация была конкурентоспособна на рынке,

имела собственный имидж, нужно систематично организовывать процесс найма и отбора, за счет новых, грамотных, профессиональных специалистов работа в организации будет достаточно быстро и четко выполнятся. Нужно учитывать, то, что отбор, который ведется в фирме обеспечивает постоянное количество сотрудников, что приводит к сокращению определенных статей на персонал (найм, обучение, высвобождение).

Непосредственно, при найме персонала работодателю следует иметь в виду следующее:

а) то, что формирование нового штата работников должно быть связано с существующей в организации системой управления кадрами;

б) нужно учитывать не только профессиональные качества сотрудника, но и личные качества, способность без труда влиться в коллектив, не идти на конфликты и т.д.;

в) так же важно, чтобы у работодателя не было предвзятого отношения ко всем соискателям [2].

На процесс найма нужного для организации персонала влияют факторы внешней и внутренней среды. К факторам внешней среды мы можем отнести: законодательство; ситуацию на рынке рабочей силы; расположение компании; имидж компании. К факторам внутренней среды - кадровая политика фирмы; организационная культура; специфика деятельности; персонал организации.

Найм новых специалистов является основой для осуществления отбора будущего персонала организации. Многие ученные говорят, что отбор персонала является частью найма, так как из всего списка кандидатов нужно изучить психологические и профессиональные качества работника, с целью установления может ли он адаптироваться на новом рабочем месте, как он поведет себя в новом коллективе, хочет ли он выполнять соответствующие требования организации, и в следствии всего выбрать наиболее подходящего, учесть его образование, рекомендации (если они есть), личные качества и т.д. [3]. Следует отличать отбор персонала и подбор персонала, так как в процессе отбора необходимо искать новых сотрудников с учетом политики организации, а при подборе происходит поиск, распознавание требований различных должностей, так же видов деятельности, именно, под самого человека, т.е. его опыт, возможности, стаж и т.д.

Процесс найма и отбора персонала начинается с первичного отбора. На этой стадии специалист по работе с персоналом начинает составлять список возможных кандидатов для того, чтобы закрыть свободные вакансии в организации, далее он анализирует составленный список в соответствии с требованиями и специфики работы в их организации. Также на этом этапе специалист по работе с персоналом может вычеркнуть из списка тех кандидатов, которые не имеют достаточно характеристик, соответствующих требованиям должности. Этот список составляется для того, чтобы сэкономить время на отбор персонала. Второй этап заключается в том, что специалист по работе с персоналом должен провести интервью с кандидатами, цель которого заключается в проверке способностей, потенциала, адаптации и мобильности в организации, может ли он выполнять требования, которые изложены в инструкции и т.д. По окончанию интервью специалист по работе с персоналом сокращает список возможных кандидатов на замещение вакантной должности. Далее собираются документы с предыдущего места работы, различные рекомендации, анализируются и после чего проходят собеседование уже с руководителем организации. На основе результатов собеседования, а также возможного испытательного срока, который все более часто используется в современной практике для оценки кандидата непосредственно на рабочем месте, руководитель подразделения (отдела) выбирает кандидата, который, по его мнению, подходит к занятию вакантной должности больше других [5].

Проанализировав процесс найма и отбора персонала, мы можем сказать, что роль этого вопроса в организации, достаточно высокая, так как любая организация хочет быть кон-

курентоспособной, но без квалифицированных сотрудников это не возможно. На сегодняшний день, организации разрабатывают и применяют собственные различные методы по найму и отбору персонала, создают собственные системы для оценки будущих сотрудников. Для того чтобы усовершенствовать процесс найма в любой организации специалистам по работе с персоналом необходимо не ограничиваться только одним внешним, или только внутренним источником привлечения персонала, а использовать их в совокупности, для получения наиболее эффективного результата в лице работника с высокими профессиональными способностями.

Список литературы

1. Дейнека А.В. Управление персоналом: учебник. – М.: Дашков и К, 2017. – 290 с.
2. Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Эсаулова И.А. Экономика управления персоналом: Учебник. – М.: НИЦ ИНФРА–М, 2016. – 427 с.
3. Колосова Р.П., Василюк Т.Н., Артамонова М.В., Луданик М.В. Экономика персонала: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2017. –896 с.
4. Мякушкин Дмитрий Евгеньевич. Отбор и подбор персонала[Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://myakushkin.ru/ru/publikaczii/21/otbor-i-podbor-personala.html.
5. Резникова О. С., Гарибян А. Б. Роль найма и отбора персонала в организации // Молодой ученый. – 2017. – №8. – С. 189-191.

УДК 332.2

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Тузова Анастасия Александровна,
магистр Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова, г. Ярославль

АННОТАЦИЯ

Обоснована необходимость оценки эффективности управления муниципальными земельными ресурсами. Предложены показатели оценки эффективности, сгруппированные в рамках определения экономической, финансовой, социальной и функциональной эффективности.

Ключевые слова: земельные ресурсы; муниципальная собственность; эффективное управление; методика; оценка.

ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF MANAGING LAND RESOURCES OF MUNICIPALITIES

Tuzova A.A.,
Master student of Yaroslavl Demidov State University, Yaroslavl

ABSTRACT

The necessity of evaluating the effectiveness of management of municipal land resources is substantiated. Performance evaluation indicators are proposed, grouped under the definition of economic, financial, social, and functional efficiency.

Keywords: land resources; municipal ownership; effective management; methodology; assessment.

Земля, будучи необходимым условием существования человека, основой его физиологической, социальной и экономической деятельности, занимает особое место в жизни обще-

ства и государства.

В Российской Федерации полномочия по управлению земельными ресурсами в большей степени переданы на местный уровень. В связи с этим, эффективное управление и распоряжение земельными ресурсами – одна из важных и первоочередных задач местных органов власти, поскольку получаемые от использования муниципального имущества доходы в полном объеме поступают в местные бюджеты и позволяют обеспечивать финансовую самостоятельность муниципальных образований. Особенно актуально этот вопрос возникает в условиях, когда средств в местных бюджетах едва хватает на осуществление минимальных социальных расходов, а региональные органы власти зачастую не способны повлиять на мобилизацию доходов своих территорий [2].

В связи с вышеизложенным возникает необходимость оценки эффективности использования муниципальных земельных ресурсов. Данная оценка основана на определении критериев экономичности, результативности, качества и позволяет проанализировать степень реализации поставленных целей и достижения запланированных результатов в сфере управления земельными ресурсами.

На сегодняшний день критерии результативности и качества управления земельными ресурсами законодательно не закреплены [1]. В России нет комплексной методики оценки эффективности управления муниципальной собственностью на землю, которая бы позволяла оценивать экономическую и социальную эффективность. Однако анализ предложенных российскими и зарубежными авторами методик оценки эффективности управления имущественным комплексом в целом позволяет выделить определенные аспекты каждой методики и адаптировать их для управления муниципальными земельными ресурсами.

Оценка эффективности управления земельными ресурсами муниципального образования основывается на расчете уже известных показателей, сгруппированных в рамках определения экономической, финансовой, социальной и функциональной эффективности.

Экономическая эффективность управления земельными ресурсами характеризует соотношение полученного бюджетом результата к общим затратам материальных, временных, трудовых ресурсов на управление. К такой эффективности может быть отнесено увеличение доходов от продажи и предоставления в аренду земельных участков, положительный прирост муниципальных земельных ресурсов, повышение инвестиционной привлекательности земли, высокая интенсивность использования земель по функциональному назначению и другие [2].

С экономической эффективностью тесно связана финансовая эффективность, представляющая собой обеспечение поступления налоговых и неналоговых доходов в бюджет муниципального образования. К показателям оценки финансовой эффективности можно отнести долю земельного налога в налоговых доходах местных бюджетов, а также долю доходов от реализации земельных участков в неналоговых доходах бюджетов.

С точки зрения социальной эффективности деятельность органов местного самоуправления по управлению земельными ресурсами должна обеспечивать удовлетворенность населения комфортностью проживания на территории муниципального образования, экологической безопасностью, защитой и выполнением законных интересов [2]. Оценка может определяться соотношением предоставленных земельных участков к количеству заявок на предоставление, анализом общей удовлетворенности населения результатами управления земельными ресурсами органами местного самоуправления, снижением количества жалоб, исков в судебные органы на решения и действия подразделений в сфере земельных отношений и др.

Функциональная эффективность рассматривается с позиции исполнения органами местного самоуправления своих функций в сфере земельных отношений. Показателями эффективности в данной группе могут выступать доля используемых площадей земельных участков от общей площади земель, находящихся в муниципальной собственности, доля

состоявшихся аукционов к количеству проведенных, снижение времени на рассмотрение обращений физических и юридических лиц, отсутствие нарушений законодательства местными властями.

Эффективное управление земельными ресурсами предполагает постановку стратегических целей: увеличение доходной части местных бюджетов, максимальное удовлетворение потребностей землепользователей, предельное вовлечение земли в оборот и создание необходимых условий для реализации инвестиционного потенциала земель [3].

Разработка методики оценки и ее применение позволит проанализировать результативность деятельности органов местного самоуправления по распоряжению земельными участками, выявить недостатки действующего механизма управления, а также определить перспективные направления для повышения эффективности использования земельных ресурсов муниципального образования.

Список литературы

1. Гайнанов Д.А., Уляева А.Г. Разработка методических основ оценки эффективности управления муниципальной собственностью на землю // Аудит и финансовый анализ. – 2013. – №5. – С.324-334.

2. Константинова Е.П. Повышение эффективности управления земельными ресурсами в муниципальных образованиях // Вестник ПАГС. – 2015. – №1 (46). – С.17-22.

3. Лёмин А.В. Концепция эффективного управления земельными ресурсами муниципалитета // Известия БГУ. – 2006. – №3. – С. 58-63.

ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

Васильев Владимир Геннадьевич,

магистр, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург

Зеленов Владимир Игоревич,

преподаватель Московского государственного психолого-педагогического университета, заместитель директора Центра досуга и спорта «Лосинка», г. Москва

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются проблемы формирования государственной молодёжной политики на муниципальном уровне, а также с проблемами, с которыми сталкивается молодёжь в муниципальном образовании.

Ключевые слова: государственная молодёжная политика; муниципальный уровень; молодежь.

PROBLEMS OF REALIZATION OF THE STATE YOUTH POLICY AT THE MUNICIPAL LEVEL

Vasiliev V.G.,

Master student, RANEPA, Saint-Petersburg

Zelenov V.I.,

Lecturer, Moscow State University of Psychology and Education, deputy Director of the Losinka Center for Leisure and Sports, Moscow

ABSTRACT

The article deals with the problems of formation of the state youth policy at the municipal level, as well as with the problems faced by young people in the municipality.

Keywords: state youth policy; municipal level; youth.

Реализация молодежной политики на муниципальном уровне является важнейшей ступенью в формировании благоприятных условий жизнедеятельности и развития молодого поколения. Именно органы местного самоуправления работают с молодежью, поэтому они являются индикатором целесообразности всей молодежной политики, осуществляемой на территории Российской Федерации.

Близость к молодежи заставляет муниципальные органы власти и управления быстрее приспосабливать и изменять существующее российское законодательство, касающееся молодежи [4].

На муниципальном уровне молодежная политика – представляет собой совокупность целей и мер, принимаемых органами местного самоуправления в целях создания и обеспечения условий и гарантий для самореализации личности молодого человека и развития молодежных объединений, движений, инициатив.

Муниципальная молодежная политика выступает важнейшим инструментом формирования, развития и активного использования потенциала молодого поколения. В муниципальных образованиях государственная молодежная политика проводится через отраслевые органы местной власти, на которые в соответствии с п.34 ст.16 Федерального Закона от 06.10.2003 г. № 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" возложены функции по организации и осуществлению мероприятий по работе с детьми и молодежью.

С 2003 года молодежная политика на муниципальном уровне осуществляется на основе программно-целевого метода, что предполагает объединение усилий органов местного самоуправления, учреждений и организаций всех форм собственности, общественных объединений, широкое привлечение внебюджетных финансов, внедрение новых управленческих технологий.

Молодое поколение традиционно рассматривается как гарант будущего индивидуального выживания, социально-экономической стабильности и как общий стратегический ресурс развития общества. Однако жизненные установки молодежи не во всем соответствуют потребностям страны и ее территорий в инновационном развитии. Система построения, механизмы осуществления, методы оценки эффективности молодежной политики остаются неопределенными. Работа с молодежью подчас проводится ситуативно и противоречиво. Процессы в молодежной среде, являясь частью различных видов общественных отношений, развиваются нелинейно и не могут быть стандартизированы на локальном уровне и перенесены в виде готовых целевых молодежных программ в другие регионы.

Очевидна потребность решения проблем методологического, правового и институционального единства молодежной политики как основания практической политики федерального, регионального и муниципального

Всё это говорит о том, что в настоящее время реализация государственной молодежной политики в муниципальных образованиях не всегда эффективна. Об этом можно говорить в силу ряда причин.

Среди них:

1) отсутствие четко обозначенных целей и критериев молодежной политики на государственном уровне, не позволяющее ей занять свою нишу, в результате чего происходит недопонимание роли молодёжной политики со стороны представителей других сфер деятельности;

2) недооценка органами муниципальной власти роли молодежи в процессах развития общества, вследствие чего и молодежь не верит в себя и утрачивает желание и способность участвовать в социально-экономических и общественно-политических отношениях территории;

3) отсутствие в некоторых муниципальных образованиях учреждений среднего и высшего профессионального образования, ведущее за собой высокую степень миграции молодежи в крупные города, в результате чего происходит усиление дифференциации молодежи не только по социально-экономическим, возрастным параметрам, но и в системах ценностных ориентаций.

Эти проблемы представляют угрозу для муниципального уровня реализации государственной молодёжной политики, поскольку на их фоне наблюдается низкая включенность молодежи в процессы местного самоуправления[5]. Возникает необходимость поиска путей совершенствования молодежной политики на муниципальном уровне.

Обозначенные проблемы могут быть решены с помощью выявления потребностей, интересов, ценностных ориентаций молодежи и формирования научно обоснованной молодежной политики муниципального образования, в соответствии с общегосударственной и региональной политикой, и уклоном на местную специфику.

Молодежная политика на муниципальном уровне сегодня может быть эффективной только в том случае, если она поддерживает индивидуальное развитие молодого человека, а не стремится формировать его личность по шаблонам, стандартам, предписаниям.

Молодежная политика должна облегчать, информационно и ресурсно обеспечивать выбор молодого человека, а не просто его дисциплинировать; она должна стимулировать инициативы молодежи и ее организаций, а не навязывать свои варианты решений. Сегодня современная молодежная политика должна быть гибкой и сочетать в себе централизованную государственную составляющую и децентрализованную общественную.

Именно поэтому, сегодня и ведется речь о совершенствовании молодёжной политики на муниципальном уровне, которая должна уйти от доминирования механизмов социальной поддержки молодежи в пользу создания условий для ее позитивной социализации, самореализации, социального развития.

Для совершенствования механизмов реализации молодежной политики на муниципальном уровне необходимо решать ряд первоочередных задач, одной из которых является разработка стратегии развития муниципальных образований, опирающихся на мониторинг изучения общественного мнения, на связь с общественностью, а также на учет динамики экономических и социальных факторов, включая демографические. Разработанные стратегии зададут ориентиры для работы с молодежью, позволят разработать систему мер для роста общественной самоорганизации и проявления молодежных инициатив во всех сферах жизнедеятельности местного сообщества. Это создаст реальные возможности для включения молодежи в процессы местного самоуправления.

Необходимо чётко отрегулировать межведомственное сотрудничество всех отраслей муниципальных образований, которое позволит осуществить единый подход к реализации молодёжной политики в территориях.

Наряду с этим можно отметить, что: 1) молодежь – это одна из самых незащищенных в экономическом отношении частей населения;

2) в молодежной среде снижается уровень престижа в получении высшего образования и стремление к профессиональному росту;

3) значительную угрозу в молодежной среде составляют «вспышки» ксенофобии, национализма, сепаратизма и экстремизма, где на первый план выдвигается этнический фактор [2];

4) в молодежной среде распространяется идейно-нравственный вакуум, который убивает у молодежи веру в свои возможности;

5) декларативная аполитичность – это наиболее устойчивая тенденция, закрепившиеся в сознании молодежи, так как у значительной части молодежи складывается представление

о неверности исторического выбора; 6) трудности в экономической сфере страны – это фундамент всех трудностей и основание для политического кризиса;

7) переход к рыночным отношениям ведет к большей дифференциации среди молодежи, к появлению значительных групп обездоленных, к резкому падению жизненного уровня подрастающего поколения, к массовой безработице, в том числе и среди специалистов с высшим образованием;

8) резко возрастает подростковая преступность и другие формы девиантного поведения[3].

Завтрашний день в РФ во многом определяется тем, какое образование получит наша молодежь сегодня, так как правильная образовательная молодежная политика является залогом стабильности общества. Именно поэтому в условиях социально-экономических преобразований, охвативших современную Россию, в исключительно сложной ситуации оказались многие вступающие в жизнь юноши и девушки. Состояние неопределенности и неуверенности в будущем, необходимость платить большие суммы за получение образования, рост безработицы, пренебрежительное отношение государства к главным жизненным заботам подрастающего поколения приводят к «запрограммированному неблагополучию молодежи».

Таким образом, наиболее важным условием реализации государственной молодёжной политики на муниципальном уровне необходимо начинать со школы, развивая самоуправление среди молодежи через молодежные парламентские структуры. Тем самым, осуществляя подготовку молодежи к участию в общественной жизни[1]. Именно поэтому, в образовательных организациях на муниципальном уровне необходимо проводить конкурсы, дебаты, дискуссии, тематические игры, организовывать молодежные акции с общественно-политической направленностью. Ведь любое учебное заведение – лишь уменьшенная модель государства со своими лидерами и проблемами, мнениями и желанием улучшить качество образования. И оттого, как будет развиваться человек в процессе политической социализации, будет зависеть будущее нашей страны.

Список литературы

1. Зеленов В.И. Муниципальный округ Лосиноостровский г. Москвы как площадка формирования политической культуры молодежи // Социальные отношения. – 2016. – № 2 (17). – С. 121-127.

2. Зеленов В.И. Работа социального педагога по профилактике экстремизма в молодежной среде // Инновационные социально-экономические технологии в реализации государственной молодежной политики: возможности и перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции. – СПб.: ФГБОУ ВПО «СПГУПТиД», 2014. – С. 109-111.

3. Зеленов В.И. Социальные проблемы современной молодёжи на муниципальном уровне. – 2016. – № 3 (18). – С. 142-147.

4. Манько Ю.В., Оганян К.М. Социология молодежи: учебное пособие. – СПб.: ИД «Петрополис», 2008. – С. 233.

5. Система муниципального управления: Учебник для вузов. – СПб: Лидер, 2005. – 493 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Нечаева Анна Павловна,

магистр, УрГЭУ , ЗМ-ГУМС-18, г. Екатеринбург

АННОТАЦИЯ

Сформулированы основные отличия малого предприятия от крупного. Определена и рассмотрена структура малых и средних предприятий по видам экономической деятельности. Проанализированы субъекты малого и среднего предпринимательства в Свердловской области. Рассмотрены меры поддержки малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство; меры поддержки малого и среднего предпринимательства; Свердловская область.

DEVELOPMENT TRENDS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES IN SVERDLOVSK REGION

Nechaeva A.P.,

Master student, USUE,ZM-GUMS-18,Ekaterinburg

ABSTRACT

The paper considers distinctions between small business and major undertaking. Special attention is being paid to the number of enterprises inspected by kind of economic activity. Furthermore, the article includes small and medium-sized business entities.

Keywords: small and medium-sized businesses; supporting small and medium-sized businesses; Sverdlovsk region.

Предпринимательство является неотъемлемой частью экономики государства, поэтому крайне важно контролировать состояние данной сферы.

Малое и среднее предпринимательство в сегодняшних реалиях – важнейшая составляющая экономики, основные показатели которой имеют тенденцию к постоянному росту, помогают снижению безработицы, обеспечению занятости граждан, стимулированию конкуренции, увеличению налоговых поступлений в государственный бюджет, повышению уровня жизни населения.

Основными отличиями малого предприятия от крупного является простота его организации, возможность более гибких и оперативных решений, небольшой объем первоначальных инвестиций, ориентация преимущественно на региональный рынок [4]. Следовательно, малым и средним предприятиям легче переориентировать свое производство в случае неудачи или увеличения спроса на другие товары. Но в то же время они наиболее уязвимы в период кризиса, нестабильной экономической и политической ситуации в стране.

По данным ФНС России по состоянию на сентябрь 2018 г., в Российской Федерации действует 5,7 млн. субъектов МСП, в том числе 2,7 млн. юридических лиц и почти 3 млн. индивидуальных предпринимателей (ИП). В сфере МСП действует 5 409 226 микропредприятий, 266 148 малых предприятий, 20 235 средних предприятий [5].

Существуют отрасли, где роль малых и средних предприятий выражена в наибольшей степени (более 60% составляют компании малого и среднего бизнеса), например, строительство, сельское хозяйство, информационные технологии, бытовые услуги.

Малые предприятия специализируются в основном на торговле и предоставлении услуг населению.

Средние предприятия в большей степени представлены в сферах с более высокой добавленной стоимостью – обрабатывающая промышленность, строительство, сельское хо-

зяйство [7]. Доля обрабатывающей промышленности в обороте субъектов МСП составила по итогам 2017 года 12% (в 2014 году – 11,8%).

