



ПРОСПЕКТ СВОБОДНЫЙ-2016

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ,
АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

ЭЛЕКТРОННЫЙ СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ,
АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ
«ПРОСПЕКТ СВОБОДНЫЙ-2016»,
ПОСВЯЩЁННОЙ ГОДУ ОБРАЗОВАНИЯ
В СОДРУЖЕСТВЕ НЕЗАВИСИМЫХ ГОСУДАРСТВ

КРАСНОЯРСК, СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

15-25 АПРЕЛЯ 2016 Г.

Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГАОУ ВПО «Сибирский федеральный университет»

Сборник материалов
Международной конференции студентов,
аспирантов и молодых учёных
«Перспектив Свободный-2016»,
посвящённой Году образования
в Содружестве Независимых Государств

Красноярск, Сибирский федеральный университет, 15-25 апреля 2016 г.

Красноярск, 2016



ПЕРСПЕКТИВ СВОБОДНЫЙ-2016

МЕЖДУНАРОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ СТУДЕНТОВ, АСПИРАНТОВ И МОЛОДЫХ УЧЁНЫХ

Красноярск, Сибирский федеральный университет, 15-25 апреля 2016 г.

«Актуальные проблемы современного менеджмента»



MANAGEMENT OF KNOWLEDGE AS INSTRUMENT OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATION

Pokushko R. V., Dresvyanskii E.S., Pokushko A. E.

research supervisor: Ph.D. B.B.A., associate Professor Sokolova E. L.

Siberian federal university

Its transition to a new, innovative phase of development - "society of knowledge", based on knowledge and information technologies became the most important line of modern economy.

Bakushin A.A. in the works defines that knowledge as organized information; represents part of system or a network of the structured information, i.e. it is the systematized information intended for the solution of certain tasks or ensuring activity of the person, the organization. Artyushkin O. V. and Skibitsky E.G. note that knowledge is many-sided and difficult, being situational and abstract, hidden and obvious, widespread and individual, material and mental, developing and static, put into words and coded. Uniqueness of knowledge is that is one of the few assets which joint consumption of all organization allows to increase it, and in is disproportionate the big sizes [1].

F. Blekler classifies forms of knowledge, allocating knowledge:

- included in technologies, norms and organizational procedures;
- the organizations included in culture as the general agreements, stories of values and belief;
- included in the practical, based on activity competences on skills key members of the organization;
- understanding and cognitive skills of key members of the organization.

According to Cherepanov A.V., management of knowledge represents process or practice of creation, acquisition, mastering, distribution and use of knowledge where they wouldn't be which increases knowledge and indicators of work in the organizations.

Time of origin of the theory of management of knowledge as new direction in administrative sciences, it is necessary to consider 1993 when the first conference in Boston which is specially devoted to a perspective of management of knowledge in the organizations took place. Peculiar features of transition from the economy which is based on use of natural resources to the economy based on knowledge.

Most of the researchers [1,2,3,4,5] analyzing modern economy consider it from positions of studying of separate lines and manifestations of the formed economic system, placing emphasis on one or several of its features. Sharing Chentsova M. V. opinion that the economy of knowledge should be considered it is multidimensional, allocating its following aspects:

- post-industrial economy for which domination of a services sector over the sphere of production is characteristic;
- information economy, i.e. information (knowledge, science) play a crucial role and act as a production factor;
- innovative economy in which knowledge is represented as a basis of generation of a continuous stream of the innovations not only meeting dynamically changing requirements, but also forming new public requirements;

Considering a mnogoaspektnost of characteristics of economy of knowledge, it is noted that a necessary condition of transition to economy of new type is creation of the innovative environment, i.e. providing economic freedom; lack of bureaucratic barriers and corruption; development of small business; availability of the venture capital; loyal attitude of

society towards commercial success; security from crime and an arbitrariness of officials; existence of effective mechanisms of performance of contracts, etc. [2].

According to Arefyev A.O if some countries of the world already entered an innovative phase, others are on a preindustrial phase of development. As economies and to a level of development the states [1] differ:

- with preindustrial economy (as a rule, the countries with raw economy or its main share);
- with industrial economy;
- with post-industrial economy;
- with the mixed ways of economies;
- with innovative economy.