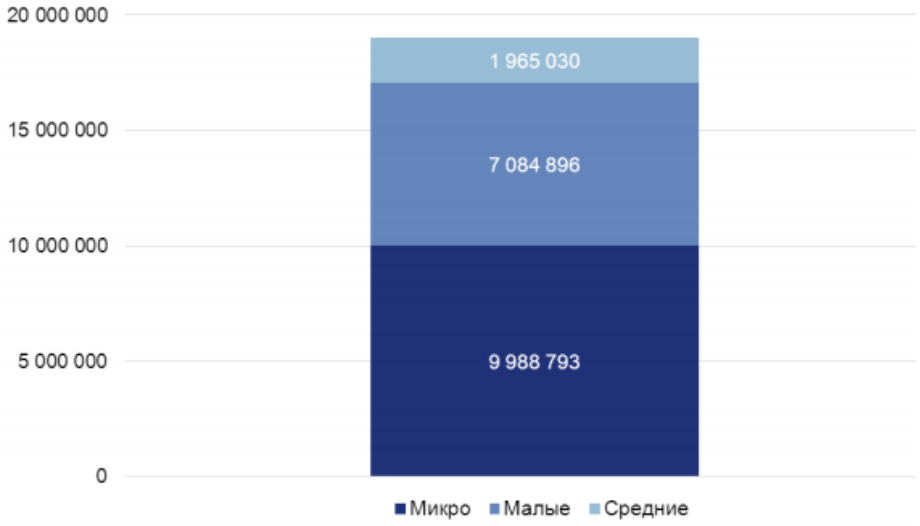

Рисунок 1 – Число работников (единиц), занятых в сфере малого и среднего предпринимательства[1]

Рисунок 2 – Структура малых и средних предприятий по видам экономической деятельности в 2017 году, %[2]

[1] Составлено автором
[2] Составлено автором

В 2016-2017 гг. зафиксированы положительные тенденции развития МСП. Объем оборота малых и средних предприятий вырос в 2016 году по сравнению с 2014 годом на 37% и с учетом инфляции рост составил 15,5%. При этом более 80% общего оборота сферы малых и средних предприятий составляет оборот микро и малых предприятий, а доля оборота средних предприятий в общем обороте составляет менее 20% [7].

Анализируя изменения количества субъектов малого и среднего предпринимательства (МСП), за период 2014-2017 годы, можно отчетливо проследить его рост. Представим результаты авторского исследования.

Таблица 1

Количество субъектов малого и среднего предпринимательства в Свердловской области, ед., 2014-2018 гг.[1]

Год	Количество субъектов МСП
2014	190840
2015	176384
2016	200508
2017	205046
10.10.2018	199692

Так, за последние пять лет, количество субъектов МСП увеличилось на 14,2 тысячи или более чем на 7,4% [6]. При этом можно отметить определенную «стабилизацию» этого показателя (колебания значения количества субъектов МСП за последние три года не превышает ±2%).

Что касается положения Свердловской области в сфере МСП в России, отметим в таблице 2 субъекты РФ с наибольшим числом малых и средних предприятий (МСП).

Таблица 2

Субъекты РФ с наибольшим числом малых и средних предприятий (МСП)[2]

Субъект РФ	Число МСП, шт.
Москва	780 902
Санкт-Петербург	362 383
Московская область	332 589
Краснодарский край	281 668
Свердловская область	199 692
Ростовская область	177 511
Республика Татарстан	157 651

Таким образом, Свердловская область занимает пятое место по численности малых и средних предприятий (МСП) среди всех субъектов РФ.

[1] Составлено автором
[2] Составлено автором

Максимальная выживаемость бизнеса зафиксирована в г. Москва, по этому показателю Свердловская область занимает третье место (таблица 3).

Таблица 3

Максимальная выживаемость бизнеса[1]

Субъект РФ	Доля ныне действующих МСП от общего числа за год (%)	Число ныне действующих МСП, зарегистрированных за год
Москва	97,3	164 056
Санкт-Петербург	96,6	72 452
Свердловская область	95,8	66 647
Чукотский АО	93,9	227
Ямало-Ненецкий АО	93,7	2 290

Максимальная выживаемость бизнеса - это частное от деления числа действующих зарегистрированных за год МСП на общее число зарегистрированных за год [8].

В целях популяризации предпринимательской деятельности и повышения квалификации персонала на базе Свердловского областного фонда поддержки предпринимательства гражданам, желающим начать свое дело, и действующим предпринимателям доступны как региональные (разработанные Фондом), так и федеральные (разработанные федеральными институтами развития) обучающие программы.

Для начинающих предпринимателей и тех, кто хочет открыть свой бизнес, реализуется региональная программа «Начни свое дело» [9]. По ней ежегодно обучаются около 1,5 тысяч человек, треть из которых открывает свой бизнес.

Муниципальными фондами поддержки предпринимательства реализуется проект «Школа предпринимательства», который нацелен на популяризацию предпринимательства и стимулирование появления новых предприятий в территориях.

Для действующих предпринимателей реализуются программы повышения квалификации по темам «Гибкое управление проектами и компаниями», «Финансы для малого и среднего предпринимательства», «Управление персоналом», «Продажи», «Интернет-маркетинг (стратегия, контент, инструменты интернет-маркетинга)», «Гражданская оборона».

Список литературы

1. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 N 209-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

2. Письмо ФНС России от 18.08.2016 N 14-2-04/0870@ «О направлении разъяснений по вопросам ведения Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

3. Областной закон от 04.02.2008 N 10-ОЗ (ред. от 09.10.2009) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Свердловской области» (принят Областной Думой Зако-

[1] Составлено автором

нодательного Собрания Свердловской области 22.01.2008). [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru.

4. Комарова О.В. Управление развитием малым и средним предпринимательством на местном уровне: теоретико-методологический аспект // В сборнике: Менеджмент и маркетинг: теория и практика сборник научных статей. – 2018. – С. 604-608.

5. Караваева Ю.А. Особенности управления малым и средним предпринимательством в России // В сборнике: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2018. – С. 55-60.

6. Информационный портал Свердловской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://све.рф.

7. Федеральный портал малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://smb.gov.ru.

8. Министерство экономики и территориального развития Свердловской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.midural.ru.

9. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области на период до 2035 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://fondbogd.ru.

УДК 658.3

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ ПОСРЕДСТВОМ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Школьный Дмитрий Владимирович,

аспирант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск

Жерегеля Андрей Васильевич,

аспирант, Юго-Западный государственный университет, г. Курск

АННОТАЦИЯ

Дана подробная характеристика понятию «человеческий капитал» и его роли в развитии современных производственных систем. Сформулированы сценарии управления персоналом, нацеленные на развитие производства. Определена и рассмотрена совокупность факторов, детерминирующих развитие компании «социального» прототипа.

Ключевые слова: производственная система; организационная культура; менеджмент организационной культуры; человеческий капитал.

MANAGING OF PRODUCTION SYSTEM DEVELOPMENT THROUGH ORGANIZATIONAL CULTURE

Shkolnyi D.V.,

Graduate student, Southwest State University, Kursk

Zheregelya A.V.,

Graduate student, Southwest State University, Kursk

ABSTRACT

A detailed description of the concept of "human capital" and its role in the development of modern production systems are given. The scenarios of personnel management aimed at the development of production are formulated. A set of factors determining the development of the company's "social" prototype is defined and considered.

Keywords: production system; organizational culture; management of organizational culture; human capital.

Любая глобальная миссия успешной компании и ее менеджмента не ограничивается сугубо финансовыми показателями деятельности. В основе всегда находится фокус на развитие человеческого капитала, его потенциала и применения.

Инструменты производственной системы (ПС) являются лишь следствием. Результативность компании – это следствие эффективных производственных взаимоотношений. Именно на них следует фокусировать комплекс мероприятий по развитию ПС, учитывая и согласовывая интересы всех заинтересованных сторон. Компания будет эффективно развиваться, пока в ней есть люди, которые решают производственные проблемы. Таким образом, в основе любых изменений лежит мотивационный и управленческий ресурс организационной культуры.

Российская специфика заключается в том, что на протяжении более двадцати лет промышленность не вкладывала значимых ресурсов в увеличение эффективности, в становление институции интенсивного технологического роста. Сегодня логика развития российских производственных систем заключается в стратегии «догоняющей» оптимизации: в области глобальных стандартов, практик эффективного проектирования, технологического дизайна и инженерии. Чтобы разорвать этот порочный круг, требуется переориентировать управленческое мышление на системные инновации, эффективные технологические потоки, разработку современных средств инжиниринга, технологию получения новых видов продукции, создание «умных» (автоматизированных, интеллектуальных, автономных) систем и среды. Реализация в комплексе таких направлений в реальном производственном процессе позволит российским компаниям перейти на новый уровень качества развития, обеспечив себе место в авангарде мировых лидеров.

В настоящее время высокую актуальность приобретает проблематика создания современной системы управления ПС с ориентацией на креативный потенциал человеческих ресурсов компании, функционирующей в рыночных условиях хозяйствования. В основе формирования новых типов ПС концентрируются принципы генерации гибких, ориентированных на потребителя стратегий.

Учитывая относительно узкие компетентностные навыки российского управленческого звена и сильный моральный износ производственных фондов, которые стали воплощением последних тяжелых реформ в российской экономике, понятно, что работа, связанная с изучением и удовлетворением спроса потребителей не может быть реализована в полной мере, оперируя стандартным комплексом менеджмента [1].

Новая прогрессивная идеология сфокусирована на категории человеческого капитала, способного к генерации более высокого качественного уровня производства [2]. Комплекс производственных отношений могут рассматриваться в ключе усилий по использования потенциала человеческого капитала. Данное понятие является интегральной характеристикой персонала организации, с позиций затрат на него в денежном выражении. Западные компании давно проявляют повышенный интерес к данному ресурсу компании, поскольку признали его высокую отдачу в экономике.

В контексте развития ПС интерес представляет так называемый мягкий сценарий управления персоналом. Он подразумевает формирование производственных контактов на основе человеческих взаимоотношений, акцентирует внимание управленца на качестве коммуникативных процедур, мотивационных схемах и эмоциональном лидерстве. Управление сотрудниками подчинено принципу – обращайся с сотрудником так, словно он самый ценный вид актива, ключевой источник конкурентных преимуществ [3].

Естественно все должно быть подчинено принципу взаимности: сотрудники должны проявлять приверженность компании, быть в высокой степени адаптивными и обладать высокими профессиональными качествами. Менеджер стремится в свою очередь заслужить приверженность самих сотрудников, создавая большой актив доверия. В политике мягкой

силы ключевая роль закрепляется за организационной культурой, акценты расставляются на «взаимности»: убеждении, что интересы руководителей и работников могут, и на самом деле должны, совпадать.

Квинтэссенцией такого подхода является создание «социальной» компании, основная цель которой это совершенствование навыков персонала для достижения максимального уровня компетентности, с позиции индивидуального роста и реализации корпоративных целей. В некотором прототипе такие компании существуют в Японской практике, где все построено на уважение к личности работника, балансе потребностей сотрудника и компании. Отчасти это оправданно в условиях уникального ментального кода японцев (далее более подробно остановимся на феномене ментальности в организационной культуре), культурное наследие которых за годы своего исторического развития позволило сформировать особые производственные отношения на основе пожизненного найма, семейных принципов наследования опыта и т.д. [4].

Список литературы

1. Кувалдин Д. Экономический кризис 90-х: реакция предприятий // Российский экономический журнал. – 2005. – № 8. – С. 10-17.

2. Мясоедова Т.Г. Человеческий капитал и конкурентоспособность предприятия // Менеджмент в России и за рубежом. – 2005. – № 3. – С. 29-37.

3. Краснослободцев А., Грошев И., Корпоративная EQ-культура счастья // Новости менеджмента. – 2015. – №8 (50). – С.63-70.

4. Тайити О. Производственная система Тойоты. Уходя от массового производства. – М.: Изд-во «ИКСИ», 2005.

МОЛОДЕЖНЫЙ РЫНОК ТРУДА: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ (НА ПРИМЕРЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Тебнев Павел Николаевич,

магистр, УрГЭУ, ЗМ-ГУМС-18, г. Екатеринбург

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается понятие и сущность молодежного рынка труда. Также приводятся негативные последствия незанятости молодежи.

Также автор приводит перечень причин молодёжной безработицы в Свердловской области.

Статья содержит анализ молодежного рынка труда Свердловской области.

Ключевые слова: молодежный рынок труда; занятость молодежи; безработица, Свердловская область.

YOUTH LABOUR MARKET: CURRENT AND FUTURE STATUS IN SVERDLOVSK REGION

Tebnev P.N.,

Master student, USUE,ZM-GUMS-18,Ekaterinburg

ABSTRACT

The article considers concept and substance of youth labour market. Furthermore, the article includes negative effects of young unemployment.

The article considers causes of young unemployment in Sverdlovsk region.

Moreover, the author provides a youth labor market analysis in Sverdlovsk region.

Keywords: youth labour market; young unemployment; Sverdlovsk region.

Молодежь играет важную роль в социальной, политической и экономической жизни общества, поэтому на современном этапе социально-экономического развития становится особенно важным мониторинг ее поведения на рынке труда.

Сегодняшний рынок труда неоднородный: с одной стороны, в экономике страны все еще остается повышенный процент безработицы, а с другой – наиболее острой проблемой остается недостаточность квалифицированных рабочих. Следовательно, проблеме усовершенствования качества трудовых ресурсов отдается достаточно внимания. Определяющую позицию в решении поставленной задачи выступает молодежь.

Позиция, формирующаяся на российском молодежном рынке труда, в последнее время интерпретируется остро напряженной [1]. Трудоустройство как раз молодых кадров служит остроактуальной проблемной сегодняшнего социума. Молодые люди является большой социально-возрастной группой. Она высокоактивна, но также социально не защищена. Молодые специалисты наталкиваются на множество препятствий при трудоустройстве, данная ситуация зависит в основном, с надобностью сочетать работу с учебой.

Неимение опыта работы, является ключевым основанием работодателя при отказе на прием работы молодого специалиста. В последнее время в России в целом вырос уровень образованности населения, все больше и больше молодежи приобретают высшее образование. Но в резонанс этому идет подготовка профессиональных рабочих среднего класса, да и молодежь не стремится приобретать рабочие профессии.

В России соответствии с методологией Росстата к молодежной категории населения относятся лица в возрасте от 16 до 29 лет [6]. Одной из важнейших проблем занятости молодежи является несоответствие количества подготовленных специалистов потребностям рынка труда, что является почвой для роста безработицы среди молодых специалистов, окончивших средние и высшие учебные заведения.

В современных условиях молодежь становится важнейшим социальным ресурсом инновационного развития национальной и региональной экономики [4]. Подвижность рынка труда, перманентное реформирование системы профессионального образования в России, меняющиеся требования работодателей к компетенциям молодых специалистов, устаревшие механизмы содействия занятости осложняют ситуацию выбора места работы выпускниками вузов.

Негативные последствия незанятости молодежи следует рассматривать в двух аспектах: социальном (нарушение воспроизводства профессионально-квалификационной структуры общества, неэффективное использование кадрового потенциала региона) и личностном (снижение самооценки, появление чувства неуверенности в себе, деформация трудовых и профессиональных ценностей) [2].

Одной из причин молодёжной безработицы в Свердловской области является дисбаланс между потребностями промышленных предприятий в специалистах конкретного профиля и подготовкой соответствующих кадров в учебных заведениях, чтобы решить эту проблему, предприятиям нужно проводить больше различных мероприятий направленных на привлечение внимания молодых людей, к специальностям, которые им требуются. Также проводить работу с учебными заведениями, разработку программ целевого обучения.

Другой причиной безработицы среди молодёжи в Свердловской области служит низкий спрос на квалифицированную рабочую силу [3]. Важно отметить, что «первостепенный интерес представляет микроэкономический уровень сочетания и взаимодействия кадровой и социальной политики как важнейших инструментов государственного управления развитием территорий» [6].

Свердловская область обладает большим человеческим потенциалом и высоким процентом молодёжи, вступающей в трудоспособный возраст. Полностью устранить эту диспропорцию не получится, так как создавать предприятия только лишь для повышения уров-

ня занятости – нецелесообразно. Решение этой проблемы кроется в создании условий для внутренней миграции, таким образом, молодые рабочие и специалисты смогут переместиться в тот населенный пункт, где в них есть необходимость.

Таким образом, изучение молодежью рабочих профессий в вузах менее престижно перед другими направлениями обучения. Обновление рабочей силы на предприятиях происходит в медленном темпе, что приводит к старению рабочих кадров [2]. Чтобы этого не происходило, необходимо повышать престиж рабочих профессий, иначе в ближайшем времени количество квалифицированных кадров в этой области значительно сократиться, что грозит для Свердловской области большими потерями.

Зачастую молодые люди к 25 годам уже обзаводятся семьей, что требует от них постоянного заработка для поддержания семьи. Часто молодые специалисты, которые находятся в поиске работы, прибегают к легкому заработку, попадая в сферу преступности. Отсутствие работы среди молодежи зачастую приводит к распространению алкоголизма, наркомании и девиантному поведению.

По данным Департамента по труду и занятости населения Свердловской области по состоянию на 01.01.2019 48,8% вакансий для молодежи сосредоточены в городе Екатеринбурге. Еще 16,9% – в крупных городах области: Нижний Тагил, Каменск-Уральский, Первоуральск [6].

При этом количество безработных молодежи, состоящих на учете в органах службы занятости города Екатеринбурга, составляет только 14,6% от общего количества зарегистрированных в Свердловской области безработных, городов Нижний Тагил, Каменск-Уральский и Первоуральск – 4,8%, 7,6% и 3,2% соответственно [5].

То есть количество вакансий в крупных городах в разы превышает количество безработной молодежи, которым они необходимы.

Список литературы

1. Шаповал М.А. Молодежный рынок труда // Евразийское Научное Объединение. – 2018. – Т. 2. – № 10 (44). – С. 142-144.

2. Крутикова В.В., Мухортова Ю.А. Содействие трудоустройству выпускников // В сборнике: АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ КОГНИТИВНОЙ НАУКИ. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 50-53.

3. Гречихин В.Г. Безработная молодежь на современном российском и мировом рынке труда // Общество: социология, психология, педагогика. – 2018. – № 2. – С. 68-71.

4. Федеральная служба государственной статистики Росстат. . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru.

5. Информационный портал Свердловской области. . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://све.рф.

6. Интерактивный портал Департамента по труду и занятости населения Свердловской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.szn-ural.ru.

УДК 338.227.021.4

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЕ МЕНЕДЖЕРА ТУРИЗМА НОВОГО ТИПА

Карбозова Акжан Сайлаубековна,
магистр эконом. наук, преподаватель Кызылординского государственного университета имени Коркыт Ата, г. Кызылорда, Казахстан
Ким Венера Владимировна,
магистр эконом. наук, старший преподаватель Кызылординского государственного университета имени Коркыт Ата, г. Кызылорда, Казахстан

АННОТАЦИЯ

Дана подробная характеристика понятию формирование менеджера туризма нового типа. Крупные турфирмы, используя имеющиеся ресурсы, расширяют разнообразие и область их применения для реализации своих социальных или корпоративных целей. Процесс осуществления поставленных целей зависит, во-первых, от качества управления и, во-вторых, от процесса управления.

Ключевые слова: менеджер туризма; турагентство; турфирма; туристский деятельность.

PROBLEMS OF FORMING A NEW OF TOURISM MANAGER

Karbozova A.S.,
Master in Economics, lecturer, Kyzylorda State University after Korkyt Ata, Kyzylorda, Kazakhstan
Kim V.V.,
Master in Economics, senior lecturer Kyzylorda State University after Korkyt Ata, Kyzylorda, Kazakhstan

ABSTRACT

Given a detailed description of the concept of the formation of a new type of tourism manager. Large travel agencies, using available resources, expand the diversity and scope of their use for the realization of their social or corporate goals. The process of implementing the goals depends, firstly, on the quality of management and, secondly, on the management process.

Keywords: manager of tourism; travel agency; travel agency; tourist activities.

Nowadays society is experiencing a period of gigantic in stitutionalization. Large tourism potential, the formation of private business, the restoration of the social tourism sector, the emergence of a system of professional tourism education and training of managers, the coordinating role of the government - all this requires cardinal programs for developing the tourism economy both in each sector and throughout the tourism industry as a whole.

There is a spiral development of touristic activities.Increase generates further growth. Due to the increasing social tension and the advancement of technology, the "critical mass" of tourist resources requires higher attention to the social needs of Russian society. The development and formation of large tourist associations, in turn, contribute to overcoming structural difficulties and accelerate the necessity for technological processes.

Large travel agencies, using available resources, expand the diversity and scope of their use for the realization of their social or corporate goals. The process of implementing the goals depends, firstly, on the quality of management and, secondly, from the management process. Consequently, it is necessary to develop a tourism management system, in spite of changing structural circumstances and difficulties. Will the fundamental problems of tourism be consistently resolved during the urbanization of our lives? Are future tourism educational institutions able to raise the

level of education and develop management behavior methods for the next generation? Will higher social and humanitarian values manifest themselves in our society through tourism and exchanges? Will major travel agencies and companies be able to contribute in the necessary proportion to the diversity of needs and growth, which are essential for improving the living standards of citizens of the Republic of Kazakhstan, and will they be able to endow their shareholders with tourist shares, which is an advantage to shareholding in tourism development programs?

Answers to these questions depend, to a large extent, on the effective work of leading specialists in administrative positions. Indeed, many developed countries have come to realize that the lack of tourist resources is to some extent a risk in the economic development of tourism. But if a country has leaders capable of planning, organizing and using economic instruments, then resources can and will be discovered.

The management of large tourism sectors, tour operators and travel agencies are well aware of the existing problems of managing large tourist flows. At the same time, past experience recalls that megalomania has its own dangerous problems: deaf perception, slow reflection and a fatal loss of mutual understanding with the tourist environment. Large and growing companies of our day cannot rely on the fact that they are freed from these possible negative problems.

In fact, their survival should be based on leadership abilities, which implies both technical management skills and the abilities of those professionals who manage (i.e., personality factor). The essence of this approach was foreseen almost a century ago: “Modern society, if it is interconnected, should have a developed structure of a generalizing mind - a mind that can perceive many complex relationships. But this is the mind, which can at best arise only in small quantities and price".

What is the nature of the needs of tomorrow's "universal minds", designed to be managers of large organizations? What are their future humanitarian and technical needs? We will try to look at the essential characteristics of these large organizations and see if they can offer something as an answer. Accordingly, four interrelated characteristic qualities are presented:

1) the degree of change that these organizations follow due to technological impact;

2) their relationship with each other and the social environment;

3) the increasing international nature of their interests and obligations;

4) development of management needs.

Today it is difficult to imagine how large tourist firms and companies can survive and function without using the results of technological discoveries and computer information systems, which bear fruit in the development of the tourism industry and hotel business. In short, the organizational structures of companies, their goals, constructive considerations and the behavior working in them are automatically determined, although not always consciously, by technology and innovative achievements. It is clearly manifested in the activities of large firms, which are largely dependent on technological innovations.

Interconnectedness. While state, social, and private organizations are experiencing a process of emergence, development, and formation, the sphere of their interests tends to interact, cooperate, contact, resist, and intersect. Relationship, joint and opposing obligations are strengthened and multiplied. Partly it is explained by the nature of technological means of providing and organizing the use of advanced technologies.

Список литературы

1. Краткая география туризма и путешествий на английском языке. – М.: Советский спорт, 2017. – 248 с.

2. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М.: Аспект пресс, 2016. - 470 с.

3. Бгатов А.П. Безопасность в туризме. – М.: Форум, 2015. – 176 с.

4. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса: Учебное пособие. – М.: МПСИ, 2016. - 560 с.

5. Большой Урал. Атлас для деловых поездок, туризма и отдыха. – М.: Челябинск: Абрис, 2016. – 394 с.

6. Города Челябинской области. Атлас-путеводитель для деловых поездок, туризма и отдыха. – М.: Челябинск: Абрис, 2015. – 976 с.

7. Жукова М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации. – М.: Финансы и статистика, 2017. –200 с.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В РАЗНЫХ СФЕРАХ БИЗНЕСА

Семенова Диана Владимировна,

студент, Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород

Чурсина Нина Федоровна,

научный руководитель, к.э.н., доцент кафедры экономики, управления и информатики, Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова, Нижний Новгород

АННОТАЦИЯ

В настоящее время в мире научных открытий и быстрого развития технологий, каждый предприниматель стоит перед выбором: либо «проиграть» на рынке товаров или услуг, либо идти в ногу со временем, применяя все нововведения в маркетинге. Между тем, грамотный и творческий подход в разработке маркетинговой стратегии играет не меньшую роль. Так, если рассмотреть несколько сфер бизнеса, можно увидеть, насколько важен маркетинг.

Ключевые слова: маркетинг; стратегия; бизнес; доход; анализ; продвижение; рынок; конкурент; цель.

THE ROLE OF MARKETING IN DIFFERENT BUSINESS AREAS

Semenova D.V.,

Student, Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod

Chursina N.F.,

Supervisor, PhD in Economics, associate professor, Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod

ABSTRACT

Nowadays, in the world of scientific discoveries and rapid development of technology, every entrepreneur faces a choice: either "lose" in the market of goods or services, or keep up with the times, using all the innovations in marketing. Meanwhile, a competent and creative approach to the development of marketing strategy plays no less role. So, if you look at several areas of business, you can see how important marketing is.

Keywords: marketing; strategy; business; income; analysis; promotion; market; competitor; goal.

«Бизнес может зайти в тупик, если сосредоточиться не на покупателях, а на конкурентах. Вам нужно определить, что хотят покупатели и как им это дать».

Джефф Безос

Джефф Безос, американский предприниматель, глава и основатель интернет-компании Amazon.com, очень точно и справедливо высказался о поведении фирмы на рынке. Если маркетологи будут уделять все своё время только на конкурентов, изучать их стратегии, ре-

агировать на действия, то на самого потребителя не останется ни сил, ни времени. Что скажется на результатах финансовой деятельности.

В настоящее время в мире информационных технологий и прорывных научных открытий любой бизнес должен всегда быть на шаг впереди: предпринимателю необходимо быть в курсе всех новинок, продумывать эффективные маркетинговые стратегии, привлекать экспертов, вести аналитику, повышать уровень лояльности, сервиса и так далее. Либо, если считать это всё пустой тратой времени, Ваше предпринимательство обречено на «проигрыш».

Маркетинг – это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение потребностей и нужд человека с помощью обмена.

То есть это инструмент, который позволяет выявить человеческие потребности, проанализировать их и в конечном итоге удовлетворить весь спрос.

Также есть и другое определение.

Маркетинг - это важнейшая составная часть любого бизнеса, так как его главной задачей является изучение спроса на товар, составление прогнозов на его потребление и полное удовлетворение этого спроса. Составными элементами маркетинга являются реклама и организация продажи товаров.

Так что, имея собственный бизнес, не стоит игнорировать маркетинг, ведь с помощью этого инструмента можно грамотно повысить свои доходы, повысить лояльность покупателей и зарекомендовать себя на рынке, как успешный бренд.

«Самое важное понятие в маркетинге - понятие бренда. Если вы не бренд - вы не существуете. Кто же вы тогда? Вы - обычный товар».

Филип Котлер

Конечно, создание собственного бренда также одна из главных задач маркетинга. Чтобы понизить паритет бренда (а это необходимо для каждого бизнеса), нужно создать нечто отличающееся от других продуктов на одном и том же рынке. Потребитель больше склонен приобрести тот товар, который создал больше положительных эмоций и ассоциаций. Например, фирма «Kodak» продавала фотоплёнку, но она не рекламировала фотоплёнку. Она рекламировала память. Это и создало свой собственный стиль позиционирования, покупатель ассоциировал фотоплёнки с возможностью запечатлеть главные события на картинке. Так бренд «Kodak» продолжал повышать уровень своей дифференциации среди конкурентов.

О повышении уровня значения маркетинга в глобальных масштабах свидетельствуют многие результаты специальных экспериментов, которые показали около 77% коммерческих провалов на мировом рынке по причинам, связанным с неправильным ведением маркетинговой деятельности, и лишь около четверти результатов этих исследований показали другие причины.

Есть такое мнение, что к маркетингу обращаются только известные фирмы в развитых странах. В действительности его используют в рамках и за рамками сфер бизнеса во всех странах. Давайте рассмотрим значение маркетинга в различных сферах бизнеса.

Роль маркетинга в банковской сфере

Коммерческие банки всегда стремятся повышать свой круг услуг и операций, которые они выполняют для своих клиентов. Все это для того, чтобы увеличить показатели конкурентоспособности и рентабельности. Это доказывает, что раавитие банковской деятельности требует не только предоставление услуг банка с минимальными издержками, но и самого банка.

Маркетинг в банковской сфере занимается исследованием, разработкой и введением новых товаров, подстраиваясь под различные потребности клиентов, управляя ценовой политикой, увеличивая круг своих потенциальных клиентов и удерживая наработанных. Этот

процесс требует четкую постановку целей конкретного банка, разработку методов и путей их достижения, а также разработка и внедрение определенных маркетинговых кампаний для реализации планов.

Основные цели маркетинга в банковской сфере:

– осуществление банковских услуг при максимальной скорости, это значит, что собственный капитал растет и его оборачиваемость также увеличивается, а содержание вкладов и депозитов становится это этом фоне дешевле;

– своевременное удовлетворение потребностей клиентов;

– обеспечение постоянного улучшения рыночных позиций банка за счет повышения конкурентоспособности предлагаемых услуг.

Таким образом, маркетинг в банковской сфере очень важен, и при грамотном управлении он будет обеспечивать:

– непрерывное улучшение имиджа банка в глазах постоянных и потенциальных клиентов;

– повышение удельного веса постоянных клиентов;

– повышение уровня узнаваемости бренда на рынке;

– увеличение уровня лояльности клиентов;

– способность противостоять конкурентам;

– увеличение входящих запросов, тем самым повышение количества оказываемых услуг и так далее.

Таким образом, специфика банковского маркетинга – это привлечение клиентуры и расширение сферы объекта своих услуг.

Роль маркетинга в индустрии моды

Современному миру свойственно большое разнообразие брендов женской одежды, которые похожи как по товарному ассортименту, так и по цене. В связи с этим нужно разрабатывать активную и грамотную маркетинговую стратегию для того, чтобы удачно выделяться на фоне конкурентов. Это должно касаться как формирования ассортимента, так и ценообразования, продвижения продукции и стимулирования продаж. Вся эта деятельность и обуславливает роль маркетинга в индустрии моды, поскольку без целенаправленной маркетинговой политики большинство брендов женской одежды рискуют покинуть рынок, так и не успев стать действительно узнаваемыми.

Маркетинг в индустрии моды часто называют fashion-маркетинг (fashion marketing). Мода навсегда стала социально-экономическим явлением, отражающим не только перемены, происходящие в обществе, но зачастую их инициирующее. Fashion-маркетинг обеспечивает взаимодействие с покупателем, помогает обратить его внимание на предлагаемые аксессуары, одежду или обувь.

Маркетинг способствует смешанному восприятию покупателем предлагаемых ему предметов моды, дополняя визуальный контакт сильными эмоциональными, а зачастую и рациональными аргументами.

Рассмотрим особенности маркетинга в индустрии моды.

1. Маркетинг в рамках социально значимого фактора.

Успешный маркетинг в рамках индустрии моды, как правило, часто построен на предпочтениях потребителя одежды в той или иной ситуации. Например, какое-либо деловое мероприятие, переговоры, встречи предполагают официальный стиль в одежде. Вечеринки, праздники ассоциируются с вечерними платьями, красивыми яркими рубашками и штанами и так далее.

2. Маркетинг в условиях быстрой смены коллекций.

Развитие моды зависит от времени и социальных рамок. Что касается времени, важно учитывать скорость изменения модных тенденций и трендов. Исходя из этого, необходимо

составлять точное маркетинговое планирование и прогнозирование, позволяющие определять тенденции грядущего сезона от своевременности и точности прогнозов которого зависит успех коллекции и, соответственно, продаж.

Таким образом, необходимость маркетинга в индустрии моды обуславливается многими факторами: социальными, сезонными, экономическими и так далее. Нужно всегда учитывать особенности рынка при быстрой смене моды.

Роль маркетинга в медицине

«Медицинский маркетинг: лечим маркетолога или продаем врача?!»

Сегодня работники медицинской сферы не только сосредотачивают своё внимание на лечении пациентов, но и активно продают свои услуги. Директорам частных и муниципальных медицинских организаций приходится сталкиваться с понятиями «маркетинг», «PR», «реклама» и т.д.

Маркетинг в медицине – это социальный процесс, с помощью которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на медицинские услуги с помощью их разработки, продвижения и реализации.

Объектом медицинского маркетинга является медицинская услуга. Поэтому тяжело определить, что важнее в продвижении – врач, клиника или же услуга. Конечно, ответ мы сможем получить, проведя детальный анализ, изучив конкурентное окружение, целевую аудиторию, главные цели компании, основные преимущества и др. Константин Кальдин, директор группы медицинских компаний George, утверждает, что маркетинг в медицине начинается с концепции медицинского учреждения, потому что именно она поясняет всем пациентам суть клиники и какие виды помощи они могут получить, придя в нее.

Медицинские услуги связаны с очень нетипичными понятиями: «смерть», «жизнь», «здоровье» и др. Используя данные термины, не нужно забывать про эстетику рекламы. Государство для устранения некорректных фото, описаний, видео в рекламных материалах клиник наложило множество запретов и ограничений на проведение рекламных кампаний. Так Федеральный закон «О рекламе» запрещает показывать фото результатов лечения, использовать авторские благодарности конкретному медицинскому центру от пациента или создавать преимущество клиники на основе материалов выздоровления(фото, видео) какого-либо клиента и т.д.

Основные цели маркетинга в сфере медицины:

1. постоянный рост клиентов;
2. увеличение и удержание имеющийся аудитории потребителей;
3. достижение лояльности и ее повышение среди своей аудитории потребителей;
4. усиление положительного имиджа компании.

Интересный факт состоит в том, что аудитория потребителей в медицинской сфере довольно недоверчива и избирательна. Но после приобретения личного опыта (консультации у врача, индивидуального обследования), уровень лояльности значительно повышается.

Таким образом, маркетинг медицины – один из самых сложных направлений работы, ведь принимаются во внимание не только основные преимущества и недостатки продавца, а также целая совокупность специфических внешних факторов. Успех зарубежных клиник, куда сегодня едут лечиться и «оздоравливаться» около 20% наших граждан, во многом обязан грамотной маркетинговой компании этих учреждений, ну и, конечно, высокому качеству услуг.

Вывод

Таким образом, маркетинг играет большую роль в настоящее время. Чтобы вывести свой бизнес на хороший уровень доходности, нужно грамотно продумать маркетинговую стратегию. Не малую важность играет и творческая составляющая в этой сфере. При креативном подходе в продвижении продукта растет узнаваемость бренда и, соответственно,

повышается уровень лояльности. Главной задачей маркетинга является обеспечение удовлетворения потребительского спроса, возникающего на рынке, и за счет этого получить максимально возможную чистую прибыть.

Список литературы

1. Котлер Ф., Гари А. Основы маркетинга. 5-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
2. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2013. – 148 с.
3. Мазилкина Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие. – М.: Дашков и К, 2012. – 256 с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И МАССОВОГО СПОРТА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Слабов Евгений Андреевич,
магистр Государственного и муниципального управления, СПб ГУДП «Центр», г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены основные проблемы развития физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге и возможные пути их устранения. Проблемы развития спорта и физической культуры Санкт-Петербурга составляют три группы: проблемы развития массового спорта и физической культуры в Санкт-Петербурге, проблемы развития спорта высших достижений и системы подготовки спортивного резерва, проблемы развития инфраструктуры спорта и физической культуры.

Ключевые слова: государственная молодежная политика; проблемы развития; массовый спорт; государственная программа; пути решения.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF PHYSICAL CULTURE AND MASS SPORTS IN ST. PETERSBURG AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Slabov E.I.,
Master of Public Administration, SPb GUDP "Center", St. Petersburg

ABSTRACT

The article deals with the main problems of development of physical culture and sports in St. Petersburg and possible ways of their elimination. Problems of development of sports and physical culture of St. Petersburg make three groups: problems of development of mass sports and physical culture in St. Petersburg, problems of development of sports of the highest achievements and system of preparation of the sports reserve, problems of development of infrastructure of sports and physical culture.

Keywords: state youth policy; development problem; mass sports; state program; way of solution.

Современная государственная молодежная политика спортивного направления включает комплекс мер, реализуемых в сфере образования, здравоохранения, взаимодействия органов муниципальной и государственной власти. Сформирована нормативная база, определяющая цели и задачи государственной молодежной политики в сфере спорта. Но для достижения результатов необходимы конкретные действия экономического и организационного характера, комплексное обеспечение ресурсами запланированных программ. Для того чтобы формировать здоровую нацию, необходимо создавать условия для активного и здорового развития молодежи. Этому способствует вовлечение молодых людей в разнообраз-

ные занятия спортом и физической культурой: в специализированных спортивных и образовательных учреждениях, по месту проживания.

Анализ государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» показывает, что реализация государственной молодежной политики в сфере спорта сталкивается с рядом проблем. Во-первых, отсутствие единого нормативно-правового акта, четко устанавливающего цели, задачи, формы и механизмы реализации государственной молодежной политики в сфере спорта сдерживает разработку и реализацию конкретных планов мероприятий [2]. Несовершенство нормативно-правовой базы усложняет так же процесс разработки, согласования и утверждения планов мероприятий, направленных на поддержку молодежного спорта.

Во-вторых, в действующем законодательстве нечетко распределены зоны ответственности за качество разработки и реализации программ. Нередко при разработке государственных программ не учитываются реальные возможности региона и населенного пункта. В итоге цели, обозначенные на федеральном уровне, остаются недостижимыми на региональном и муниципальном уровне из-за недостатка финансирования и иного ресурсного обеспечения [4].

Наблюдаются расхождения в приоритетах деятельности: на уровне государства признается приоритетным массовый спорт и создание условий для равного доступа всех граждан, в том числе и молодежи, к объектам спортивной инфраструктуры. По факту оказывается, что значительный объем средств и усилий направляется на развитие элитарного спорта, обеспечение высоких спортивных достижений на общегосударственном и мировом уровне.

В-третьих, не отлажено взаимодействие между уровнями власти, а также органами государственной и муниципальной власти по вопросам разработки и реализации молодежной политики в сфере спорта. Так, например, в Стратегии развития физической культуры и спорта определены такие направления деятельности, как функционирование спортивных объектов и образовательных учреждений, повышение профессионального уровня инструкторско-педагогических кадров, обновление порядка проведения медицинских осмотров и присвоения групп здоровья. Реализация данных мероприятий требует взаимодействия органов исполнительной власти, органов управления образовательными учреждениями, в том числе и учреждениями профессионального образования высшего и среднего звена, учреждениями здравоохранения. Но ни в Стратегии, ни в планах мероприятий не определены такие ключевые показатели, как уровень профессионального образования специалистов, работающих с молодежью, снижение уровня заболеваемости молодежи, регулярно занимающихся спортом и т. д. Отсутствие таких показателей не позволяет оценить эффективность межведомственного взаимодействия и выявить социальные результаты реализации молодежной политики в сфере спорта.

Так, программы, разрабатываемые на уровне государственных органов власти, носят общий характер и не учитывают специфику региона. Региональные и местные программы испытывают недостаток в ресурсном обеспечении, в том числе и в наличии профессиональных исполнителей запланированных мероприятий. Речь идет не только о спортивных тренерах, преподавателях физкультуры, администраторах спортивных объектов, но и о специалистах органов исполнительной власти, отвечающих за процесс продвижения разработанных программ. В результате население не владеет информацией о возможности организовать занятия молодежи в спортивных секциях и клубах, а сами спортивные учреждения испытывают недостаток финансирования из-за малого количества молодежи [2].

Серьезную проблему представляет финансовое обеспечение реализации мероприятий. Очевидно, что использование принципа подушевого финансирования оказывается неэффективным [1]. Значительная часть бюджетных средств выделяется на поддержку специализированных спортивных школ и школ олимпийского резерва, т. е. тех, которые посещает

ограниченное количество молодежи. Введение бесплатных сертификатов для посещения детских спортивных секций также не решает проблему. Во-первых, сертификаты, позволяющие бесплатно посещать спортивные секции, внедрены в качестве пилотного проекта. Во-вторых, сфера применения сертификата распространяется преимущественно на муниципальные и государственные образовательные учреждения, что ограничивает ребенка в выборе вида спорта. В-третьих, процедура оформления и использования сертификатов не отлажена, остаются вопросы с распространением сертификатов, выбором секций, регистрацией перехода ребенка из одной спортивной секции в другую и т.д. Получить сертификат на посещение кружков могут дети от 14 до 18 лет самостоятельно, родители (законные представители) – за детей от 5 до 14 лет.

Вместе с тем в Петербурге существует лучшая система дополнительного образования по сравнению с другими регионами. Охват дополнительным образованием юных петербуржцев высокий (88,2 %, тогда как в среднем по России – 73%), дети могут заниматься не в одном кружке на бюджетной основе, а в нескольких. Кроме того, с 2018 года негосударственные учреждения, имеющие возможность оказывать эти услуги, получили право на субсидию из бюджета, а это значит, что доступ детей и молодежи к дополнительному образованию в Петербурге стал еще шире.

Еще одной причиной ввода сертификата является возможность проследить движение ребенка или молодого человека в системе дополнительного образования. В Петербурге это не актуально. Здесь хорошо развита система мониторинга плюс система «Параграф», в которую сегодня дополнительное образование заводит все свои данные (то есть открыв сведения о ребенке, зарегистрированном в любом учреждении, можно увидеть где, чем и сколько раз он занимается).

Следующим фактором, ставящим под вопрос целесообразность введения сертификата, является многообразие программ дополнительного образования, их разная трудоемкость, разные затраты в части оборудования. Непонятно, как применять сертификат к разным программам. Специалисты Комитета по образованию сейчас ждут, чем закончится пилотный проект в других регионах, чтобы понять, целесообразно ли применение сертификата в Петербурге с учетом развития уже имеющейся системы.

Нет сомнений в том, что предоставление права образовательным учреждениям оказывать дополнительные услуги на возмездной основе увеличило количество предложений в сфере организации молодежного досуга, в частности, путем вовлечения в работу спортивных секций, клубов. Но оплачивать дополнительное спортивное обучение молодежи в состоянии не все родители. Особую группу риска представляют малообеспеченные и многодетные семьи. Такие семьи не проявляют самостоятельность и активность в поиске места занятий спортом для молодежи. Именно они нуждаются в дополнительной информационной и организационной поддержке. Эту поддержку могут и должны оказывать педагоги общеобразовательных учреждений и преподаватели высших учебных заведений. Но, часто, сами педагоги общеобразовательных учреждений не владеют необходимой информацией, не могут грамотно проконсультировать родителей, заинтересовать молодежь, мотивировать ее к регулярным занятиям спортом.

Еще одна проблема финансового характера связана с неэффективной работой по привлечению инвесторов к строительству новых спортивных объектов и финансированию действующих объектов, где занимаются молодые спортсмены. Такие инвестиционные проекты носят долгосрочный, стратегический характер, но в условиях нестабильной экономики и высоких рисков невозврата вложенных средств, не привлекательны для коммерческих структур. Очевидно, что решение этого вопроса находится в компетенции органов государственной власти [3].

Проблема недостаточного финансирования политики поддержки спорта обозначена и в Государственной Программе Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге»1.

Специалисты заявляют, что в связи с сокращением объемов бюджетного финансирования Госпрограммы может возникнуть риск невыполнения отдельных мероприятий, основных задач, предусмотренных в среднесрочном и долгосрочном периодах. При этом необходимо будет корректировать Госпрограмму в сторону сокращения планируемых мероприятий, что может привести к снижению эффективности Госпрограммы в целом. В результате возникнут такие негативные последствия, как:

– снижение уровня обеспеченности населения спортивными объектами, и, как следствие, снижение возможности регулярных занятий спортом;

– снижение качества подготовки профессиональных педагогических кадров из-за устаревания материальной базы и отсутствия возможности ее обновления;

– снижение эффективности работы по формированию спортивного резерва из числа обучающихся общеобразовательных, высших и специализированных спортивных учреждений;

– ухудшение материально-технического состояния спортивных детско-юношеских школ олимпийского резерва.

При этом необходимо учесть, что Министерством спорта Российской Федерации были сформулированы такие предложения по минимизации негативного влияния обозначенных рисков, как:

– регулярное проведение оценки ситуации и корректировки планов мероприятий, целевых показателей:

– создание условий для привлечения частных инвесторов в сферу физической культуры и спорта;

– ужесточение контроля использования бюджетных средств и установленных сроков реализации мероприятий, в особенности, по возведению и реконструкции спортивных объектов, повышение уровня ответственности руководителей проектов, инвестированных за счет бюджетных средств.