The leading states created conditions for a fast and effective embodiment of ideas of scientists in concrete goods. Basic researches, the increased investments into the human capital and new breakthrough technologies generated by them provide to the leading countries of the world their leadership. On a share of hi-tech sectors in the gross domestic product (GDP) the most advanced are: Republic of Korea, Sweden, Switzerland, Germany, Japan, USA, etc. On output of hi-tech production of the EU country considerably advance the USA, Russia on this indicator takes the 12th place in a world rating. On the index of human development accepted by the UN for an assessment of a level of development of the country Russia is on the 60th place in the world (Canada - on the 3rd, the USA — on the 6th) [4]. The developed countries of the world have the main share of the world human capital, and the most part of investments carry out in the human capital. It gives them decisive advantage in technological and intellectual development, and also the advancing growth of quality of life of the population [1].

Change of nature of activity of the organizations in the conditions of economy of knowledge, according to Cherepanov A.V., cause need of change of approaches to the personnel, as to a resource which provides position of the organization in the market, its competitiveness.

According to Avdeev V. V., Adizes I., T.YU. Markets, generalizing results of the analysis of a role of the personnel in the organizations which are carrying out the activity in the conditions of economy of knowledge allocate the following changes:

- as a part of the personnel of the organization three groups of employees are formed: highly qualified specialists and managers, the personnel working under the contract and so-called the "flexible labor" attracted temporarily or on part-time;
- each of groups of the personnel differs in contractual obligations before the organization, degree of an involvement into its activity and expectations, related;
- high intellectual level is required in 70% of all modern professions, and it causes change of the relation to the organization and results of work;
- there is a limited structure of "key employees" ("a professional core") which competence does the organization other than others;
- owing to distribution of information technologies the number of the personnel working at offices is reduced and, respectively, requirements to working conditions radically change;
- the certain employee isn't able to capture all mass of the available knowledge which is replenished with the increasing speed owing to what the effective solution of many practical problems is based on attraction of knowledge and experience from other areas;
- the end results of activity of the organizations depend on optimization of work of the personnel which is directly connected with clients, and the personnel participating in realization of routine business processes;



- the employees having unique knowledge have the defining impact on formation and development of rod competences of the organization and, respectively, key factors of success of the organization in the market, etc.

Many researchers [1, 2, 3, 4, 5] focus attention on the increasing role of managers in the conditions of economy of knowledge as the choice of strategy of development of the organization and implementation of strategic changes directly depend on competence as top management, and the administrative personnel of the lower hierarchical levels.

Proceeding from it, the problem of formation of model of administrative work and the role of the manager defining economic development of the organizations is staticized. The solution of this problem will be reflected in our subsequent publications.

References

1. Cherednikova L.E. Features of knowledge as scientific and technical products//Methodological and methodical problems of assimilation of knowledge: Theses and materials interhigher education institution. scientific conference. Novosibirsk: Novosib. the state. Akkad. waters. transport, 2010. p. 135 — 143.

2. Chentsova M. V. Features of formation of economy of knowledge in modern conditions yew. edging. sciences: it is protected 13.11.2008: 20.06.2008 / M. V. Chentsova. M.: Financial academy at the Government of the Russian Federation, 2008. 26 p.

3. Barysheva G. A. An innovative factor and intellectual pecypc in a dinamization of economy of Russia / under the editorship of Yu.S. Nekhoroshev. Tomsk: Izd-VOTGU, 2010.

4. Bekoyeva D. D., Zaytsev G. V. Psikhologichesky training in a control system of shots. M.: University humanitarian lyceum, 2011. 341 p.

5. Cherepanov A.V. Development of key competences of managers as factor of achievement of strategic objectives of the organization yew. Edging sciences: it is protected 13.11.2011: 20.06.2012 / Cherepanov A.V. of N: Siberian academy of finance and banking, 2011. 28 p.



ВЫХОД НА ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ С МОМЕНТА СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Андреева Т. Ю.

научный руководитель д-р экон. наук Юлдашева О. У.