Очевидно, что реализация предлагаемых мероприятий, в том числе органами исполнительной власти Санкт-Петербурга, будет способствовать достижению таких результатов, как:

– совершенствование нормативно-правовой базы, регламентирующей государственную молодежную политику в сфере спорта;

– активизация и повышение эффективности межведомственного взаимодействия по вопросам организации молодежного спорта и реализации «Стратегии развития физкультуры и спорта»;

– увеличение количества и доли молодежи, в процентном соотношении, регулярно занимающейся в спортивных секциях, кружках, специализированных спортивных учреждениях, ведущей активный и здоровый образ жизни;

– снижение уровня заболеваемости у молодежи, в том числе и вызванной малоподвижным образом жизни, укрепление иммунитета молодых людей, уменьшение количества пропусков учебы по болезни;

[1]Государственная Программа Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» (утверждена постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 23.06.2014 № 498, ред. от 06.11.2018) // [Электронный ресурс]: http://kfis.gov.spb.ru/razvitie-otrasli/programma-razvitiya-2015-2020/, дата обращения 16.01.2019.

– снижение уровня молодежной преступности, связанной со слабой организацией свободного времени молодежи;

– создание условий для профессионального развития и повышения квалификации инструкторско-преподавательского состава, в том числе и за счет комплексного совершенствования системы мотивации;

– повышение уровня информированности населения, в том числе родителей, имеющих трех и более детей, и представителей малообеспеченных слоев населения о возможностях бесплатного и удобного посещения спортивных учреждений, вовлечения детей в регулярные занятия спортом.

Подводя итоги, следует отметить, что проблемы развития физической культуры и массового спорта в Санкт-Петербурге составляют три группы, а именно:

1. Проблемы управления сферой физической культуры и массового спорта на региональном уровне.

– Укомплектованность государственных бюджетных учреждений физкультурно-спортивной направленности кадрами вследствие недостаточного уровня заработной платы.

– Недостаточное количество рекреационных зон в местах массового отдыха, парках и скверах, вблизи водоемов и т.д., предназначенных для занятий физической культурой и спортом.

2. Основные проблемы развития спорта высших достижений и системы подготовки спортивного резерва:

– Недостаточная материальная база спортивных школ, в том числе –спортивных школ, осуществляющих подготовку спортивного резерва для спортивных сборных команд Санкт-Петербурга и Российской Федерации по базовым видам спорта.

– Организационные моменты, связанные с переходом спортивных школ на новые федеральные стандарты спортивной подготовки по олимпийским и не олимпийским видам спорта, утвержденные приказами Министерства спорта Российской Федерации.

3. Основные проблемы развития инфраструктуры физической культуры и спорта:

– Основная проблема развития спортивной инфраструктуры Санкт-Петербурга – недостаточные темпы ввода в строй новых и реконструкции существующих спортивных объектов.

Несмотря на положительную динамику по строительству новых спортивных сооружений, в Санкт-Петербурге остается острая недостаточность обеспеченности населения объектами спортивной инфраструктуры, в частности спортивными залами, бассейнами и плоскостными спортивными сооружениями. Указанные параметры не соответствуют социальным нормативам, установленным распоряжением Правительства Российской Федерации от 03.07.1996 №1063-р. В 2017 году площадь спортивных залов увеличилась до 657,5тыс.кв.м (в 2016 году–647,5 тыс.кв.м). Благодаря строительству новых спортивных объектов на территории Санкт-Петербурга и, несмотря на увеличение численности населения Санкт-Петербурга, указанный показатель находится в положительной динамике к предыдущему году.

Таким образом, мы обозначили основные проблемы развития физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге и возможные пути их устранения.

Список литературы

1. Лавриненко П.Н. Проблемы и рекомендации по совершенствованию государственного управления и регулирования физической культуры и спорта в работе муниципального бюджетного образовательного учреждения дополнительного образования детей «Детско-юношеская спортивная школа Пограничного муниципального района» // Государственное и

муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. – 2016. – № 23. – С. 76.

2. Мусин И.Н. Проблемы государственной политики в области физической культуры и спорта в современной России // Актуальные проблемы социально-гуманитарного и научно-технического знания. – 2016. – № 3 (8). – С. 49.

3. Паначев В.Д. Развитие учебно-спортивной базы детско-юношеского спорта // Физическое воспитание и детско-юношеский спорт. – 2016. – № 2. – С. 81.

4. Якубов Ю.Д. Взаимодействие федеральной, региональной и международной спортивных систем в процессе осуществления физкультурно-спортивной политики // Омский научный вестник. – 2015. – №1 (135). – С. 156.

МЕТОДЫ РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ В СФЕРЕ МАССОВОГО СПОРТА

Слабов Евгений Андреевич,

магистр Государственного и муниципального управления, СПб ГУДП «Центр», г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена методам разработки государственной молодежной политики в сфере массового спорта. Системный подход обеспечивает достижение целевых показателей государственной молодежной политики за счет эффективного взаимодействия учреждений и организаций на всех уровнях власти. Реализация мероприятий осуществляется с использованием институционального, программно-целевого, системного методов.

Ключевые слова: государственная молодежная политика; методы разработки; развитие спортивной отрасли; молодежный спорт; системный подход.

METHODS OF DEVELOPMENT AND IMPLEMENTATION OF THE STATE YOUTH POLICY IN THE FIELD OF MASS SPORTS

Slabov E.I.,

Master of Public Administration, SPb GUDP "Center", St. Petersburg

ABSTRACT

The article is devoted to the methods of development of the state youth policy in the field of mass sports. The system approach ensures the achievement of the targets of the state youth policy through effective interaction of institutions and organizations at all levels of government. Implementation of activities is carried out using institutional, program-target, systematic methods.

Keywords: state youth policy; methods of development; system approach; development of sports industry; youth sports.

Важнейшая задача государства в области спорта – приобщение граждан к систематическим занятиям физической культурой. Спорт позволяет развиваться духовно и физически, самоутвердиться в жизни и достигать каждый день новых вершин. Понятия «спорт» и «молодежь» существуют в единой параллели, а не просто взаимосвязаны. Массовый молодежный спорт является обязательным критерием достижения стратегических национальных интересов и деятельного развития современного российского социума.

От реализации целевой программы развития спорта и массовой физической культуры очевидным представляется огромный экономический и социальный эффект.

Разработка государственной молодежной политики в сфере спорта реализуется при помощи следующих методов:

– аналитические методы – позволяют провести анализ и оценить текущую ситуацию в рассматриваемом объекте управления, в данном случае, оценить состояние молодежного спорта в отдельном территориальном образовании, регионе, стране в целом; аналитические методы включают методы социально-экономической статистики, математического анализа, анализа факторов внутренней и внешней среды;

– проблемно-ориентированные методы – методы выявления и конкретизации проблем в организации молодежного спорта, причин и факторов, повлиявших на сложившуюся ситуацию; данные методы используются в обосновании программ и мероприятий, направленных на поддержку спорта среди молодежи;

– целевые программные методы – методы разработки целевых программ, направленные на устранение выявленных проблем и ограничений в организации молодежного спорта;

– проектные методы – методы проектирования концепции, стратегий, планов мероприятий по развитию системы молодежного спорта, включают также аналитические, проблемно-ориентированные и программно-целевые методы, позволяют рассмотреть ситуацию в комплексе и разработать решения проблем;

– методы бюджетирования – необходимы для определения объема средств, направляемых из бюджетов разных уровней (федерального, регионального, муниципального) на разработку и реализацию политики поддержки молодежного спорта, представляют собой финансовое обоснование программ реализации мероприятий [1].

Результатами использования обозначенных методов являются утвержденные на уровне органов государственной власти, министерств и ведомств, курирующих вопросы организации молодежного спорта, целевые программы и планы мероприятий. Нормативно-правовое обоснование государственной политики лежит в основе институционального метода. Использование данного метода позволяет установить ценностные ориентиры и принципы государственной молодежной политики в сфере спорта [2].

Программно-целевой метод реализации государственной молодежной политики в сфере спорта предполагает определение ключевых показателей, достижение которых характеризует результаты реализации запланированных мероприятий.

В Санкт-Петербурге развитие отрасли спорта реализуется программно-целевым методом, 3 программы развития отрасли спорта и физической культуры выполнены в течение 13 лет. Стратегические тенденции отраслевых программ ориентированы на развитие: массовой спортивной и физкультурно-оздоровительной работы с населением Санкт-Петербурга (студентами, учащимися, лицами с ограниченными возможностями здоровья, ветеранами); подготовку спортивного резерва и спорта высших достижений; материально-технической базы отрасли «Физическая культура и спорт». Цели и приоритеты государственной политики Санкт-Петербурга в сфере спорта и физической культуры на период 2018-2023 годов совпадают с Указом Президента РФ от 07 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 года № 1662-р, предполагающей формирование критериев для здорового образа жизни российскими гражданами, повышения конкурентоспособности российского спорта на международной спортивной арене и развития массового спорта, Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года, подписанной распоряжением Правительства РФ от 07 августа 2009 года № 1101-р, Стратегии экономического и социального развития Санкт-Петербурга на период до 2030 года, утвержденной постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 13 мая 2014 года № 355.

Главные тенденции реализации государственной программы: развитие массового спорта и физической культуры; инфраструктуры спорта и физической культуры; системы подготовки спортивного резерва и спорта высших достижений.

Направление «Развитие физической культуры и массового спорта» обеспечит в перспективе: модификацию порядка физического воспитания разных категорий и групп населения, в том числе в учебных заведениях; проведение районных спортивных и физкультурных мероприятий для всех групп населения; рост интенсивности деятельности районных центров физической культуры, спорта и здоровья по вовлечению населения к систематическим занятиям спортом и физической культурой по месту жительства, выполнение Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне»; дальнейшее создание сети и обеспечение работы ШСК в общеобразовательных заведениях; осуществление спортивного регионального проекта «Самбо – в школы Санкт-Петербурга»; ремонт и оборудование спортивных внутридворовых площадок; пропаганду спорта и физической культуры, включая критерии по рекламированию нравственных ценностей олимпизма и спорта в средствах массовой информации; сформированность условий, гарантирующих возможность гражданам Санкт-Петербурга, в том числе инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, постоянно заниматься спортом и физической культурой.

Направление «Развитие спорта высших достижений и системы подготовки спортивного резерва» гарантирует в будущем: модернизацию подготовительной системы спортсменов высокого класса; формирование критериев, ориентированных на рост подающих большие надежды спортсменов, готовых войти в сборные команды Российской Федерации, подготовку и эффективное выступление спортивных сборных команд Санкт-Петербурга на олимпийских играх, всероссийских и международных соревнованиях, спартакиадах Российской Федерации; улучшение системы подготовки и отбора спортивного резерва для спортивных сборных команд Российской Федерации по олимпийским, паралимпийским и сурдлимпийским видам спорта; участие спортивных сборных команд и спортсменов Санкт-Петербурга в официальных спортивных всероссийских, международных соревнованиях; повышение качества оказания государственных услуг и исполнения государственных функций в установленной сфере деятельности; качественное и эффективное регулирование государственными финансами и использование государственного имущества; модернизацию форм взаимодействия с организациями и общественными объединениями, выполняющими деятельность в сфере спорта и физической культуры; проведение на высоком организационном уровне в Санкт-Петербурге всероссийских, международных и городских спортивных мероприятий согласно ежегодно утверждаемым Правительством Санкт-Петербурга перечнем особых спортивных событий, проводимых в Санкт-Петербурге; усиление спортивных международных связей, включая развитие сотрудничества со спортивными международными организациями, объединяющими инвалидов и граждан с ограниченными возможностями здоровья; совершенствование кадрового обеспечения сферы спорта и физической культуры, включая выработку мер по кадровому обеспечению физкультурно-спортивной работы среди инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья; профессиональную переподготовку и повышение квалификации работников отрасли – тренерско-преподавательского, руководящего и инструкторско-методического состава заведений, подчиненных Комитету по физической культуре и спорту и администрациям районов Санкт-Петербурга, а также работников автономных государственных учреждений.

Направление «Развитие инфраструктуры физической культуры и спорта» обеспечит: совершенствование в области реконструкции и строительства спортивных объектов инфраструктуры спорта и физической культуры, также для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. Продуктивное использование спортивных объектов Чемпионата мира по футболу 2018 года в период после соревнований.

Данные Годового отчета о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» за 2017 годсвидетельствуют о том, что плановые показатели целевой программы развития физкультуры и спорта, в частности молодежного спорта, выполняются, а по ряду показателей, таких, например, как доля учащихся и студентов, систематических занимающихся спортом, перевыполняются[1].

Ежегодно в Санкт-Петербурге проводятся следующие соревнования среди студентов:

– Открытый смотр-конкурс образовательных организаций высшего образования, расположенных на территории Санкт-Петербурга, на лучшую организацию физкультурно-спортивной работы среди студентов.

– Спартакиада среди студентов организаций среднего профессионального образования.

– Кубок ВУЗов. Чемпионат Санкт-Петербурга среди студентов образовательных организаций высшего образования.

В таблице 1 приведены плановые и фактические показатели реализации государственной молодежной политики по развитию спорта среди молодежи.

Таблица 1

Соотношение плановых и фактических показателей реализации государственной молодежной политики Санкт-Петербурга в сфере спорта за 2017 год [2]

Показатель	План	Факт	Степень достижения планируемого значения, %
1. Доля учащихся и студентов, систематически занимающихся спортом и физической культурой, в общей численности учащихся и студентов	79,1	88,7	112,1
2. Доля лиц с ограниченными возможностями здоровья, систематически занимающихся спортом и физической культурой	22,6	27,1	120,0
3. Охват населения города спортивно-массовыми и физкультурными мероприятиями	22,9	23,6	102,9
4. Количество отремонтированных спортивных внутридворовых площадок	55	55	100,0
5. Количество созданных школьных спортивных клубов в общеобразовательных учреждениях	22	22	100,0
6. Количество бюджетных учреждений, планируемых для реализации регионального спортивного проекта «Самбо – в школы Санкт-Петербурга»	46	46	100,0
7. Доля жителей Санкт-Петербурга, выполнивших нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса «Готов к труду и обороне» (ГТО), в общей численности населения Санкт-Петербурга, принявшего участие в сдаче нормативов ГТО	25,0	63,6	254,4
7.1. из них учащихся и студентов	30,0	63,6	165,8

Развивается направление адаптивного спорта. Создание высокотехнологичного многофункционального специализированного Северо-Западного научно-практического центра

[1]Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» за 2017 год // [Электронный ресурс]: http://kfis.gov.spb.ru/razvitie-otrasli/programma-razvitiya-2015-2020/, дата обращения 16.01.2019.

[2]Годовой отчет о ходе реализации и оценке эффективности реализации государственной программы Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» за 2017 год // [Электронный ресурс]: http://kfis.gov.spb.ru/razvitie-otrasli/programma-razvitiya-2015-2020/, дата обращения 16.01.2019.

паралимпийского и сурдлимпийского спорта на базе Санкт-Петербургского научно-исследовательского института физической культуры является приоритетной задачей до 2020 года.

Характерной чертой реализации государственной молодежной политики в сфере спорта является комплексность. Планируемые и реализуемые мероприятия охватывают все направления деятельности органов государственной власти, требуют внедрения современных информационных технологий, вовлечения учреждений образования, здравоохранения, организаций, работающих с молодежью.

Следующим важнейшим направлением развития физической культуры и массового спорта является проведение мероприятий по внедрению комплекса ГТО в рамках выполнения Указа Президента Российской Федерации от 24.03.2014 № 172 «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО)». С января 2015 года в общеобразовательных учреждениях проводится тестирование по испытаниям комплекса ГТО. Согласно рекомендациям Комитета по образованию к выполнению нормативов испытаний (тестов) комплекса ГТО на данном этапе были привлечены учащиеся 1-х, 4-х и 11-х классов. По состоянию на декабрь 2017 года в автоматизированной информационной системе комплекса ГТО зарегистрировано 189197 петербуржцев, принимающих участие в выполнении нормативов испытаний (тестов) комплекса ГТО или планирующих стать участниками комплекса ГТО. В Санкт-Петербурге создано 26 центров тестирования по выполнению нормативов испытаний (тестов) комплекса ГТО[1]. В 2017 году во всех районах города к подготовке населения по выполнению нормативов испытаний (тестов) комплекса ГТО привлечено 2604 специалиста, из них 533 человека в составе судейских бригад приняли участие в проведении мероприятий по оценке выполнения нормативов испытаний комплекса ГТО.

Реализация государственной политики включает процесс распределения субсидий на развитие физической культуры и спорта. В соответствии с Государственной Программой Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» в 2018 году из федерального бюджета было выделено 9 млн. рублей[3].

В таблице 2 приведен объем финансирования государственной программы по Комитету по физической культуре и спорту с 2018 по 2023 годы.

Таблица 2

Объем финансирования государственной программы по ответственному исполнителю государственной программы

Наименование ответственного исполнителя государственной программы	Вид источника финансирования	Объем финансирования по годам, млн. руб						ИТОГО
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Комитет по физической культуре и спорту	Бюджет Санкт-Петербурга	6884	6318	6730	6695	7104	7353	41083
	Федеральный бюджет	9	-	-	-	-	-	9
	ИТОГО	6893	6318	6730	6695	7104	7353	41093

[1]Государственная Программа Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» (утверждена постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 23.06.2014 № 498, ред. от 06.11.2018) // [Электронный ресурс]: http://kfis.gov.spb.ru/razvitie-otrasli/programma-razvitiya-2015-2020/, дата обращения 16.01.2019.

Комитету по физической культуре и спорту было выделено из бюджета Санкт-Петербурга на развитие физической культуры и массового спорта 1 млн. рублей, на развитие инфраструктуры физической культуры и спорта 15 млн. рублей, на подготовку Санкт-Петербурга к проведению в 2018 году матчей Чемпионата мира по футболу 356,9 млн. рублей. Комитету по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями из бюджета Санкт-Петербурга было выделено 28,8 млн. рублей на подготовку Санкт-Петербурга к проведению в 2018 году матчей Чемпионата мира по футболу[1].

Третий метод, используемый в реализации государственной молодежной политики в сфере спорта – это системный метод. Системный метод предполагает формирование и функционирование единой системы действий, направленных на решение социально-значимых задач. Элементами системы разработки и реализации государственной молодежной политики в сфере спорта являются:

– на уровне государственных органов власти: Президент РФ, Правительство РФ, Министерство спорта РФ, Министерство науки и высшего образованияРФ, МинистерствоздравоохраненияРФ, МинистерствоэкономическогоразвитияРФ– определение приоритетных направлений деятельности, постановка задач, разработка нормативно-правовой базы государственной политики поддержки спорта в целом и молодежного спорта в частности;

– на федеральном уровне: общероссийские спортивные центры, государственные образовательные и научные учреждения, имеющие спортивную специализацию, всероссийские федерации видов спорта, в том числе и организации олимпийского резерва – исполнение целевых программ и стратегий развитий спорта, в частности, среди молодежи;

– на региональном уровне: региональные спортивные организации, объединения, учреждения общего и специализированного спортивного образования, региональные федерации по видам спорта, органы исполнительной власти, курирующие вопросы социальной молодежной политики, физической культуры и спорта;

– на местном уровне: городские, районные учреждения, спортивные организации, школы, клубы, спортивные объекты – организация работы с молодежью, проведение спортивных мероприятий, состязаний, взаимодействие с учреждениями образования и здравоохранения.

Системный подход обеспечивает достижение целевых показателей государственной молодежной политики за счет эффективного взаимодействия учреждений и организаций на всех уровнях власти.

Таким образом, для разработки государственной молодежной политики в сфере спорта используются аналитические, проблемно-ориентированные, программно-целевые, проектные методы и метод бюджетирования. Реализация мероприятий осуществляется с использованием институционального, программно-целевого, системного методов.

Список литературы

1. Барабанова В.Б., Корстин И.К. Физическая культура и спорт как фактор национальной безопасности, оздоровления нации и формирования здорового образа жизни населения XXI века // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2/3. – С. 201.

2. Позднякова А.Э. Особенности разработки и реализации государственной политики в России // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 17. – С. 122.

[1]Государственная Программа Санкт-Петербурга «Развитие физической культуры и спорта в Санкт-Петербурге» (утверждена постановлением Правительства Санкт-Петербурга от 23.06.2014 № 498, ред. от 06.11.2018). [Электронный ресурс]: http://kfis.gov.spb.ru/razvitie-otrasli/programma-razvitiya-2015-2020/, дата обращения 16.01.2019.

ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ПРОДУКТА ГАЛРЕЙНОГО ИНТЕРНЕТ-БИЗНЕСА

Сизикова Вероника Вадимовна,
руководитель проектов ООО «МЕДВЕДЬ»

АННОТАЦИЯ

В статье представлены результаты исследования эффекта, оказываемого на вовлеченность пользователей после внедрения дополнительного галерейного digital-продукта. Автор доказывает, что внедрение нового галерейного интернет продукта позволяет увеличить активность аудитории.

Ключевые слова: галерейный интернет продукт; продукт; вовлеченность; эффект; мультиканальная бизнес модель.

TECHNOLOGY OF CREATING A PRODUCT OF GALLERY INTERNET BUSINESS

Sizikova V.V.,
Project manager, LTD «MEDVED»

ABSTRACT

The article presents the results of a study of the effect on user involvement after the introduction of an additional gallery digital product. The author argues that the introduction of a new internet gallery product allows you to increase the activity of the audience.

Keywords: gallery internet product; product; involvement; effect; multi-channel business model.

В настоящее время развитие интернета породило новый уровень связей между фирмами, производителями, сотрудниками и потребителями. Тренд на использование мультиканальной бизнес-модели продиктовал необходимость присутствия офлайн бизнеса в сети интернет, что вывело торговлю из оффлайн в онлайн среду, сформировав тем самым пространство без границ.

Постоянные изменения формы присутствия компаний в интернете повлияли на структуру отношений между бизнесом и потребителем, размыв границы коммуникаций. Теперь потребители «задают тон», оценивают качество продукта и сервиса, обмениваясь в интернете своим потребительским опытом. Что в свою очередь побуждает бизнес к работе над присутствием компании в интернете.

В свою очередь увеличение возможностей присутствия и функционирования бизнеса в интернете влечет за собой одну из важных проблем, а именно проблему выбора формы присутствия в интернет среде.

Для некоторых сфер, выбор формы присутствия в интернете играет ключевую роль, так как сферы имеют свою специфику и не так часто запрашиваются в поисковых системах, как например в сфере арт галерей. В таких случаях компании либо создают некий комплекс платформ, которые стимулируют потребителей к каким либо целевым действия, либо перерабатывают существующий продукт в новую интернет форму.