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Интернационализация является одной из доминирующих тенденций современного бизнеса. Первоначально транснациональные корпорации развивались постепенно, вырастая из материнских компаний, достигших успеха на своих внутренних рынках, в крупные, зрелые предприятия, осуществляющие экспорт своих продуктов и услуг за рубеж^[1]. Такой подход является классическим и характеризуется поэтапным переносом ресурсов на рынки других стран исходя из их географической близости и схожести бизнес-среды^[2]. Стремительное развитие технологий и инноваций совместно с ростом числа людей с международным опытом ведения бизнеса способствовали возникновению другого, более «стремительного» подхода к процессу интернационализации, получившего своё распространение в конце 1980-х годов, когда большое количество стартапов стали осуществлять международную деятельность с самого начала своего существования. Литература на тему интернационализации определяет их как «рождённые глобальными» (McKinsey & Co., 1993) и «международные новые предприятия» Oviatt & McDougall, 1997)^[3]. Такие компании характеризуются как малые и средние предприятия с менее чем 500 сотрудниками и продажами менее чем 100 млн долларов в год. Как правило, они начинают экспортировать свой товар не позднее чем через 2 года после возникновения и ориентированы на развитие новых технологий и создание инновационных продуктов и услуг.

На сегодняшний день такой подход считается наиболее успешным и адаптированным к современным условиям ведения бизнеса. Тем не менее зарубежные авторы работ на тему «рождённых глобальными» выделяют большое количество проблем, существующих для компаний, решивших начать свою международную деятельность на ранних этапах своего становления. Систематизированная классификация данных проблем и создание концептуальной модели путей их решения позволили бы менеджерам таких компаний быть более осведомлёнными о возможных препятствиях и помогли бы им в выборе более успешной бизнес-стратегии.

Большое внимание проблемам интернационализации стартапов уделяется в работах таких зарубежных авторов, как Rennie (1993), Oviatt & McDougall (1994), Madsen & Servais (1997), Moen (2002), Penrose (1959), Johnson & Vahlne (1977) и Luostarinen & Gabrielsson (2002). Подробный анализ их трудов позволил объединить обозначенные ими проблемы в системный перечень проблем, представленный в виде таблицы 1.

Таким образом, из данного обзора литературы можно сделать вывод о том, что в нём проведён глубокий и качественный анализ проблем, с которыми сталкиваются менеджеры компаний, интернационализирующих свою деятельность на раннем этапе возникновения. Однако, в современной литературе отсутствует чёткое и однозначное понимание путей решения данных проблем. Для этих целей автором статьи был осуществлён обзор литературы на тему необходимых факторов успешного развития



«рождённых глобальными» и на основании итогов этого обзора разработана концептуальная модель путей решения обозначенных проблем.

Таблица 1 – Системный перечень проблем интернационализации предприятий с момента их создания

Обозначенные проблемы	Основные причины возникновения проблем
Предпринимательские и управленческие трудности	В связи с отсутствием опыта.
Нехватка финансов	В связи со сложностью достижения инвестирования для новых компаний.
Проблема распределения ресурсов	В связи с отсутствием финансов и инвестиций.
Нехватка грамотных сотрудников	В связи с ранней стадией развития бизнеса, а также в связи с отсутствием финансов.
Языковой барьер и отсутствие знаний о различиях в стилях ведения бизнеса других стран	-
Отсутствие имиджа бренда и позиционирования на внутреннем рынке	В связи с тем, что компания является новичком на рынке.
Нехватка знаний о рынке и политике иностранного правительства	В связи с отсутствием рыночной информации и языковым барьером.

Источник: авторская разработка.

Обзор литературы таких зарубежных авторов, как Oviatt & McDougal (1994), Madsen & Servais (1997) и Gary Knight & Tamar Cavusgil (2004) позволил выделить следующие ключевые факторы в успешном осуществлении стратегии ранней интернационализации:

- Персональные компетенции сотрудников компании и её владельцев, подразумевающие наличие опыта работы и квалифицированных знаний в той же или смежной областях.
- Ориентация на технологическое и инновационное развитие продуктов и сохранение их уникальности.
- Создание партнёрских сетей и альянсов, позволяющих быстро выйти на внешний рынок несмотря на нехватку ресурсов и опыта.
- Ориентация на развитие и экспортирование тех продуктов, на которые есть спрос на внешнем рынке. Такая кастомизация и персонализация продуктов наделяет малые и средние предприятия, выходящие на международные рынки, конкурентным преимуществом перед крупными транснациональными корпорациями.

На основании полученных данных автором была разработана концептуальная модель путей преодоления проблем осуществления стратегии ранней интернационализации, представленная на рисунке 1.



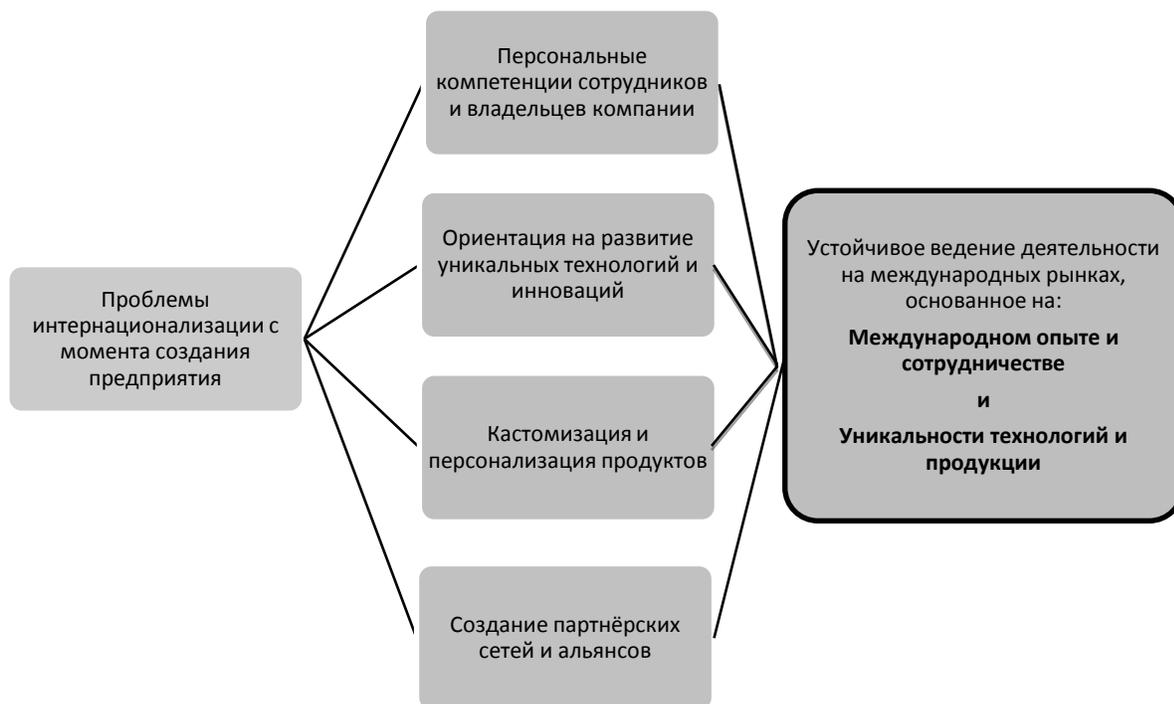


Рис. 1 – Концептуальная модель путей решения проблем интернационализации с момента создания предприятия

Источник: авторская разработка.

Данная модель предполагает, что ориентация на международное партнёрское сотрудничество и инновационные технологии являются ключевыми путями решения проблем, связанных с осуществлением процесса интернационализации на раннем этапе возникновения фирмы. Таким образом компания повышает свою производительность и, как следствие, свой оборот за счёт участия и конкуренции на международном рынке.

Стоит также отметить, что модель, представленная в данной работе, требует в дальнейшем проведения эмпирического исследования и качественного изучения нескольких стартапов, успешно развивающих свою внешнеэкономическую деятельность. Такое исследование будет весьма актуальным для будущих менеджеров, которые планируют создание международного стартапа.