В связи с этим, в данной статье можно выделить одной из основных проблем – проблему выбора формы присутствия продукта галерейного интернет-бизнеса.

Цель данного исследования заключается в изучении эффекта, оказываемого созданием дополнительного интернет продукта галерейного интернет-бизнеса.

Учитывая то, что интернет сфера является динамичной и стремительно развивающейся средой, в которой формы присутствия и интернет продукты постоянно видоизменяются и добавляются, единого теоретического фундамента на данный момент нет.

Поэтому, прежде чем углубляться в изучение продукта галерейного интернет – бизнеса и технологии его создания следует рассмотреть основные понятия. Так, Ф. Котлер в одной из своих работ дал фундаментальное определение, где продукт – все, что может быть предложено на рынке с целью удовлетворения чьих-либо желаний и потребностей [1, 264].

Если говорить непосредственно об интернет продуктах, то существует такое понятие как digital продукт, подразумевающий под собой любой продукт, продаваемый в интернете и не имеющий физической формы [2,18].

Возвращаясь непосредственно к продуктам галерейного интернет – бизнеса, стоит отметить, то, что как такого определения подобных продуктов не существует. Такое положение дел связано с тем, что сейчас в галерейной сфере нет отработанных моделей интернет присутствия, поэтому многие галеристы задаются вопросом выбора онлайн-стратегии и формы присутствия в интернете. Тем самым только начиная работу над практической и теоретической составляющей галерейного интернет продукта.

Несмотря на то, что существуют различные технологии создания продукта, все они имеют схожую структуру и могут отличаться лишь последовательностью и некоторой спецификой. Именно поэтому в данной статье будет рассмотрено несколько подходов: классический Ф. Котлера и подход продукт-дизайна, сформированного Бредом Сорока [3]. Ниже для наглядности на рисунке 1 представлены этапы этих походов.

Учитывая то, что некоторые этапы продукт-дизайна пересекаются с классическим подходом к созданию продукта, в данной статье подробнее будут рассмотрены только специфические этапы.

Первым из таких этапов, является понимание дизайн – систем. Данный этап включает в себя аудит имеющихся платформ у организации, так как некоторые компании при разработке нового digital – продукта уже имеют некую базу интернет продуктов.

Создание продукта (Ф.Котлер)	Продукт-дизайн (Бред Сорока)
•Генерация идей •Отбор идей •Концепции продукта, ее отбор •Стратегия маркетинга •Анализ возможностей производства •Разработка самого продукта •Испытание в рыночных условиях •Развертывание в условиях коммерческого производства	•Концепция продукта •Исследования •Понимание дизайн систем •Быстрая идеация •Понимание пользователей и связей •Подготовка к дизайну •Дизайн и разработка

Рисунок 1 – Классический Ф. Котлера и подход продукт-дизайна Бреда Сорока

На основе данного анализа составляется карта экосистемы, она позволяет проиллюстрировать связь пользователей и имеющихся платформ.

Помимо внутреннего анализа производится конкурентный аудит, который полезен в мониторинге уже готовых продуктов.

Следующий этап – быстрая идеация, подразумевает под собой создание некого дизайн-спринта. Данный этап позволяет оценить возможности продукта и его перспективы, а также включает в себя поиск решения, позволяющего продукту соответствовать рынку.

Этап понимания пользователей и связей заключается в составлении прото-персонажей, когда прописываются все возможные характеристики пользователей их цели и мотивы.

Далее идет подготовка к дизайну, которая включает в себя две составляющие: чистовик (вайтборд) сценариев и компонентный аудит.

Заключительный этап, представляет собой саму разработку продукта с учетом результатов предыдущих этапов. Также в данном этапе производится прототипирование, что является важной частью дизайн-пазла. Оно помогает передавать видение продукта от исполнителя к заказчику, а также иллюстрирует желаемый результат разработчикам.

Таким образом, данная технология создания digital – продукта позволяет углубиться в процесс его создания. В зависимости от сложности продукта, данная технология упрощается или усложняется.

Так как возможности присутствия и функционирования бизнеса в интернете диктуют необходимость более глубокого исследования, в данной статье автором была выдвинута следующая гипотеза: создание digital-продукта галерейного интернет-бизнеса, оказывает влияние на вовлеченность посетителей галереи в социальных сетях.

Отслеживание эффекта, оказываемого созданием digital-продукта галерейного интернет-бизнеса, основывается на дизайне исследования, разработанном Р.Соломоном, представленном ниже в таблице 1.

Таблица 1

Дизайн эксперимента

	Pre-test	**Воздействие**	**Post-test**
Экспериментальная группа	Oe11	X	Oe12
Контрольная группа 1	Oc11		Oc12

Результат воздействия = (Oe12 – Oe11) - (Oc12 – Oc11)

Целью данного «квази» - эксперимента является подтверждение или опровержение поставленной гипотезы.

Данный эксперимент проводился на базе двух групп в социальной сети Вконтакте, схожих по своему направлению и аудитории. Суть эксперимента заключается в отслеживании статистических данных до запуска нового дополнительного интернет продукта и после.

Воздействие представляет собой запуск геймификации в виде квиза (интеллектуально-развлекательной игры) с целью получения скидки, в уже функционирующую группу. Для этого была разработана концепция и контент данной игры, а также функция публикации результатов игры.

Вовлеченность пользователей отслеживалась по таким показателям как: количество уникальных посетителей и проведших квиз, а также по целевым действиям (комментарии и личные сообщения группы).

Сбор информации осуществлялся через месяц после запуска эксперимента для того, чтобы оценить эффект после первой волны роста интереса.

Данные, затрагивающие количество уникальных посетителей, показали рост в среднем на 644 позиций. Ниже в таблице 2 представлены результаты исследования.

Таблица 2

Результаты исследования среднего количества уникальных посетителей

	Pre-test	**Воздействие**	**Post-test**
Группа «А»	1 808	X	2 567
Группа «Б»	1 506		1 621

Такой ситуации способствовало привлечение внимание игровым digital-продуктом. Кроме того, возможность публикации результатов квиза на собственной странице пользователя способствовало увеличению охвата, что генерировало в свою очередь уникальных пользователей.

Отслеживание количества совершенных целевых действий, состоящих из комментариев и сообщений в группе, показало небольшой рост на 19 позиций, результаты представлены в таблице 3. Эти данные говорят о небольшом увеличении количества лидов и возможной конверсии их в посетителей галереи.

Таблица 3

Результаты исследования среднего количества целевых действий

	Pre-test	**Воздействие**	**Post-test**
Группа «А»	23	X	43
Группа «Б»	27		28

Что касается общего эффекта воздействия на вовлеченность, то результатом воздействия является рост, на 716 позиций. Общие итоги представлены ниже в таблице 4. Также в расчет включено количество пользователей прошедших квиз, а именно 53 участника.

Таблица 4

Результаты исследования средней вовлеченности аудитории

	Pre-test	**Воздействие**	**Post-test**
Группа «А»	1 831 (1808+23+0)	X	2 663 (2 567+43+53)
Группа «Б»	1 533 (1506+27+0)		1 649 (1621+28+0)

Таким образом, как показало проведенное исследование, создание digital-продукта галерейного интернет-бизнеса, оказывает влияние на заинтересованность пользователей. Однако степень влияния зависит от выбранной формы присутствия и технологии создания продукта. Так, в проведенном эксперименте эффект, оказываемый подкрепляющим продуктом, оказался средним, что наталкивает на мысль о доработке продукта или его полной замене.

Рассмотренная теоретическая часть позволила сделать вывод о том, что вопрос выбора формы присутствия в интернет среде является еще не до конца изученной областью, особенно в галерейных интернет продуктах. Тем не менее, исследование эффекта, оказываемого выбором интернет продукта, дает почву для дальнейшего анализа технологии создания данного продукта и оказываемого им эффекта.

Список литературы

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – Вильямс: 2015. – 496 с.
2. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. – СПб: 2002. – 272 с.
3. Soroka B. The Complete Guide to the UX Product Design Process. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.dtelepathy.com/blog/design/the-complete-product-design-process (дата обращения 06.04.2019).

КАКОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НУЖНО НАЧИНАЮЩЕМУ БИЗНЕСУ?

Салахутдинов Азат Наилевич,

студент Казанского национального исследовательского технического университета имени А. Н. Туполева, г. Казань

АННОТАЦИЯ

Начинающий бизнес нуждается в соответствующем программном обеспечении для ведения учета и статистики продаж. В статье выделяются основные требования для такого программного продукта; проводится анализ трех уже существующих на рынке продуктов; проводится рассуждение о целевой аудитории программного продукта; выдвигается предположение о необходимости продукта с более широким функционалом, который бы позволил автоматизировать бизнес-процессы и снизить затраты.

Ключевые слова: бизнес, система учета и статистики; CRM; автоматизация; онлайн-сервисы; ПО для бизнеса.

WHAT SOFTWARE IS NECESSARY TO BEGINNING BUSINESS?

Salakhutdinov A.N.,

Student at the Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev, Kazan

ABSTRACT

Start-up businesses need the appropriate software to keep records and sales statistics. The article highlights the basic requirements for such a software product; analysis of three existing products on the market; there is a discussion about the target audience of the software product; It is suggested that a product with a broader functionality is needed, which would automate business processes and reduce costs.

Keywords: business; accounting and statistics system; CRM, automation; online services; business software.

1. Введение

Перед теми, кто решает заняться собственным бизнесом встает огромный ряд задач по его правильной организации и ведению. Нужно соблюсти законодательные нормы, и нормы, которые диктует рынок. Иначе бизнес рискует быть убыточным и не оправдает надежд его создателей. Для этого предпринимателям необходимо, как правило, вести учет и статистику продаж. И чем удобнее и проще будет этот процесс, тем быстрее начинающий бизнес сможет как выйти на рынок, так и выявить свои слабые места. Для этого отлично подходят различные системы учета продаж и ведения их статистики. Такие программные продукты облегчают и автоматизируют предпринимательскую деятельность.

2. Анализ необходимого ПО (программного обеспечения)

Подобные решения представлены на рынке в разных вариациях. Они имеют схожий функционал, но как правило отличаются подходами к разработке и сопровождению ПО. Какими качествами они должны обладать, какие функции выполнять? Выделим несколько таких пунктов [1]:

– Программный продукт должен быть прост в освоении и не иметь перегруженного интерфейса;

– Система должна включать в себя как каталог товаров (либо услуг), так и возможность учета реализованных товаров (либо предоставленных услуг), а также учет товаров, имеющихся в наличии;

– Программное обеспечение должно вести всевозможную статистику реализованных товаров либо услуг, а также предоставлять краткую либо развернутую аналитику;

– При возникновении трудностей клиент должен иметь возможность обратиться в службу поддержки;

– Наличие веб-интерфейса либо мобильного приложения для быстрого доступа к данным в любой локации;

– Наличие системы экспорта и импорта данных и документации ; поддержка для этого популярных форматов;

– Удобство использования;

– Активная поддержка и сопровождение ПО, своевременное реагирование разработчика на изменяющиеся требования рынка;

– Должен соблюдаться баланс безопасности системы и простоты авторизации в ней;

– Система должна быть надежна как с точки зрения стойкости к отказам, так и с точки зрения защиты информации.

Также стоит отменить, что система должна быть финансово доступна тому бизнесу, для потребностей которого она изначально разрабатывалась. Хорошим бонусом является пробный (тестовый) период для новых пользователей, в рамках которого продукт будет ограниченное время бесплатно доступен для ознакомления и тестирования. Таким образом компания-разработчик сможет привлечь больше аудиторию, а пользователи смогут ознакомится с новым для них продуктом не приобретая его.

Помимо описанных выше критериев упомянуть стоит ещё один - надежность и история компании-разработчика. Ведь практически любой бизнес открываясь рассчитывает и долгую историю и дальнейшее развитие. Будет очень неприятно если компания-разработчик перестанет поддерживать и обновлять свой продукт, а то и вовсе закроется. В таком случае это может привести к финансовым и временным издержкам, чего можно избежать если изначально выбирать надежную компанию, уже зарекомендовавшую себя на рынке ПО.

2.1 Анализ существующих продуктов

Рассмотрим несколько таких продуктов, уже сейчас доступных пользователям [2]:

1) Бизнес.Ру

Данный онлайн-сервис является популярной системой для ведения бизнеса. Позволяет вести базу персонала, планировать задачи, реализовывать совместную работу персонала, осуществлять торговый учет, контролировать взаимодействия с поставщиками и клиентами. Имеет встроенную CRM-систему, всю отчетную документацию необходимую предпринимателю. Освоение продукта занимает приемлемое количество времени. Продукт удовлетворяет вышеописанным критериям, и он является отличным решением для большинства видов предпринимательской деятельности. К недостаткам можно отнести менее интуитивно понятный интерфейс, если сравнивать продукт Бизнес.Ру с конкурентами.

2) CloudShop

Это онлайн-система контроля склада и осуществления продаж. Дает возможность вести клиентскую базу данных, быстро осуществлять продажу товара, вносить поступление новых единиц в базу, при необходимости осуществлять возврат. При этом предусмотрены функции загрузки данных из файлов Excel, добавления новых товаров в базу, используя встроенный штрих-код сканер, что позволяет некоторым предпринимателям сэкономить на покупке оборудования. Благодаря данному продукту можно реализовать систему скидок, контролировать статистику и аналитику продаж. ПО CloudShop удовлетворяет всем названным в начале статьи критериям. Отлично подойдет начинающим предпринимателям. Комфортный интерфейс позволит быстро освоить его, а удобные отчеты дадут возможность лучше управлять своим бизнесом.

3) МойСклад

Является «молодым» и перспективным интернет-сервисом для ведения торговли и управления средним и малым бизнесом Предоставляет функционал схожий с предыдущим

сервисом. К преимуществам относится удобный интерфейс, благодаря чему его освоение занимает немного времени. Наличие помимо веб-интерфейса мобильных приложений позволяет получить быстрый доступ к системе, когда это потребуется. Подходит под описанные выше критерии и может стать хорошим выбором в поиске подходящего ПО для начинающему бизнесу. Сервис ведет активную пиар-компанию, что говорит о намерениях компании развивать и совершенствовать свой продукт, а это важно, ведь поддержка и сопровождение программного обеспечения - это одно из важнейших критериев для профессионального ПО.

2.2 Потребители и потребности

Все рассмотренные варианты позволяют управлять расходами и доходами денежных средств, вести продажи при помощи кассового оборудования или без него, поддерживают функции электронной кассы, формируют и присылают покупателям электронные чеки. Такой функционал позволяет начинающему юридическому лицу больше времени тратить на собственное дело.

Что еще хотелось бы видеть от такого типа программного обеспечения? Существующие системы не дают пользователям такой важной опции как организация торговой онлайн-площадки. Примером такой площадки является интернет-магазин. Сегодня чаще всего предпринимателям необходимо даже для простых реализаций собственного сайта, на котором были бы представлены товары или услуги компании, обращаться в фирмы для разработки такого программного продукта для цели компании. Есть потребность в продукте, который бы позволил сократить эти издержки, а возможно и вовсе их избежать. Если при крупном бюджете новая компания может себе позволить затраты на разработку индивидуального ПО, то совсем небольшие ООО или ИП предпочли бы использовать универсальную платформу, на которую не нужно существенно тратиться, и которую можно самостоятельно настроить под свои задачи.

Совсем недавно, в некоторых регионах РФ, был введен новый налоговый режим для «самозанятых». Сделано это было в качестве эксперимента и подразумевается, что такие меры позволяют увеличить число как официально зарегистрированных предпринимателей, так и повысить интерес общества к открытию собственного дела. В связи с этим на рынке может появиться спрос на ПО, которое бы позволяло, помимо учета и аналитики, привлекать клиентов и демонстрировать им свой товар либо услуги.

Автоматизация бизнеса является сегодня одной из ключевых задач при его организации. Одно из условий такой автоматизации - процессный подход, рассматривающий деятельность компании как совокупность бизнес-процессов, которые неразрывно связаны с основными целями компании [3].

Как итог стоит сказать, что существующее ПО отлично подходит для успешного ведения складского учета, статистики и учета продаж при условии, что начинающий бизнес имеет крупный стартовый капитал и планирует большие обороты. А вот тем у кого бюджет и планы скромнее больше бы подошёл программный продукт, который бы больше функций взял на себя, например такую как онлайн-демонстрация текущего ассортимента потенциальным покупателям.

Список литературы

1. Корнипаев И. Требования для программного обеспечения: рекомендации по сбору и документированию. – М.: Изд-во Нобель, 2014.

2. Live Business статья Топ 10: Системы управления складом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.livebusiness.ru/tools/wms/ (дата обращения 25.01.2019).

3. Комсомольская. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.kp.ru/guide/avtomatizatsija-biznesa.html (дата обращения 29.01.2019).

УДК 33.05

АНАЛИЗ СТУДЕНЧЕСКОЙ ПУБЛИКАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ В СЕВЕРО-ЗАПАДНОМ ИНСТИТУТЕ УПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПОБЕДИТЕЛЕЙ КОНКУРСА ПОВЫШЕННЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ АКАДЕМИЧЕСКИХ СТИПЕНДИЙ

Иванов Денис Юрьевич,

доцент кафедры менеджмента, кандидат политических наук, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Машкова Валентина Петровна,

начальник отдела внеучебной работы со студентами управления по работе с молодежью и спорту СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Дмитриев Павел Андреевич,

магистр факультета экономики и финансов, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Целью данного исследования является анализ динамики студенческой публикационной активности в Северо-Западном институте управления РАНХиГС и оценка влияния тренда на распространение платных периодических журналов на студенческую научную среду на примере обладателей повышенной государственной академической стипендии (далее - ПГАС) за достижения в научно-исследовательской деятельности. Проанализирован массив заявок на участие в конкурсе на получение ПГАС, применены методы контент-анализа и математической статистики. Сделан вывод о наличии положительной динамики числа студенческих публикаций вне зависимости от размера выплаты ПГАС. Также авторы пришли к выводу о том, что тренд на распространение платных периодических журналов затронул и Северо-Западный институт управления. Даны рекомендации по устранению выявленного влияния.

Ключевые слова: студенческая наука; публикации; повышенная государственная академическая стипендия; платные журналы.

ANALYSIS OF STUDENT PUBLICATION ACTIVITY IN THE NORTH-WESTERN INSTITUTE OF MANAGEMENT ON THE EXAMPLE OF THE WINNERS OF THE COMPETITION OF INCREASED ACADEMIC SCHOLARSHIPS

Ivanov D.Y.,

PhD in Economics, RANEPA, St. Petersburg

Mashkova V.P.,

Head of the department of extracurricular work with students, RANEPA, St. Petersburg

Dmitriev P.A.,

Master student of RANEPA, St. Petersburg

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the dynamics of student publication activity in the North-West Institute of Management and assess the impact of the trend on the distribution of paid periodical journals to the student scientific environment using the example of holders of advanced academic scholarship (AAS) for achievements in research activities. Analyzed an array of applications for participation in the AAS competition, applied methods of content analysis and mathematical statistics. It is concluded that there is a positive number of student publications, regardless of the size of the AAS payment. The authors also came to the conclusion that the trend towards the spread of paid periodical journals has affected the North-West Institute of Management.

Keywords: student science; publications; increased academic scholarship; paid journals.

Северо-Западный институт управления Президентской Академии предлагает своим студентам множество различным форм мотивации, в том числе возможность получения повышенной государственной академической стипендии. ПГАС назначается студентам, обучающимся по программам бакалавриата и магистратуры на бюджетной основе за особые достижения в учебной, научно-исследовательской, общественной, культурно-творческой и спортивной деятельности, но не ранее второго семестра первого года обучения. Вовлечение студентов в научную деятельность – одна из приоритетных задач высшего учебного заведения, поэтому ПГАС в номинации за достижения в научно-исследовательской деятельности значительно превосходит остальные номинации, как по размеру выплаты, так и по числу стипендиатов. Наличие у студента научных публикаций является одним из определяющих факторов в конкурсе на получение ПГАС за достижения в научно-исследовательской деятельности. Чем больше студент публикует работ, тем выше шанс победы в стипендиальном конкурсе. Плещенко В.И. отмечает, что развитие информационных технологий открыло возможность для быстрых и дешевых (как для издателей, так и для авторов) научных публикаций в электронных периодических журналах. Подобная ситуация, по его мнению, приводит к снижению качества публикационных материалов, ухудшающемуся отбору авторов и расширенному воспроизводству посредственности в научно-образовательной среде [1]. Подобный тренд может в негативном ключе сказаться на конкурсе на получение ПГАС. Необходимо, чтобы конкурс максимально эффективно реализовывал мотивационную функцию, способствовал повышению, в первую очередь, качества студенческих публикаций, и, как следствие, расширял сферы компетентности будущих специалистов. Повышение эффективности конкурса на получение ПГАС как фактора мотивации обуславливает актуальность данного исследования.

Объектом исследования является процесс вовлечения студентов в научную деятельность в Северо-Западном институте управления. Предметом исследования выступила база заявлений обладателей ПГАС на участие в конкурсе и статистика о размерах выплат. Данные взяты за период со 2 семестра 2016 года по 1 семестр 2019 года.

Целью данного исследования является анализ динамики студенческой публикационной активности в Северо-Западном институте управления и оценка влияния тренда на распространение платных периодических журналов на студенческую научную среду на примере обладателей ПГАС за достижения в научно-исследовательской деятельности.

Задачи исследования:

1. Определение тренда в публикационной активности студентов-стипендиатов;
2. Классификация изданий, в которых публикуются студенты-стипендиаты;
3. Составление перечня рекомендаций по улучшению процесса студенческой публикационной деятельности.

Основными методами данного исследования являются контент-анализ и методы математической статистики.

Специфика формирования фонда ПГАС за достижения в научно-исследовательской деятельности такова, что стипендиатами могут стать не более 40% от числа студентов-бюджетников, сдавших сессию на «хорошо» и «отлично». С учётом того, что в конкурсе нельзя участвовать ранее второго семестра первого года обучения, «осенние» выплаты традиционно больше «весенних». Также необходимо отметить, что в конкурсе на получение ПГАС учитываются достижения по итогам двух последних семестров, следующих друг за другом. Результаты конкурса по итогам I семестра 2018/2019 учебного года на момент написания работы официально не утверждены, поэтому авторы для исследования взяли вероятных победителей, рекомендованных стипендиальной комиссией института. Итоги конкурса на получение ПГАС представлены в таблице 1.