Список литературы

1. Oviatt B. M., McDougall P. P. Toward a theory of international new ventures //Journal of international business studies. – 1994. – P. 45-64.
2. Johanson J., Vahlne J. E. The mechanism of internationalisation //International marketing review. – 1990. – Т. 7. – №. 4.
3. Persinger E. S., Civi E., Vostina S. W. The born global entrepreneur in emerging economies //International Business & Economics Research Journal (IBER). – 2011. – Т. 6. – №.3.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПАО «СБЕРБАНК РОССИИ»

Безенова Д.А.

научный руководитель канд. экон. наук Сибирякова О.В.

Сибирский федеральный университет

В рыночных условиях конкуренция среди банков очень высока. Ограниченность в ресурсах, ужесточение законодательства в банковском деле, нестабильная политическая ситуация в мире вынуждают банки совершенствовать способы работы для того, чтобы вести успешную деятельность на рынке банковских услуг. На этом фоне особую актуальность приобретает проблема мотивации персонала, т.к. именно от правильно сформированной системы стимулов будут зависеть результаты работы сотрудников и дальнейшее развитие организации. Объектом данного исследования является система мотивации персонала ПАО «Сбербанк России». Предмет – материальное и нематериальное стимулирование персонала ПАО «Сбербанк России». Целью является разработка предложений по совершенствованию системы мотивации персонала ПАО «Сбербанк России». Задачи: рассмотреть виды материального и нематериального стимулирования персонала; выявить актуальные направления совершенствования системы мотивации персонала.

Так какова же система мотивации персонала ПАО «Сбербанк России»?

Ежегодное исследование вовлеченности сотрудников Сбербанка (в 2015 году в нем приняли участие более 100 тысяч сотрудников) показало значительную положительную динамику по удовлетворенности системой поощрения и вознаграждения.

В ПАО «Сбербанк России» существует ряд способов материального стимулирования работников, которые можно условно распределить на две группы – денежные и неденежные стимулы.

К первой категории кроме заработной платы (базового оклада) относят:

- денежные премии/бонусы за выполнение целей банка (выплачиваемые ежегодно, ежеквартально или по факту достижения показателей);
- комиссионные выплаты за заключение определенного количества сделок;
- индивидуальные денежные вознаграждения за особые навыки, верность, большой стаж работы, и прочее;
- дополнительные пособия.

В неденежную группу входят следующие виды:

- различные виды социального и медицинского страхования;
- льготные банковские и иные услуги;
- оплата банком определённых расходов (услуги связи, транспортные издержки);
- пенсионные отчисления;
- предоставление личного автомобиля, секретаря, парковочного места и прочее;
- предоставление туристических путевок;
- подарки работникам и членам их семей;
- оплата обучения.

В настоящее время возрастает эффективность нематериальных стимулов персонала. Самые часто встречаемые методы нематериального стимулирования в ПАО «Сбербанк России» таковы:

- предоставление гибкого рабочего графика;
- проведение совместного досуга всем банковским коллективом;
- признание со стороны руководства;
- возможность повышения квалификации, перспектива карьерного роста;
- возможность участия в принятии решений, обсуждения важных для банка вопросов (например, включение в состав кредитного комитета);
- символические награды (доска почета, звание «лучший сотрудник» и прочее);
- зачисление в кадровый резерв банка.

Чтобы выявить эффективность и наиболее значимые мотивационные факторы работников, их потребности, а также удовлетворенность работой было проведено анкетирование (рисунок 1 и 2) среди 70 работников ПАО «Сбербанк», в том числе 24 респондента из группы специалистов и руководителей, остальные – из группы рядовых служащих.

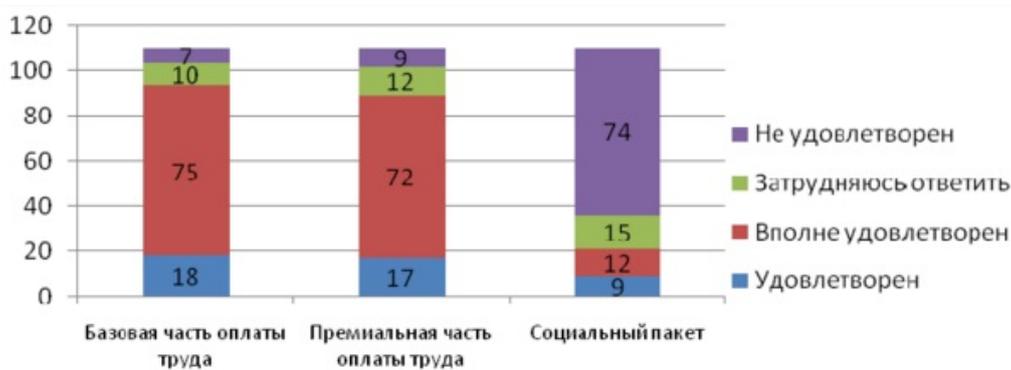


Рис. 1 – Удовлетворенность персонала способами мотивации

Как видно из результатов анкетирования, базовой и премиальной частью оплаты труда более 70% работников вполне удовлетворены, а социальным пакетом не удовлетворены 74% работников. Это послужило причиной выявления льгот, наиболее необходимых работникам (рис.2).

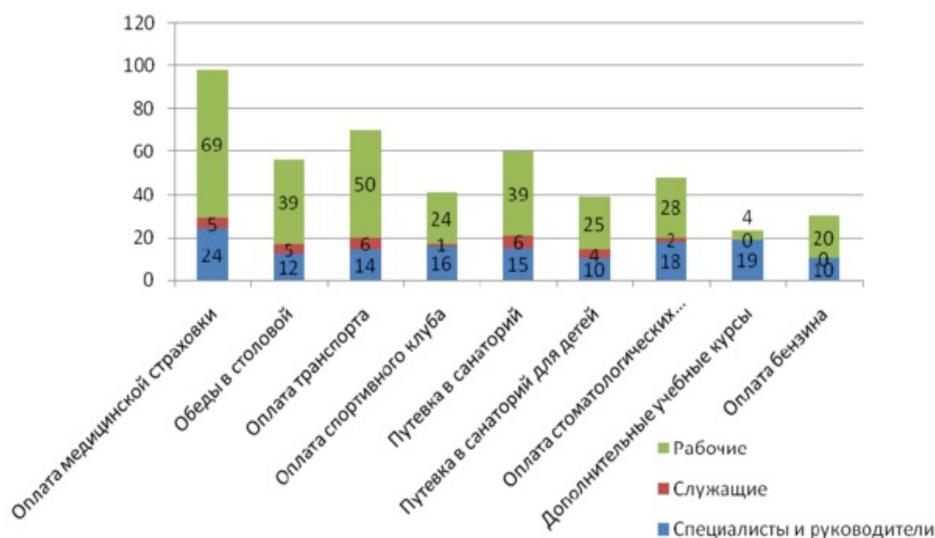


Рис. 2 – Востребованные льготы среди работников банка

Структура необходимости в различных льготах для всех категорий работников в целом одинакова. Наиболее востребованы следующие льготы: оплата медицинской страховки, оплата транспорта и путевки в санаторий. В группе «специалисты и руководители» набрали большое количество баллов такие льготы как оплата стоматологических услуг и дополнительные учебные курсы.

Мотивация не может не сказываться на удовлетворенности работой. Так, 30% сотрудников ПАО «Сбербанк России» считают свою работу слишком утомительной. В тоже время 29,6 % сотрудников считает эту работу скучной. Следовательно более половины работников банка не удовлетворены своей работой. Одним из вопросов анкеты был «Готовы ли вы подписать долгосрочный контракт со Сбербанком?». 65% опрошенных ответили «нет». Это может говорить о высокой потенциальной текучести кадров, поскольку 65% работников не готовы подписать долгосрочный контракт с банком. Это говорит о том, что не все условия работы на данном предприятии их устраивают.

Проведенные исследования показали, что системы мотивации, функционирующие в банке, не проработаны до конца, в частности, нуждаются в особом внимании такие направления как социальное обеспечение, нематериальное, неденежное стимулирование.