Таблица 1

Итоги конкурса на получение ПГАС

Семестр	Число стипендиатов	Размер ПГАС	Число статей	Среднее число статей
II семестр 2015 - 2016 уч. г.	28	8150	74	2,64
I семестр 2016 - 2017 уч. г.	39	9000	96	2,46
II семестр 2016 - 2017 уч. г.	19	5750	55	2,89
I семестр 2017 - 2018 уч. г.	29	7100	98	3,38
II семестр 2017 - 2018 уч. г.	20	6750	66	3,30
I семестр 2018 - 2019 уч. г.	29	12000	134	4,62

Число стипендиатов – количество студентов, победивших в конкурсе стипендий по итогам семестра;

Размер ПГАС – размер ежемесячной выплаты в течение семестра. Размер выплаты ПГАС отличается для студентов младших и старших курсов, поэтому в исследовании приведен усреднённый показатель;

Число статей – сумма публикаций, указанных стипендиатами в заявлении на участие в конкурсе на получение ПГАС за два семестра и скан-копиях публикаций, приложенных в качестве подтверждающих документов;

Среднее число статей – число статей деленое на число стипендиатов.

Сначала необходимо провести обработку данных – исследовать данные на предмет аномалий. Аномальные значения были обнаружены в I семестре 2016-2017 уч.г., II семестре 2016-2017 уч.г. и I семестре 2018-2019 уч.г. (рисунок 1).

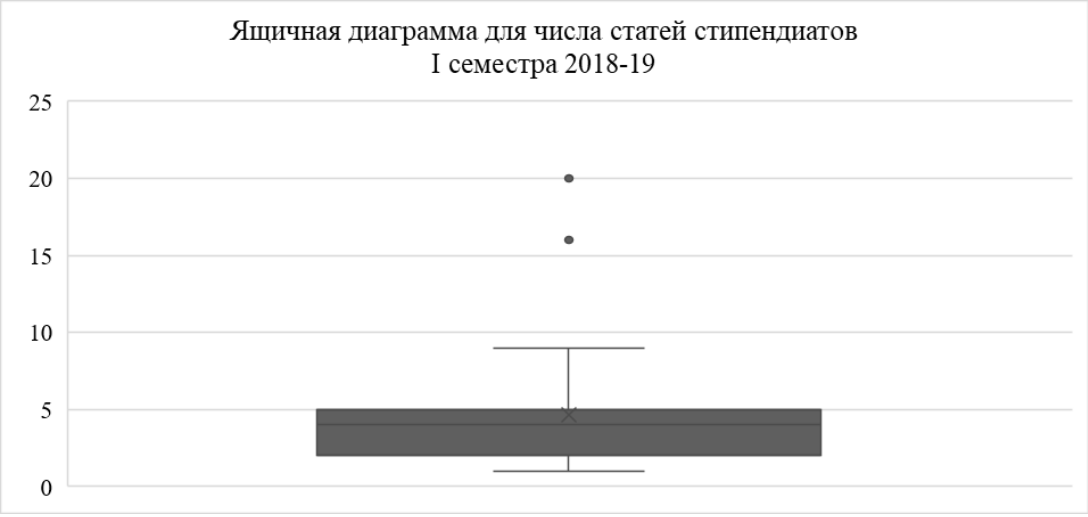

Рисунок 1 – Пример аномалий в I семестре 2018-2019 уч.г.

После замены аномалий усредненными значениями диаграмма выглядит следующим образом (рисунок 2).

Далее необходимо проверить предположение о влиянии размера ПГАС на динамику количества студенческих публикаций. Для проверки этого предположения рассматриваются графики размера ПГАС и среднего числа статей после усреднения аномалий (в процентах к предыдущему семестру) (рисунок 3).

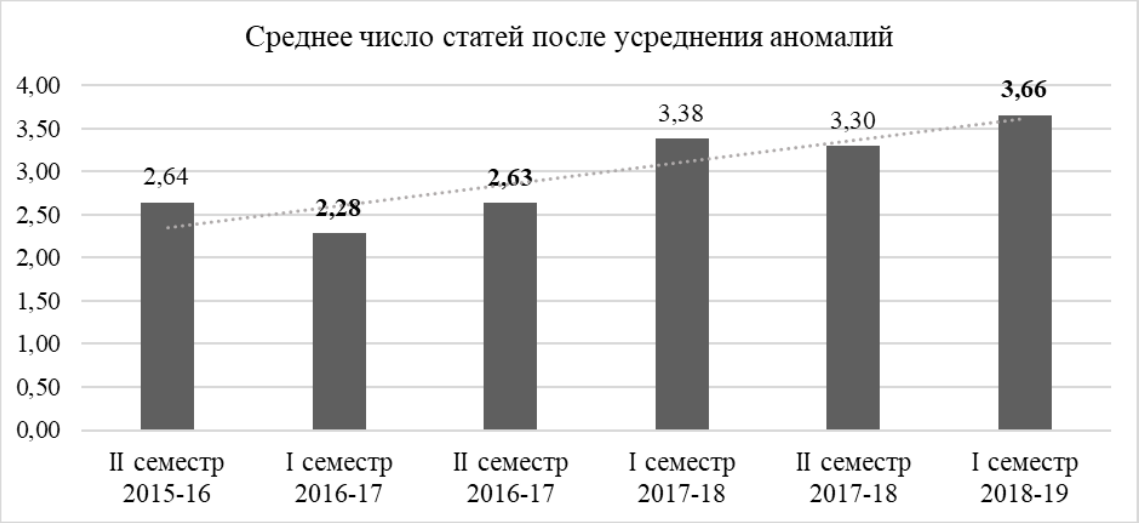

Рисунок 2 – Среднее число статей стипендиатов по итогам семестров после усреднения аномалий

	I семестр 2016-17	II семестр 2016-17	I семестр 2017-18	II семестр 2017-18	I семестр 2018-19
Размер ПАС	110,43%	63,89%	123,48%	95,07%	177,78%
Среднее число статей с усредненными аномалиями	86,35%	115,32%	128,41%	97,65%	110,76%

Рисунок 3 – Итоги конкурса на получение ПГАС (% к предыдущему семестру)

На графике видно отсутствие корреляции двух величин, что позволяет предположить независимость динамики студенческих публикаций и размера выплат. Среднее количество публикаций стипендиатов растет вне зависимости от уменьшения или увеличения стипендии.

Далее необходимо рассмотреть, в каких журналах публикуют свои научные работы стипендиаты. Котляров И. Д. в своем исследовании «Бизнес-модели научных журналов и проблемы платных публикаций» выделяет три основные модели ведения хозяйственной деятельности в сфере издания научных журналов:

Модель А. Финансирование за счет доходов от продажи журнала (финансирование за счет читателя);

Модель В. Финансирование за счет автора;

B1. Авторы оплачивают услугу по распространению информации о своих научных результатах;

B2. Автор оплачивает услугу по публикации своей статьи;

Модель С. Некоммерческая модель – издание журнала финансируется внешними или внутренними спонсорами [2].

Авторы данной работы усреднили аномалии и распределили среднее число публикаций научных статей стипендиатов СЗИУ, согласно классификации, предложенной Котляровым И. Д. (рисунок 4).

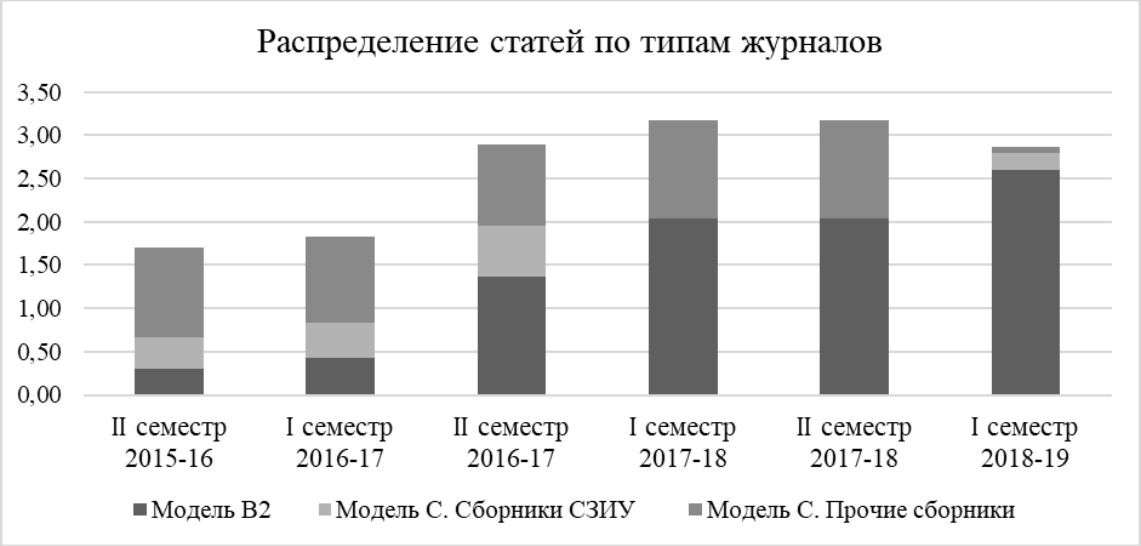

Рисунок 4 – Распределение статей стипендиатов по типам журналов

Котляров И.Д. считает, что издания, работающие по модели B2, пагубно влияют на развитие всей российской науки. Авторы данного исследования не столь категоричны, однако они убеждены, что подобная ситуация неприемлема для такого научного центра, как Северо-Западный институт управления. Тренд на распространение платных периодических журналов в полной мере затронул студенческую научную среду СЗИУ, и сейчас необходимо принимать меры по устранению данной проблемы.

По мнению авторов, необходимо:

1. Создать «Периодический сборник студенческих научных работ» на базе Северо-Западного института управления. Для этого сборника четко определить алгоритм публикации. Утвердить даты выхода сборника в течение года.

2. Определить «Перечень рекомендованных научных журналов и сборников», работающих по моделям A, B1 и C (в том числе прочие издания СЗИУ). Предоставить в информационных ресурсах института всю необходимую информацию.

3. Закрепить приоритет «Периодического сборника студенческих научных работ» и «Перечня рекомендованных научных журналов и сборников» над прочими сборниками при участии студентов в конкурсе на получение ПГАС.

Список литературы

1. Плещенко В.И. О плагиате в научных публикациях и выпускных работах // Высшее образование в России. – 2018. – №8-9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/o-plagiate-v-nauchnyh-publikatsiyah-i-vypusknyh-rabotah (дата обращения 03.04.2019).

2. Котляров И.Д. Бизнес-модели научных журналов и проблема платных публикаций // Экономика образования. – 2009. – №4-2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-modeli-nauchnyh-zhurnalov-i-problema-platnyh-publikatsiy (дата обращения 03.04.2019).

УДК 300.07:10

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ НА ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ МЕНЕДЖЕРА: АКТУАЛЬНЫЙ СРЕЗ

Абдыкеримова Дина Арстанбековна,

магистр экономики, аспирантка БГУ, преподаватель Международного Университета Кыргызстана, Бишкек, Кыргызстан

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются вопросы, связанные со становлением и развитием личности в современном обществе и влияние социальной среды на коммуникативную компетентность менеджера.

Ключевые слова: среда; социальная среда; личность; индивид; человек; индивидуальность; общество; коллектив.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL ENVIRONMENT ON THE COMMUNICATIVE COMPETENCE OF THE MANAGER: ACTUAL VIEW

Abdykerimova D.A.,

Master of MBA, graduate student, Lecturer of International University of Kyrgyzstan, Bishkek, Kyrgyzstan

ABSTRACT

The article deals with issues related to the formation and development of the individual in modern society, showing the important role of social environment on the communicative competence of technosphere safety specialist.

Keywords: Environment; social environment; personality; individual; person; personality; society; personality; team.

Комплекс научных знаний, богатый жизненный опыт, мотивы своих поступков менеджер черпает из непосредственного источника, которым выступает социальная среда. Современная наука рассматривает социальную среду с различных точек зрения. Социальная среда зависит от типа общественно-экономических формаций, от классовой и национальной принадлежности, от внутриклассовых различий определенных слоев, от бытовых и профессиональных отличий. На первый план выдвигаются те объективно существующие в обществе возможности, которые позволяют проявить себя индивидууму как личности. Содержание этого воздействия заключается в том, что реализация прав, свобод и обязанностей менеджер должен происходить на основе сочетания интересов всего общества в целом и каждой личности в отдельности. Это возможно только в том обществе, где свободное развитие каждого является условием свободного развития всех. Кроме государственно-общественной среды, следует выделить и микросреду, куда входят отношения, возникающие в малой социальной группе, в трудовом коллективе, членом которого является менеджер. Социальная среда представляет собой совокупность материальных, экономических, социальных, политических и духовных условий существования, формирования и деятельности индивидов и социальных групп. Различают: макросреду - социально-экономическую систему в целом; микросреду - непосредственное социальное окружение.

Вопросы устройства общества и формирования личности жёстко связаны. Сложная ситуация современного социума, изменения в материальной и духовной жизни человека требуют переосмысления многих философских категорий, в том числе коммуникативных способностей специалиста. Человек оказался лишенным как установок официальной идео-

логии, так и нравственно-ценностного контекста. Образовавшийся «вакуум» в духовном развитии общества постепенно заполняется новыми ценностями и приоритетами. Сегодня в Кыргызской Республике, как и во многих других странах, вставших на путь рыночного развития, «во всех сферах деятельности господствует идеология «денег», где материальные блага доминируют над духовно-нравственными ценностями, которые закладываются в каждом человеке с его рождения» [1, с 2].

В этих условиях резко повышается актуальность анализа коммуникативных способностей менеджера. С трансформацией политической системы создались новые условия политической жизни, в результате чего расширилось поле деятельности для развития коммуникативных способностей личности. Коммуникативные способности личности - это важнейший фактор меж индивидуального взаимодействия, что делает его одним из ключевых элементов теории коммуникативного действия. В профессиональной деятельности менеджера имеются следующие противоречия:

1. между объективными, все возрастающими требованиями практики к личности специалиста и отсутствием целостной теории, раскрывающей сущностные признаки феномена его личностно-профессионального развития в современных условиях в Кыргызстане;

2. между повышением уровня неопределенности и риска в профессиональной деятельности менеджера, возникшим обострением проблемы повышения коммуникативной компетенции.

Механизмом, посредством которого должны осуществляться изменения в обществе, является социальная политика государства, обусловливающая реализацию объективных возможностей экономического, политического и духовного потенциала общества, а пирамида причинно-следственных связей может включать в себя все уровни: от индивида до общечеловеческого или планетарного масштаба.

Важную роль в современной действительности играют социально-экологические проблемы их значимость определяется негативными последствиями трудно контролируемого развития техногенных процессов. «Сегодня она имеет массу проблем организационного, материального, идеологического характера» [2, с 1].

Восстановление общенациональной самоидентификации возможно только на основе базовых ценностей и жизненно важных традиций кыргызской национальной культуры. Восстановление традиционной духовности и культуры возвращает народ к своим национальным архетипам. Воспитание бережливого отношения к национальному природному достоянию как родной среде обитания; мобилизация общественного мнения для противостояния гибельным тенденциям потребительской цивилизации, разрушительным действиям властных и хозяйственных структур. Формирования нового поколения специалистов Кыргызстана - свободного и ответственного, динамичного и духовного, глобально мыслящего и патриотически ориентированного. Решение перечисленных проблем подводит к формированию национальной идеи и в современных условиях должна быть ориентирована на государственную программу «Жаны доорго–кырк кадам», в систему государственного управления «Элиме кызмат». Каждый шаг призван обеспечить конкретные решения существующих проблем в экономике и обществе Кыргызстана.

«Необходимо использовать новую социологическую категорию – информационно-коммуникационное пространство» [3, с 1].

В зависимости от того, какие детерминирующие факторы (стрессоустойчивость, способность доминировать, стремление к победе, уверенность в себе, креативность, эмоциональная уравновешенность, ответственность, предприимчивость, надежность, независимость, общительность) доминируют в развитии коммуникативных способностей менеджера, можно выделить две концепции: биологизаторскую и социологизаторскую. Однако выделение и обоснование соответствующих детерминант (природных или социальных) от-

нюдь не означает противопоставление одной концепции другой. С нашей точки зрения, они взаимообусловливают и взаимодополняют друг друга.

Представители биологизаторской теории базируются на функционально-генетическом подходе. Они полагают, что коммуникативные способности субъекта детерминируются его «генным снаряжением». Однако некоторые из них допускают их дальнейшее изменение под воздействием внешних условий.

Социологизаторская концепция развития способностей основывается на личностно-деятельностном подходе. Представители этой теории придерживаются того мнения, что коммуникативные способности индивида в большей мере определяются социальными условиями жизни самого индивида, и что генетическая программа играет второстепенную или же вспомогательную роль в их развитии.

Взгляды представителей немецкой классической философии, а также их преемников можно рассматривать в виде отдельной концепции, так как они перенесли рассмотрение проблемы способностей в гносеологическую плоскость, развивая при этом идею активного характера человеческого познания и деятельности по преобразованию самого себя. Исходя из вышеизложенных концепций развития способностей коммуникативной способности менеджера, возможно принять следующую методологическую посылку: коммуникативные способности менеджера формируются и разбиваются в процессе его жизни в обществе, однако предпосылки этих способностей являются биологически обусловленными.

Таким образом, в соответствии с требованиями того или иного периода в развитии общества, коммуникативная деятельность видоизменяется, что, в свою очередь, обусловливает новые тенденции в развитии коммуникативных способностей личности. При этом определяющими для коммуникативной личности являются характеристики, которые составляют три основных параметра: мотивационный, когнитивный и функциональный. Коммуникативные способности - это все указанные параметры, которые должны иметь определенный импульс к развитию.

Коммуникативная способность менеджера связана не только с широким кругозором во внешней и внутренней социальными средами, но и владением социально-коммуникационными технологиями, позволяющими выйти на уровень управления этими средами. Другим важнейшим направлением, также связанным с повышением уровня профессионализма специалиста, является становление и совершенствование профессионально-образовательных, деловых, коммуникационных знаний и умений.

Таким образом, можно утверждать, что проблема изучения социальной среды является важной и актуальной, и заслуживает пристального внимания. Сама же социальная среда представляет собой сложную систему факторов, оказывающих влияние на формирование личности, ее предпочтения и поведение. В свою очередь, влияя на личность, среда сама претерпевает ее творческое воздействие, т. е прослеживается взаимосвязь и взаимообусловленность. «Личность-творец и социальная среда находятся в состоянии диалектической взаимозависимости: как социальная среда оказывает влияние на личность, так и личность формирует соответствующую социальную среду» [4,с 389]. Личность формируется в социальной среде. Методологический принцип, сформулированный Карлом Марксом, подчеркивает, что среда человека – это особый социальный мир, «вторая природа», являющаяся «продуктом промышленности и общественного состояния», результатом деятельности целого ряда поколений людей [5, с 42]. Человек не пассивный «объект» в руках мистических обстоятельств, он сам активный субъект изменения условий своей жизни; связь человека со средой осуществляется посредством деятельности. Обстоятельства, в которых действуют люди, сотворены самими людьми и, в свою очередь, выступают по отношению к ним как объективные условия их существования и развития.

Мир меняется так быстро, информация устаревает с такой скоростью, что существует необходимость повышения уровня коммуникативных способностей менеджера. Такие специфические качества, как коммуникабельность, наличие коммуникативного потенциала или коммуникативная толерантность влияют на эффективность профессиональной деятельности менеджера в Кыргызстане.

Список литературы

1. Нормативные правовые акты /Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы культуры до 2020 года/утверждено постановлением Правительства КР от 27 октября 2015 года № 736.
2. Конституция КР. закон КР от 28 декабря 2016 года № 218/ статья №9 «40 шагов на пути к процветанию». Программа Правительства от 19.09.2017 "СК".
3. Невоструева А.Ф. Актуализирующая роль информационно-коммуникационного пространства в социальных процессах современного общества. – Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2016. – 389 с.
4. Маркс К., Энгельс Ф. Соч., т. 3, стр. 38, 41-44.

УДК 331.446

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Каршева Ксения Олеговна,
магистр, ИТМО, г. Санкт-Петербург
Резниченко Роман Олегович,
проект-менеджер научно образовательного курса «Азбука химии», г. Тараз, Казахстан

АННОТАЦИЯ

В представленной работе рассматриваются актуальные проблемы современного менеджмента в сфере построения эффективных коммуникационных систем для улучшения производственных процессов и исключения возможности дублирования выполненных работ и размытия сферы ответственности. Изучаются мероприятия, позволяющие повысить уровень взаимопонимания между сотрудниками, управляющим персоналом и сотрудниками и непосредственно самими руководством.

Ключевые слова: коммуникации; управление персоналом; взаимопонимания.

ACTUAL PROBLEMS OF EFFECTIVE COMMUNICATIONS IN THE SYSTEM OF MODERN MANAGEMENT

Karsheva K. O.,
Master student, ITMO, St. Petersburg
Reznichenko R. O.,
Project manager of the scientific educational course "ABC Chemistry", Taraz, Kazakhstan

ABSTRACT

The presented work examines current problems of modern management in the field of building effective communication systems to improve production processes and eliminate the possibility of duplication of work performed and blurring the area of responsibility. We study the activities that allow to increase the level of understanding between employees, personnel managers and employees, and directly by the management.

Keywords: communication; personnel management; mutual understanding.