Реализация следующих рекомендаций на данном предприятии позволит усовершенствовать систему мотивации персонала, что повлечет за собой повышение производительности труда и лояльности сотрудников банка. Идея внедрить «принцип кафетерия», который ранее не использовался в ПАО «Сбербанк России» для повышения степени мотивации персонала, является актуальной и весьма достижимой. Т.е. можно составить несколько меню с одинаковой стоимостью, но включающих разные льготы (табл. 1). Это позволит работникам каждый год выбирать именно тот социальный пакет, который бы их максимально удовлетворил и мотивировал на достижение результатов. Для составления меню нужно учитывать наиболее востребованные виды неденежных поощрений.

Таблица 1 – Пример меню для различных категорий работников

Набор меню для руководителей и специалистов		
Меню №1	Меню №2	Меню №3
Оплата медицинской страховки	Оплата медицинской страховки	Оплата автострахования
Оплата обеда	Оплата путевки в санаторий	Оплата обеда
Оплата путевки для ребенка	Оплата абонемена в спортивный комплекс	Оплата бензина
Набор меню для служащих		
Меню №4	Меню №5	Меню №6
Оплата медицинской страховки	Оплата медицинской страховки	Оплата медицинской страховки
Оплата абонемена в спортивный комплекс	Оплата обеда	Оплата санаторной путевки на ребенка
Оплата транспортной карты		
Набор меню для кассиров и обслуживающего персонала		
Меню №7	Меню №8	Меню №9
Оплата медицинской страховки	Оплата медицинской страховки	Оплата медицинской страховки
Оплата обеда	Оплата обеда	Оплата бензина
Оплата транспортной карты	Оплата мобильной связи	Оплата абонемена в спортзал

Помимо меню можно разработать абсолютно новую идею, ранее не использованную в ПАО «Сбербанк России», – бальную систему оценки эффективности работы персонала и вклада в развитие банка. Таким образом, в течение года должно происходить начисление баллов за результаты работы персонала. Каждый месяц/квартал/год работник сможет потратить накопленные баллы на какую-либо льготу или неденежное поощрение. Каждый работник сможет выбрать то поощрение, в котором он будет нуждаться в определенный период времени. Исходя из предпочтений работников, стоит разработать широкий спектр поощрений по бальной системе. Такими поощрениями могут быть:

- оплата медицинской страховки;
- оплата обедов;
- оплата транспорта;
- оплата абонемента в спортивный комплекс;
- оплата путевки в санаторий сотруднику или его ребенку;
- оплата стоматологических услуг;
- оплата обучения;
- оплата бензина;
- оплата автострахования;
- сертификаты в различные магазины, рестораны и т.д.

Это означает, что каждый работник будет стремиться накопить как можно больше баллов, чтобы получить то, о чем мечтает, или то, что ему необходимо, вместо того, что выберет для него банк. Выбранные банком поощрения, конечно же, приятны и повышают мотивацию, но у каждого человека есть свои потребности, желания, мечты, которые он сможет реализовать благодаря своей результативной работе. Таким образом, неденежное стимулирование работников может стать основным направлением индивидуального подхода и повышения статуса отдельного работника, что повлечет за собой и повышение эффективности работы сотрудников и банка в целом.

Список литературы

1. Кадровая политика Сбербанка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/kadrovaya-politika-sberbanka?related=1>
2. О новой системе мотивации Сбербанка [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.slideshare.net/ss-9521825>



ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЦЕССНОГО ПОДХОДА К ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ

Бережнова А.В.,

научный руководитель канд. техн. наук, доц. Масаев С.Н.

Сибирский федеральный университет

В последние десятилетия на предприятиях всех отраслей все чаще используется процессный подход к организации управления, доказавший свою эффективность на множестве примеров. В основе этого подхода лежит представление о бизнес-процессе, интуитивно понимаемое и вполне верное, как последовательность действий, шагов, предпринимаемых для достижения целей предприятия.