Одной из наиболее популярных проблем современного менеджмента является проблема эффективной коммуникации непосредственно между сотрудниками, сотрудниками и руководством, управляющим персоналам. Коммуникации представляют собой одну из важнейших частей построения жизни организации и оказывают значительное влияние на формирование эффективных групп и команд, перспективности выполнения поставленных задач. Эффективный обмен информацией, на наш взгляд составляет важнейшую часть практически всех управленческих процессов. Поэтому совершенно не удивительно, то что менеджеры во всех странах тратят огромное количество времени на построение эффективной системы коммуникаций. Система коммуникаций состоит из ряда определенных этапов необходимых для передачи мыслей, идей, задач от одного лица команде исполнительней, при этом стоит отметить что передаваемая информация должна быть понятна для потенциальных исполнителей тех или иных задач. Зачастую из-за самых банальных непониманий происходят неисправимые ошибки, которые в свою очередь могут приводить к огромным потерям на производственных предприятиях. Даже в наше время существует огромное количество предприятий, которые так и не отошли от применения административно-командной системы при которой непосредственно от руководства приказы поступали к следующему уровню управления таким образом непосредственно одно из указаний могло проходить от 2 – 3 промежуточных руководителей, при этом указания не принято обсуждать уточнять, а уж тем более вносить в него собственные поправки и предложения, инициативность могла быть даже наказуема, а самые сообразительные работники могли остаться так и не замеченными своим руководством. Но стоит отметить также благоприятную тенденцию применения другой системы коммуникаций, где руководители предпочитают дугой подход к построению коммуникаций с работниками и готовы выслушивать предложения. Инициативность теперь становится поощряемой.

Для построения более эффективной системы коммуникаций на современных предприятиях проводятся различного рода сессии, собрания, конференции круглые столы, на данного рода мероприятиях каждый сотрудник получает возможность уточнить, откорректировать или предложить более эффективный метод выполнения работы. Выслушиваются пожелания или предложения сотрудников. Так же применяются системы поощрения инициативности от моральных до материальных поощрений. Так же для улучшения внутренних коммуникаций эффективно использовать различного рода командообразующие мероприятия, позволяющие налаживать контакты как между сотрудниками, так и между сотрудниками и управленцами. Эффективная коммуникация требует от каждого участника определенного уровня знаний и умений, а также уровня взаимопонимания. В процессе проведения командообразующих мероприятий сотрудники на простых примерах понимают всю необходимость выстраивания эффективных коммуникаций. В итоге применения методик и систем командообразования для создания комфортных коммуникаций приводит к успешному развитию компании с развитой корпоративной культурой и высоким уровнем взаимопонимания.

Список литературы

1. Хохлова Т.П. Основы менеджмента: Учебник и учебное пособие в схемах. – М.: Экономистъ, 2008. – 414с.

2. Спивак В.А. Организационное поведение: Учебник для вузов. – М.: ЭКСМО, 2007. – 640 с.

3. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации: Учебное пособие. - 2-е изд., М.: Издательство «Финпресс», 2003. – 304 с.

4. Борисова В.А. Эффективные коммуникации в бизнесе: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.

УДК 005

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИК ГЕНЕРИРОВАНИЯ ИДЕЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ РЕИНЖИНИРИНГА НА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Каршева Ксения Олеговна,
магистр, ИТМО, г. Санкт-Петербург
Резниченко Роман Олегович,
проект-менеджер научно образовательного курса «Азбука химии», г. Тараз, Казахстан

АННОТАЦИЯ

В представленной работе рассматриваются возможные источники генерирования идей для совершенствования продукта и производственного процесса. В любой среде производства существует огромное количество неиспользуемых резервов. Для того чтобы повысить эффективность производственного процесса, необходимо применить методики генерирования и поиска идей, позволяющих расширить использование скрытых резервов предприятия и исключить несовершенство управленческого подхода.

Ключевые слова: генерирование идей; скрытый потенциал; реинжиниринг.

POSSIBILITY OF APPLICATION OF GENERATION METHODS FOR CARRYING OUT REENGINEERING AT MANUFACTURING ENTERPRISES

Karsheva K.O.,
Master student, ITMO, St. Petersburg
Reznichenko R. O.,
Project manager of the scientific educational course "ABC Chemistry", Taraz, Kazakhstan

ABSTRACT

The present paper discusses possible sources of ideas for improving the product and the production process. In any production environment there is a huge amount of unused reserves. In order to increase the efficiency of the production process, it is necessary to apply the methods of generating and searching for ideas, which allow to expand the use of the hidden reserves of the enterprise and eliminate the imperfection of the management approach.

Keywords: generation of ideas; hidden potential; efficiency, reengineering.

На сегодняшний день огромной востребованностью и популярностью пользуются инновационные продукты, инновационные процессы, инновационные технологии и прочее. С чего начинается инновация, с идеи ответим мы, не задумываясь, хорошая идея может создать или разрушить проект. Всего одна идея, внедренная в производственный процесс может в разы снизить себестоимость продукта, оптимизировать технологический процесс, занять новую нишу на рынке.

Скорость исчерпания инновационных идей очень велика. В современных реалиях умение гарнировать идеи, пожалуй, самое важное и необходимое. Ведь за последние годы искусственный интеллект добивается огромных успехов в сфере обработки данных, но в возможности генерирования идей практических сдвигов не наблюдалось. До сегодняшнего дня это остается преимуществом человечества, и мы должны уметь пользоваться этим.

Многие предприятия не пользуются уникальной возможностью получать инновационные идеи и перспективные решения посредством использования возможностей задействованного в рабочем процессе персонала.

Анализ данных из доступных источников показывает, что самых популярные источники идей это: анализ спроса потребителей, материалы отраслевых семинаров, торговые ярмарки, информация о новых патентах, брокеры идей, индивидуальные изобретатели, университетские профессора и исследователи. Безусловно каждый представленный источник обладает своей ценностью, но стоит обратить внимание на то, что все вышеперечисленные источники –внешние. В предложенных источниках идей для производственных предприятий не упоминается о возможности генерирования идей внутри самого предприятия вовлекая в деятельность непосредственно коллектив. Таким образом можно сделать выводы что до сегодняшнего дня в большинстве случаев инновационные идеи генерируются за пределами предприятия, ведь вполне вероятно, что каждый сотрудник в течении своей службы на предприятии имеет идею для оптимизации имеющихся технологий или для создания нового продукта. Сотрудники предприятия зачастую могут более ясно видеть не совершенства производства или недостатки продукта, что позволяет им формировать идеи необходимые предприятию, но зачастую эти идеи остаются не услышанными.

В 2015 году на Волгоградском предприятии «Северсталь- Метиз» был проведен ряд сессий с применением методик мозгового штурма для поиска новых технологических решений. Сессии проводились в структурных подразделениях предприятия за период проведения мозговых штурмов было выдвинуто 300 идей из них 82 предложения были приняты во внимания и переданы для рассмотрения в управление. Все 82 идеи были одобрены и допущены до реализации. По итогам 2016 года удалось снизить затраты производства на 1%.

Использование методики на предприятиях позволяет задействовать внутренние ресурсы генерирования идей. Появляется возможность расширить использование скрытых резервов предприятия. Проводя сессии на регулярной основе можно добиться больших результатов по улучшению работы предприятия, так как служащие предприятия будут иметь возможность представить свою идеи в комфортной среде не получив отрицательных, негативных комментариев. Кроме того, по итогам проведения сессии авторы лучших идей могут получить обратную связь и принять участие в реализации выдвинутой идеи.

Список литературы

1. Лесков С.Л. Мозговой штурм. – М.: Издательство МГУ, 2012. – 636 с.
2. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение. – СПб.: Питер, 2015. – 348 с.

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ГЕОЛОГОРАЗВЕДОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОГО КОМПЛЕКСА

Смолякова София Евгеньевна,
студент Горного Университета, г. Санкт-Петербург
Соломащенко Артём Игоревич,
студент Горного Университета, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Сформулированы проблемы управления предприятием минерально-сырьевого комплекса. Найдены пути решения данных проблем, рассмотренные на конкретных примерах.

Ключевые слова: правовая составляющая; налоговые ставки; лицензии; прибыль.

THE PROBLEM OF MANAGEMENT OF THE GEOLOGICAL RESEARCH ACTIVITY AT THE ENTERPRISES OF THE MINERAL AND RAW MATERIAL COMPLEX

Smolyakova S.E.,
Student of the Mining University, St. Petersburg
Solomoschenko A.I.,
Student of the Mining University, St. Petersburg

ABSTRACT

Problems of managing the mineral-commodity complex are formulated.

Ways of these problems solution are found. The problems are considered on concrete (specific) examples.

Keywords: law component; taxes; license; profit.

Геологоразведка является основой комплексного геологического изучения недр, занимающаяся выявлением новых перспективных территорий, открытием месторождений, их оценкой и подготовкой к разработке, рассчитывающая возможность и целесообразность добычи минерального сырья.

Минерально-сырьевая база представляет собой совокупность уже разведанных и оценённых запасов полезных ископаемых, а также локализованных и прогнозных ресурсов. Недостаточные объемы регионального геологического изучения недр территории Российской Федерации и ее континентального шельфа оказывает острое влияние на истощение минерально-сырьевой базы в районах градообразующих предприятий и геополитически значимых регионах России. Из-за сокращения бюджетного финансирования работ по геологическому изучению недр, с 1990 года разведка новых рентабельных месторождений практически не ведётся, а по последним оценкам специалистов, за все время существования России, геологоразведочные работы были проведены лишь на 50% территории страны.

В данной статье мы затронем проблемы, как нам кажется, оказывающие наиболее острое влияние на геологоразведочную деятельность минерально-сырьевого комплекса.

Первостепенной, и до сих пор нерешенной, проблемой является правовая составляющая геологоразведки. Для ее рассмотрения нам понадобится:

– Федеральный Закон о недрах;
– Конституция.

В Федеральном Законе о недрах можно увидеть следующие выписки: «Недра являются частью земной коры, расположенной ниже почвенного слоя, а при его отсутствии - ниже земной поверхности и дна водоемов и водотоков, простирающейся до глубин, доступных для геологического изучения и освоения. Закон регулирует отношения, возникающие в области геологического изучения, использования и охраны недр, использования отходов добычи полезных ископаемых и связанных с ней перерабатывающих производств, специфических минеральных ресурсов (рапы лиманов и озер, торфа, сапропеля и других), подземных вод, включая попутные воды (воды, извлеченные из недр вместе с углеводородным сырьем), и вод, использованных пользователями недр для собственных производственных и технологических нужд. Настоящий Закон содержит правовые и экономические основы комплексного рационального использования и охраны недр, обеспечивает защиту интересов государства и граждан Российской Федерации, а также прав пользователей недр» [1].

Для начала обратимся к основному закону нашего государства, то есть к Конституции. В 9 статье наблюдаются следующие положения:

«1. Земля и другие природные ресурсы используются и охраняются в Российской Федерации как основа жизни и деятельности народов, проживающих на соответствующей территории.

2. Земля и другие природные ресурсы могут находиться в частной, государственной, муниципальной и иных формах собственности» [2].

При этом статья 1.2 Федерального закона о недрах гласит: «Недра в границах территории Российской Федерации, включая подземное пространство и содержащиеся в недрах полезные ископаемые, энергетические и иные ресурсы, являются государственной собственностью. Вопросы владения, пользования и распоряжения недрами находятся в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации» [3].

Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод о том, что Конституция и Федеральный закон противоречат друг другу, точнее Закон РФ ограничивает Конституцию. Очевидно, что при управлении геологоразведочной деятельностью на предприятиях минерально-сырьевого комплекса предприниматель столкнется с проблемой разведки месторождения, о котором не известно Роснедрам. А именно, приобретя у Минприроды лицензию на разведку определенного участка местности, и разведав его, могут возникнуть предположения, что вблизи данного участка есть еще один с теми же ископаемыми, что и на первом. Соответственно, если начнется разведка нелицензированного участка, будет нарушена Конституция РФ. В другом случае, если при дальнейшей разведке, на собственные средства предпринимателя, станет известно, что там находятся полезные ископаемые, следует сообщить об этом Росгеологии, которая в свою очередь сообщает об этом следующим органам. Далее происходит следующее: если Минприроды позволяет вести там поисковые работы по добыче, начинается аукцион на данное месторождение. Может возникнуть такая ситуация: разведку произвела одна компания произвела разведку на собственные средства, а аукцион на месторождение выиграла совершенно другая. Таковы последствия противоречий между Законом о недрах и Конституцией.

Подобная проблема возникает и с налогами, точнее с распределением ставок на налогообложение. У крупных предприятий, таких как «Газпром» и «АЛРОСА» пониженная ставка налога на прибыль, а у частных компаний, занимающихся разведкой небольших месторождений, разработка которых непосредственно связана с высокими производственными и эксплуатационными затратами, ставка обычная. Государство никак не поощряет стремления геологов разведать новые месторождения. При добыче всех полезных ископаемых из небольшого на первый взгляд месторождения, которое по итогу может оказаться вполне рентабельным, компании из-за высокой налоговой ставки могут не получить заслуженную прибыль [4].

Введение государством понижающего коэффициента для частных компаний, открытие доступа к архивным данным раннее разведанных месторождений, которые смогут снизить стоимость разведочных работ на 40-70%, вовлечет в разработку и эксплуатацию мелкие месторождения и сможет обеспечить дополнительную добычу минерального сырья, соответственно и дополнительные налоговые поступления.

Список литературы

1. Федеральный закон от 21 февраля 1992 года №2395-1 (ред. от 03.08.2018) «О недрах».

2. Конституция Российской Федерации» (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ) // «Собрание законодательства РФ». – № 237. – 25 декабря 1993 года. – Ст.9.

3. Федеральный закон от 21 февраля 1992 года №2395-1 (ред. от 03.08.2018) «О недрах». – Ст.1.2.

4. Бобылев Ю.Н., Турунцева М.Ю. Налогообложение минерально-сырьевого сектора экономики // Научные труды №104Р. – 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.iep.ru/files/text/working_papers/140.pdf (дата обращения 01.04.2019).

УДК 368.95

СТРАХОВОЙ МЕХАНИЗМ ЗАЩИТЫ БЕЗРАБОТНОГО НАСЕЛЕНИЯ И ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН)

Магомедова Наида Юсуповна,

студент Дагестанского государственного университета, Махачкала

Филина Марина Алияровна,

научный руководитель, к.э.н., доцент кафедры «Финансы и кредит», Дагестанского государственного университета, Махачкала

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается одно из направлений государственной политики, которым является защита населения от безработицы, реализующееся посредством социального страхования от безработицы. Автором даются оценка и выводы по поводу эффективности его механизма в современных условиях.

Ключевые слова: безработица; социальное страхование от безработицы; пособие по безработице; прожиточный минимум; МРОТ.

INSURANCE MECHANISM FOR THE PROTECTION OF THE UNEMPLOYED AND ITS EFFECTIVENESS (ON THE EXAMPLE OF REPUBLIC OF DAGESTAN)

Magomedova N.Y.,

Student, Dagestan State University, Makhachkala

Filina M.A.,

Supervisor, PhD in Economics, associate Professor of "Finance and credit», Dagestan State University, Makhachkala

ABSTRACT

The article deals with one of the directions of state policy, which is the protection of the population from unemployment, implemented through social insurance against unemployment. The author gives an assessment and conclusions about the effectiveness of its mechanism in modern conditions.

Keywords: unemployment; social insurance against unemployment; unemployment benefits; subsistence minimum; minimum wage.

В России уже не первый год проблема безработицы стоит достаточно остро, чем обусловлено ее многолетнее изучение, исследование и поиск решения. Согласно ст. 7 Конституции РФ Россия является социальным государством, политика которого направлена на создание условий, обеспечивающих достойную жизнь и свободное развитие человека [1]. Следовательно, одним из важных направлений государственной политики является защита населения от безработицы.

Безработица представляет собой такое «социально-экономическое явление, при котором часть активного населения не имеет возможности в полной мере реализовать свои ум-

ственные и физические способности в процессе производства товаров и услуг» [2]. Как правило, безработица приводит к таким негативным последствиям, например, как:

– спад рабочей активности;
– падение уровня жизни населения;
– недостаточное производство национального дохода;
– уменьшение объема налоговых поступлений в бюджет государства.

Всё это, соответственно, приводит к снижению темпов экономического роста, а также к политическим и социальным переменам в обществе.

Одним из предлагаемых аспектов решения государством этой проблемы является страхование по безработице – форма социальной защиты экономически активного населения от риска потери работы, которая основывается на принципе нежесткой эквивалентности. Этот вид социальной поддержки безработных был введен еще в СССР в 20-е гг. В последующем, когда в стране развернулись стройки первой пятилетки, потребовавшие большое количество рабочей силы, безработица была ликвидирована. В 1930 году была закрыта последняя биржа труда, с ее закрытием прекратили и выплату пособий. При переходе в 90-е годы российского общества к рыночной экономике предложения рабочей силы превышали их спрос и возможность трудоустройства граждан, в стране вновь встала проблема занятости, и вновь были введены пособия как форма социальной поддержки безработных [3].

В Конституции РФ, в частности в ст.33, указано, что в течение первых 12 месяцев, предшествовавших началу безработицы, выплата пособия гражданам, проработавшим не менее 26 недель, начисляется:

в первые 3 месяца – в размере 75% среднемесячного заработка (денежного содержания, довольствия), исчисленного за последние три месяца по последнему месту работы (службы);

в следующие 3 месяца – в размере 60% указанного заработка.

При этом размер пособия по безработице не может быть выше максимальной величины пособия по безработице и ниже минимальной величины пособия по безработице, увеличенных на размер районного коэффициента [9].

Источником финансирования этих выплат и мероприятий по содействию занятости населения является федеральный бюджет.

Чтобы мы смогли проанализировать, насколько эффективно функционирует данный страховой механизм в условиях рыночного хозяйствования, приведем для начала фактические данные о количестве безработных в Республике Дагестан в 2017-2018 гг.

Таблица 1

Численность рабочей силы, занятых и безработных в Республике Дагестан (тыс. человек)

	Рабочая сила	в том числе		Уровень участия рабочей силы, %	Уровень занятости, %	Уровень безработицы, %
		занятые	безработные			
2017 I квартал (в среднем за месяц)	1366,4	1195,2	171,2	60,1	52,6	12,5
IIквартал (в среднем за месяц)	1356,7	1190,5	166,1	59,7	52,4	12,2

IIIквартал (в среднем за месяц)	1363,4	1211,5	151,9	60,0	53,3	11,1
IVквартал (в среднем за месяц)	1363,7	1199,0	164,7	60,0	52,8	12,1
год (в среднем за месяц)	1362,5	1199,1	163,5	60,0	52,8	12,0
2018 I квартал (в среднем за месяц)	1376,8	1211,4	165,4	60,1	52,9	12,0
IIквартал (в среднем за месяц)	1388,2	1235,5	152,7	60,6	53,9	11,0
IIIквартал (в среднем за месяц)	1388,5	1242,2	146,2	60,6	54,2	10,5
IVквартал (в среднем за месяц)	1387,8	1212,2	175,6	60,6	52,9	12,7
год (в среднем за месяц)	1385,3	1225,3	160,0	60,5	53,5	11,6

Источник: [4]

Если взять во внимание тот факт, что средний уровень безработицы по России составляет примерно 5 %, а, исходя из данных таблицы 1, в Дагестане этот показатель колеблется в пределах 11-12 %, то мы в таком случае можем утверждать о высоком уровне безработицы в РД. Это явление требует большого внимания со стороны государства, функционирования страхового механизма защиты безработного населения, об уровне эффективности которого мы сможем говорить после сопоставления и анализа размеров пособий по безработице, МРОТ и прожиточного минимума.

Таблица 2

Размеры пособий по безработице, МРОТ и прожиточному минимуму по Республике Дагестан на 2019 г. (рублей)

Показатели	Размеры
Пособия по безработице	1500 - для всех категорий граждан 11280 - для граждан предпенсионного возраста; 8000 - для иных категорий граждан
Минимальный размер оплаты труда (МРОТ)	11280
Прожиточный минимум	9315 – для всех категорий граждан 9604 – для работающих граждан 7399 – для пенсионеров

*Составлено авторами. Источник: [5-7]

По таблице 2 мы можем сделать вывод о том, что размер пособий по безработице не соответствует МРОТ и прожиточному минимуму, а это, в свою очередь, означает, что соци-

альное страхование как мера социальной поддержки не обеспечивает граждан достаточными денежными средствами для удовлетворения ими своих потребностей. Это свидетельствует о его неразвитости и неэффективности не только в рамках РД, но и в целом по РФ, поскольку размер пособий субъектов, как правило, исходит из их среднего размера по стране.

Таким образом, мы видим, что не всегда меры социальной поддержки, оказываемые государством, являются достаточными и эффективными. Наглядным примером является размер предоставляемых государством пособий по безработице, который ничтожно мал в сравнении с МРОТ и прожиточным минимумом. Однако если посмотреть на эту ситуацию с другой стороны, то в этом есть и свои плюсы, а именно то, что маленький размер пособий стимулирует население как можно скорее найти новое место работы, а не сидеть долгое время на иждивении государства. Возможно, именно эту цель и преследует государство, выдавая ограниченный размер пособий по безработице в рамках страхового механизма защиты безработного населения.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ).

2. Ларионова В.Ю. Безработица в России: проблемы и пути её преодоления // Аллея науки. – 2018. – 1 (17). – С. 182-185.

3. Саая С.В., Седен А.К. О. Пособие по безработице как форма социальной поддержки безработных граждан. // Современная юриспруденция: актуальные вопросы, достижения и инновации сборник статей VI Международной научно-практической конференции. – 2018. – С. 60-62.

4. Занятость и безработица в РД. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dagstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/dagstat/resources/087c540048d1e899ae80bfb3ce167dd4/Занятость+и+безработица+в+РД.DOC.htm.

5. Размеры минимальной и максимальной величин пособия по безработице. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_115258/76d57c0dcc2c1f4beffba4a83e0066a7d65292ee/.

6. Размеры минимальной заработной платы в субъектах Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291114/#dst100367.

7. Прожиточный минимум в Москве и субъектах РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://prozhitochnyj-minimum.ru.

8. Размеры пособия по безработице. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/b24bafd22f76e152581513620f9cb292a1bec63e/.

ПОЗИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ ГОРОДА НИЖНЕГО НОВГОРОДА

Овсепян Татевик Давитовна,

магистр, Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А.Добролюбова, Нижний Новгород

Чурсина Нина Федоровна

научный руководитель, к.э.н., доцент кафедры экономики, управления и информатики, Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А.Добролюбова, Нижний Новгород

АННОТАЦИЯ

В статье рассматривается основное положение международных гостиничных цепей Нижнего Новгорода, их зависимость от проведения крупных мероприятий в данном городе. Предложены рекомендации по повышению загруженности номерного фонда данных отелей. Рассмотрены требования к стратегиям развития.

Ключевые слова: гостиницы, международные гостиничные цепи, Нижний Новгород, отели, номерной фонд, загрузка, стратегия.

POSITIONAL ANALYSIS OF INTERNATIONAL HOTEL CHAINS IN NIZHNY NOVGOROD

Ovsepyan T.D.,

Master student, Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod

Chursina N.F.,

PhD in Economics, associate professor, Nizhny Novgorod State Linguistic University, Nizhny Novgorod

ABSTRACT

The article deals with the main position of international hotel chains in Nizhny Novgorod, their dependence on head events in the city. In this article are proposed recommendations for increasing the workload of the hotel rooms' capacity. Taken into account the requirements of development strategies' of the company.

Keywords: hotels; international hotel chains; Nizhny Novgorod; hotels; rooms; loading; strategy.

В наше время гостиничный бизнес является одним из самых конкурентных на российском рынке. Массовое открытие международных гостиничных сетей смогли положительно повлиять на общее развитие многих гостиничных комплексов. Из практики мы наблюдаем, что комплексам с малой эффективностью уступают и подавляются своими более эффективными конкурентами. Это и является основой для передела рынка и изменения рыночных сегментов.

Для прогнозного анализа международных гостиничных цепей Нижнего Новгорода необходимо рассмотреть их состояние и сформировать всевозможные стратегии развития потенциала для отелей города Нижний Новгород.

В 2018 году было выделено 29 млрд. руб. на развитие туризма в Нижнем Новгороде, из которых 25,5 млрд. рублей являются частными инвестициями в развитие гостиничного бизнеса. Это положительно повлияло на туристическую привлекательность города, что привело к увеличению общего туристического потока [2].

Нижний Новгород является одним из самых часто посещаемых и привлекательных городов России, как с туристической, так и с инновационной точки зрения. Благодаря инновационному интересу к городу, увеличилось количество инвестиционных проектов, что в

свою очередь положительно влияет на развитие сферы гостеприимства, в особенности гостиничного бизнеса в городе.

На данный момент Нижний Новгород готов принять гостей в 130 объектах города, вместимость которых около 4000 номеров. Можно выделить три района, которые пользуются популярностью у туристов:

– В Канавинском районе для гостей предоставлены восемнадцать отелей. Данный район также привлекателен тем, что находится в шаговой доступности к единственному в городе Железнодорожному вокзалу, что идеально подходит для гостей, посещающих город проездом.

– Нижегородский район, являющийся историческим и административным центром города, чем в свою очередь и привлекает гостей для туристических и представительских целей. Данный район является самым популярным для гостей Нижнего Новгорода, так как он удобен, не только своим расположением, но и наличием всевозможным спектром услуг.

– Советский район, близкий по расположению к историческому центру и готовый предоставить посетителям 17 гостиниц с 720 номерами.

Говоря о «звездности» гостиничного фонда в Нижнем Новгороде стоит отметить, что 7 % гостиниц имеют категорию «4 звезды», 23 % - категорию «3 звезды», 3% - категорию «2 звезды». На состояние периода до Чемпионата мира, в Нижнем Новгороде отсутствовали пятизвездочные отели, что всегда негативным образом отражалось на гостиничном имидже города. Однако было построено четыре международных отеля, один из которых имеет пять звезд и еще один, который не относится к международной сети.

С точки зрения наличия сетей и международных гостиничных цепей, Нижний Новгород отличается общим дефицитом сетевых гостиничных операторов. На данный момент в Нижнем Новгороде работают такие сетевые отели, как Mercure и Ibis, принадлежащие международной сети Accor. С недавних времен в городе начали функционировать отели таких брендов как: Marriott и Hilton.

Нижегородский гостиничный рынок характеризуется доминированием отелей категории «3 звезды».

Если рассматривать среднегодовую загруженность в отелях международных гостиничных сетей в городе, то ее можно оценить в 40%. Разумеется, во время мероприятий, загрузка в отелях поднимается до 80%,и редко когда 90% [7].

Среднее время пребывания гостей в отелях международной цепи составляет 3 дня. Средний чек за проживание в гостином номере составляет 5000 руб., 8000 руб., и 10 000 руб. соответственно.

Для обеспечения необходимого количества наполняемости гостиничных номеров международных сетей, предпринимаются попытки заключения соглашений со многими коллективными средствами размещения Нижегородской области и не только, для использования инфраструктуры и номерного фонда, как на время проведения крупных мероприятий, каковым, например, было проведение Чемпионата мира по футболу, а так и в течения года. Многие гостиницы, относящиеся к международным сетям, заключают корпоративные договоры с различными Нижегородскими компаниями и с площадками (Юпитер, Мило Концерт Холл), а также агентствами, такими как:

– Академсервис;
– Броневик;
– Zelenski Corporate Travel Solutions;
– Региональный Центр Бронирования (РЦБ).

На сегодняшний день можно прогнозировать рост инвестиций в гостиничную недвижимость города со стороны отелей международных сетей, так как город имеет высокий экономический потенциал и культурно-историческую ценность.

Отель международной цепи Sheraton Nizhny Novgorod Kremlin был построен к Чемпионату мира по футболу и имеет пять звезд. Он находится в самом центре главной пешеходной улицы города Нижний Новгород, в непосредственной близости у Кремля. Номера оснащены wi-fi, круглосуточной доставкой еды, а также всеми необходимым для удобства гостей, кроме бассейна, хотя это является одним из критериев пятизвездочного отеля. Данный отель относится к сети Marriot.

Четырёхзвёздочный Courtyard by Marriott Нижний Новгород Сити Центр также является представителем международной цепи. Он находится чуть дальше от Кремля - в 20 минутах ходьбы. А также отель Mercure относящийся к французской сети Accor, пользуется сейчас большой популярностью, за счет демократических цен, своего местоположения, он находится в самом центре города (в одной минуте от главной пешеходной улицы города, Большой Покровской), а также благодаря своей новизне (отель открылся в августе 2018 года). Своей по популярности он обязан самой сети Accor, так как имеет свою программу лояльности из-за чего многие гости города, при выборе гостиницы, на время своего проживания в Нижнем Новгороде, предпочтут остановиться в гостинице принадлежащей данной сети, если являются членами клуба Le Club AccorHotels.

Гостиничная коллекция Нижнего Новгорода пополнилась и двумя трехзвёздочными объектами. Одним из них стал отель Hampton by Hilton в историческом центре. В гостинице есть круглосуточный лобби-бар, тренажерный зал и бесплатный wi-fi.

При появлении международных отелей остальные представители рынка ожидали увеличения конкуренции, появление компаний с иностранными инвестициями. Все это привело бы к усилению гонки за гостей, расширению ассортимента предоставляемых услуг и к поиску новых путей привлечения клиентов. Отели остерегались также и демпинговой политики со стороны новых игроков. Однако, на сегодняшний день, когда прошел Чемпионат мира по футболу 2018, международные цепи отелей в Нижнем Новгороде столкнулись с той же проблемой, что и отечественные игроки рынка – отсутствие клиента и малая наполненность номерного фонда. Прогнозы в этом направления являются неутешительными, так как большого количества туристов в город в ближайшее время не планируется и единственным масштабным мероприятием в ближайшее время будет только Alfa Future People (AFP).

Участники рынка предупреждали владельцев гостиниц, что процесс «подстраивания» того или иного бизнеса под разовое мероприятие имеет значительные риски для долгосрочной перспективы. После окончания чемпионата мира от городских властей возникла необходимость инициирования новых мероприятий, которые должны бы привлечь посетителей, развитие «въездного» туризма. И, на сегодняшний день, для международных гостиничных цепей в Нижнем Новгороде огромное значение имеют проекты по увеличению туристического потока туристов, для поднятия привлекательности города, к которым относится канатная дорога, стадион, горнолыжный комплекс, «маленькая Голландия», город мастеров «Печерская слобода», а также сопутствующая инфраструктура, проведение крупных международных туристских выставок-форумов и др.

При этом для повышения экономической эффективности функционирования гостиничных международных сетей в Нижнем Новгороде последующая стратегия должна представлять собой достаточно чуткую и обоснованную программу, ориентированную на соблюдение интересов гостиницы. Целесообразно для этого рассмотреть различные подходы к порядку разработки и процессу применения стратегии формирования ресурсного потенциала гостиницы к международной гостиничной цепи.

При разработке программы стратегии формирования ресурсного потенциала международных гостиничных цепей в Нижнем Новгороде необходимо использовать данные основные пункты:

– обоснование соответствия решаемых проблем и целей стратегии в развитии ресурсного потенциала гостиницы приоритетными задачами в стратегическом развитии региона;

– проблемная ситуация для данных международных сетей должна включать в себя информацию обо всех действующих стандартах и требованиях, необходимых для предоставления гостиничных услуг гостям, а также о ситуации на рынке, которая складывается вокруг гостиничного вопроса в Нижнем Новгороде;

– ориентировочные сроки и этапы решения проблемы;

– предложение по целям и задачам программы, целевым показателям (индикаторам), которые должны оценивать процесс реализации формирования ресурсного потенциала гостиничного предприятия;

– предложение по источнику финансирования и объему в развитие ресурсного потенциала гостиничной цепи в Нижнем Новгороде;

– предварительно проанализированная оценка уровня эффективности и результативности варианта решения проблемы, который предложен;

– предложение по возможному варианту форм и методов в управлении реализацией стратегии в формирования ресурсного потенциала международной гостиничной цепи в условиях Нижнего Новгорода.

Из всего вышесказанного может быть сформирована стратегия формирования ресурсного потенциала гостиничного комплекса из сферы международной гостиничной цепи.

Список литературы

1. Артемова Е.Н. Основы гостеприимства и туризма. – Орёл: ОрёлГТУ, 2015. – 104 с.

2. Крайнова О.С., Лебедева Т.Е. Разработка и реализация целевых программ развития внутреннего и въездного туризма в нижегородской области: потенциал для формирования конкурентоспособной туристской индустрии региона // Вестник Национальной академии туризма. – 2016. – №3(31). – С.37-39.

3. Крайнова О.С., Лебедева Т.Е. Особенности государственной поддержки развития внутреннего и въездного туризма: опыт Нижегородской области // Научное обозрение. – 2015. – №7 – С. 668-670.

4. Министерство промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourismnn.ru (дата обращения 16.03.2019).

5. Портал гостиничного бизнеса ProHotel. [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: http://nnovgorod.prohotel.ru/news-215819/0/ (дата обращения 16.03.2019).

6. Информационный портал NEWSru.com. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.newsru.com/finance (дата обращения 16.03.2019).

7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области (Нижегородстат). [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://nizhstat.gks.ru/ (дата обращения 16.03.2019).

8. ФедералПресс [Электронный Ресурс]. – Режим доступа: http://fedpress.ru/news/society/news_society/nizhnii-novgorod-popal -v-pyaterku-privlekatelnykh-dlya-biznesa-gorodov (дата обращения 16.03.2019).

УДК 339

АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОЙ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ ПО БОРЬБЕ С КОРРУПЦИЕЙ И ПРАКТИКИ ЕЁ ПРИМЕНЕНИЯ

Филатова Анастасия Алексеевна,
студент СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, Санкт-Петербург
Матвеев Владимир Владимирович,
д.т.н., к.э.н., профессор ФЭФ, СЗИУ РАНХиГС при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена исследованию внутринационального зарубежного законодательства в области борьбы с коррупцией. На основании комплексного анализа нормативных правовых актов представляется необходимым сделать следующий вывод: российское антикоррупционное законодательство нуждается в совершенствовании в части криминализации уголовной ответственности юридических лиц.

Ключевые слова: антикоррупционное законодательство; состав преступления; криминализация; экстерриториальность.

ANALYSIS OF THE FOREIGN LEGISLATIVE BASE FOR COMBATING CORRUPTION AND THEIR PRACTICE OF ITS APPLICATION

Filatova A.A.,
Student of RANEPA, Saint-Petersburg
Matveev V.V.,
Doctor in Engineering, PhD in Economics, Professor of RANEPA, Saint-Petersburg State University of Economics, Saint-Petersburg

ABSTRACT

The article is devoted to the study of domestic foreign legislation in the field of combating corruption. Based on a comprehensive analysis of regulatory legal acts, it seems necessary to draw the following conclusion: Russian anti-corruption legislation needs to be improved in terms of criminalization of the criminal liability of legal entities.

Keywords: anti-corruption legislation; Corpus delicti; criminalization; extraterritoriality.

Акцентируем внимание на том, что на современном этапе борьба с коррупцией – это задача, разрешение которой выступает основой для стабильного функционирования мирового сообщества в целом. Именно для разрешения данной проблемы представляется целесообразным проанализировать внутринациональное законодательство таких зарубежных стран, как США и Великобритания.

Стоит отметить, что антикоррупционное законодательство, как элемент правовой системы государства, впервые находит свое отражение в нормативных актах США, изданных во второй половине XX века. Предметом вышеуказанных актов выступали, в первую очередь правовые нормы, регламентирующие порядок привлечения к уголовно-правовой ответственности участников организованной группы.

Считаю необходимым проанализировать содержание данного правового документа в связи с тем, что, по мнению законодателя, преступная деятельность организованной группы зачастую реализуется именно при содействии или попустительстве, осуществляемом коррумпированными должностными лицами органов государственной власти.

Рассматриваемый нормативный правовой акт получил следующее название: Закон о рэкетирских и коррумпированных организациях (RICO). Таким образом, основная цель создания вышеуказанного правового положения – это привлечение к уголовной ответственности не только исполнителей, но и руководителей преступных формирований, которые в связи с занимаемой государственной должностью, обладают полномочиями, позволяющими отдавать соответствующие распоряжения иным участникам группы. В соответствии с правовыми положениями закона к данной деятельности необходимо отнести следующее:

1. Нарушение правовых положений законов штатов, устанавливающих ответственность за осуществление азартных игр, убийство гражданина США или иностранного гражданина, вымогательство, нарушение порядка обращения с наркотическими и иными запрещенными веществами;

2. Осуществление деятельности, основная цель которой – подкуп лиц, обладающих соответствующими полномочиями;

3. Реализация деятельности, заключающейся в поделке документов краже, мошенничестве;

4. Легализация (отмывание) денежных средств и иных ценностей, добытых преступным путем;

5. Впервые регламентирована уголовная ответственность не только за осуществление террористической деятельности, но и за финансирование данного рода преступлений.

Проанализировав вышеуказанный нормативный акт, можно сделать следующий вывод: правовые положения регламентируют реализацию санкций за тридцать пять уголовных преступлений, двадцать семь из которых установлены федеральным законодательством, а восемь – нормами внутринациональных предписаний штатов.

Отметим, что основным нормативным актом, регламентирующим антикоррупционное экстерриториальное регулирование, выступает Закон об иностранной коррупции (FCPA). Руководствуясь вышеизложенным, представляется необходимым проанализировать правовые предписания внутринационального законодательства США в рассматриваемой области.

Данный правовой документ призван, в первую очередь, ввести запрет на осуществление предпринимательской деятельности, реализация которой связана с подкупом иностранных должностных лиц, уполномоченных на принятие соответствующих решений.

Кроме того, представляется необходимым акцентировать внимание на субъектах, к которым применимы санкции, установленные внутринациональным законом. Так, к вышеуказанным субъектам целесообразно отнести следующие категории физических и юридических лиц:

1. Эмитенты, к которым относятся компании, обязанность которых – соблюдение порядка ведения бухгалтерской отчетности в соответствии с правовыми предписаниями Закона о ценных бумагах и биржах;

2. Резиденты, к которым относятся компании, образованные в соответствии с правовыми предписаниями внутринациональных законов США, а также юридические лица. преимущественно осуществляющие деятельность на территории одного из штатов;

3. Граждане США и резиденты – физические лица;

4. Компании, не выступающие эмитентами и резидентами, предположительно совершающие коррупционные действия на территории США.

Стоит отметить, что на современном этапе рассматриваемый нормативный акт выступает одним из основополагающих законов, призванных регулировать основные направления антикоррупционной политики в мировом сообществе в целом. Вышеизложенное связано, в первую очередь, с экстерриториальностью применения. Так, в 2014-2016 гг. осуществлялось расследование дел данной категории, в результате которого выявлено следующее:

восемь компаний, осуществляющих деятельность, противоречащую антикоррупционному законодательству США, являлись иностранными.

Представляется необходим акцентировать внимание на том, что расследование, осуществляемое правоохранительными органами, производится не только в отношении юридических лиц, что подтверждается статистическими данными, указанными выше, но и в отношении физических лиц. Так, в 2012 году Министерство юстиции США реализовало расследование подкупа должностных лиц, обладающих соответствующими полномочиями, в государстве Габон (территориальное расположение – Африка), итогом которого является следующее: уголовно-правовые санкции применены в отношении 22 физических лиц.

Таким образом, возможность реализации правовых предписаний рассматриваемого нормативного акта в отношении физических и юридических лиц, не являющихся резидентами США, выступает гарантией законности, обеспечение которой представляется возможной посредством регламентации следующих основополагающих принципов.

Во-первых, закон регламентирует запрет совершения действий, имеющих коррупционную направленность, на территории любого государства мирового сообщества.

Отметим, что к субъектам, на которых распространяется вышеизложенное, целесообразно отнести следующих лиц: граждане и резиденты США, юридические лица, образованные на основании правовых положений внутринациональных законов, а также физические лица, занимающие определенные должности, юридические лица (дочерние предприятия), независимо от национальной принадлежности.

Сущность второго основополагающего принципа заключается в следующем: распространение правовых предписаний на эмитентов ценных.

Третий принцип находит свое отражение в том, что применение положений рассмотренного нормативного акта в отношении лиц, формально находящихся вне сферы действия внутринациональных законов США, представляется возможным в случае использования американских почтовых услуг и иных систем, функциональное назначение которых – проведение платежей, открытых в банках США.

Проанализировав вышеизложенное, представляется необходимым сделать следующий вывод: область применения вышеуказанного правового акта выходит за пределы территории США, что, безусловно, означает возможность применения закона к абсолютно любому индивиду, вне зависимости от гражданства.

Кроме того, отметим, что толкование норм внутринациональных законов выступает частью компетенции государства, издавшего правовое положение. Именно поэтому применение правовых норм осуществляется на основании законов США.

Для более полного анализа внутринациональных актов, направленных на борьбу коррупцией, представляется необходимым рассмотреть правовые положения, регламентированные Законом Великобритании "О борьбе со взяточничеством" (принят в 2010 году).

Акцентируем внимание на том, что вышеуказанный нормативный правовой акт устанавливает уголовно-правовую ответственность за следующие правонарушения:

1. Дача взятки;
2. Получение взятки;
3. Подкуп должностных лиц иностранных государств;
4. Неспособность компании предотвратить взяточничество.

На наш взгляд, необходимо рассмотреть основания уголовной ответственности, связанной с неспособностью юридического лица предотвратить взяточничество. Так, коммерческая организация совершила правонарушение в том случае, если лицо, являющееся работником структурного подразделения организации (взяткодатель) осуществляет дачу взятки другому лицу с одной из следующих целей:

1. Сохранение юридического лица, организации;
2. Приобретение или сохранение привилегий, принадлежащих юридическому лицу в целом или руководителю;

3. Подкуп должен быть совершен в отношении иностранного государственного служащего или частной коммерческой организации.

Таким образом, проанализировав данное, необходимо сделать следующий вывод: российское законодательство в области борьбы с коррупцией нуждается в совершенствовании. Для реализации вышеуказанного представляется обоснованным использование зарубежного опыта. Так, к примеру, считаю необходимым внести соответствующие поправки в УК РФ в части криминализации уголовной ответственности юридических лиц.

Список литературы

1. Конвенция ООН против транснациональной организованной преступности от 12 декабря 2000 г.; Федеральный закон о ратификации от 26 апреля 2004 г. № 26-ФЗ (Российская газета. 29.04.2004).

2. Конвенция ООН против коррупции от 9 декабря 2003 г.; Федеральный закон о ратификации от 8 марта 2006 г. № 40 – ФЗ (Российская газета. 21.03.2006).

3. Конвенция Совета Европы об уголовной ответственности за коррупцию от 27 января 1999 г. Федеральный закон о ратификации от 25 июля 2006 г. № 125 – ФЗ (Российская газета. 2006.28 июля).

4. Указ Президента Российской Федерации «Об утверждении Концепции национальной безопасности Российской Федерации» от 17 декабря 1997 г. № 1300 в ред. Указа Президента Российской Федерации от 10 января 2000 г. № 24 (СЗ. 1997. № 52. Ст. 5909).

5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г.

6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г.

7. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-Ф.

8. Указ Президента РФ «О Совете при Президенте Российской Федерации по борьбе с коррупцией» от 24 ноября 2003 г. № 1384 (Российская газета. 26.11.2003).

9. Указ Президента РФ «О Межведомственной комиссии Совета безопасности Российской Федерации по борьбе с преступностью и коррупцией» от 20 января 1993 г. № 10.

10. Указ Президента РФ «О борьбе с коррупцией в системе государственной службы» от 4 апреля 1992 г. № 361 (с изм., внесенными Указом Президента РФ от 16.11.1992 г. № 1392) (Российская газета. 7.04.1992).

11. Указ Президента РФ «Об утверждении общих принципов служебного поведения государственных служащих» от 12 августа 2002 г. № 885.

12. Федеральный закон «О ратификации Конвенции об отмывании, выявлении, изъятии и конфискации доходов от преступной деятельности» от 28 мая 2001 г. № 62-ФЗ.

13. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 7.08.2001 г. № 115-ФЗ.

14. Положение о Комитете Российской Федерации по финансовому мониторингу. Утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 2.04.2002 г. № 211.

15. Концепция национальной стратегии по противодействию легализации доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. Утв. Президентом России В.В. Путиным 11 июня 2005 г. (№ Пр-984 от 11 июня 2005).

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
ФГБОУ ВПО «РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ФАКУЛЬТЕТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС.
ЭКОСИСТЕМА ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

МАТЕРИАЛЫ
XI Международной научно-практической конференции

Том 5

Подписано в печать 23.04.2019 г. Формат 60×84 1/8. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 20,2. Уч.-изд. л. 18,9. Тираж 500 экз.
Заказ № 512

Информационный издательский учебно-научный центр
«Стратегия будущего»
191002, Санкт-Петербург, ул. Социалистическая, д. 4 литер А, пом. 2Н