Практически всю деятельность любой организации можно представить в виде совокупности бизнес-процессов. Следовательно, и управление организации представимо как управление бизнес-процессами. Соответствующий подход к организации управления называется процессным или процессно-ориентированным и по нему, его преимуществам в сравнении с традиционным функциональным подходом к управлению и особенностям применения уже существует множество литературы, в том числе и на русском языке. [1]

Процессный подход может использоваться для организации как оперативного, так и стратегического управления. На этом подходе основаны многие современные методики и инструменты стратегического управления с применением ключевых показателей эффективности (КПЭ или KPI – Key Performance Indicators), включая системы сбалансированных показателей (ССП или BSC – BalancedScorecard).

Качество продуктов и услуг предприятий определяется качеством процессов, результатом которых они являются. Эта идея лежит в основе практически всех систем менеджмента качества (СМК). И все эти системы, ориентированные на различные методики: ISO 9000, Capability Maturity Model (CMM, CMMI), EFQM, 6sigma и т.д., основаны на процессном подходе к управлению.

Один из наиболее естественных подходов для классификации бизнес-процессов заключается в определении глобальных целей деятельности предприятия, а затем, исходя из целей, в определении типов этих процессов.

Очевидным образом все цели деятельности предприятия можно определить как:

- получение дохода в результате основной деятельности;
- обеспечения условиями и ресурсами основной деятельности;
- управление деятельностью предприятия.

Этим целям соответствуют три класса бизнес-процессов:

- основные бизнес-процессы (или просто бизнес-процессы) – это процессы, в результате которых предприятие получает доход;
- обеспечивающие процессы – обеспечение деятельности банка всеми необходимыми ресурсами и условиями;
- процессы управления – процессы, направленные на повышение эффективности первых двух типов процессов.

При реализации процессов осуществляется план внедрения, который обычно содержит: взаимоувязанный перечень мероприятий, необходимых для внедрения бизнес-процессов; ответственных за реализацию мероприятий; сроки реализации мероприятий.

Мониторинг процесса и контроль достижения установленных показателей осуществляется с помощью специальных контрольных операций, «вплетаемых» в процесс.

На этапе проверки и анализа бизнес процессов проводится сбор фактических значений показателей процессов, сравнение их с плановыми значениями и анализ причин выявленных отклонений.

По результатам анализа причин отклонений принимаются оперативные решения по процессу, помогающие при необходимости исправить ситуацию, решения о необходимости премирования/депремирования сотрудников, корректировки показателей, ввода новых/исключения утративших актуальность показателей.

В результате анализа должны быть сформулированы предложения по улучшению самого процесса. При этом можно выделить два вида изменения структуры процесса: совершенствование процесса (эволюционный путь) и реинжиниринг процесса (революционный путь, Business Process Reengineering).

При применении реинжиниринга новый процесс проектируют без оглядки на старый процесс. Такой метод рискован и требует радикальной перестройки деятельности и, обычно, больших вложений, но способен дать столь же радикальные результаты, меняя характеристики процесса в разы, а то и в десятки раз. Совершенствование же процессов опирается на процессы «как есть» и дает улучшение характеристик на 20-30% (типичные цифры). Этот метод гораздо менее рискован, но не способен радикально изменить ситуацию. Частным случаем совершенствования является оптимизация процессов (хотя эти термины часто используют как синонимы), когда речь идет о работе с четко и однозначно измеряемыми показателями эффективности процессов. [2]

Для компаний среднего и крупного бизнеса, безусловно, нужно специальное программное обеспечение для поддержки цикла управления процессами организации.

Использование специализированного инструмента дает колоссальные преимущества, например:

- поддерживается использование единой общепринятой методологии описания деятельности;
- повышается качество и точность при проектировании процессов;
- создается единое хранилище (репозиторий) информации о деятельности предприятия;
- появляется возможность применения различных инструментов анализа, например, создаются возможности по проверке адекватности моделей и тестированию процессов;
- поддерживается многократное использование моделей для решения различных задач (оптимизация деятельности, построение СМК, внедрение системы управления предприятием и т.д.);
- создается стартовая точка для разработки и внедрения информационных систем или систем класса Workflow.

Самым большим достоинством инструмента является то, что он вносит дисциплину и строгость в проектирование процесса, а затем и во все аспекты управления им. Подобное преимущество может полностью изменить бизнес-культуру и управление процессами в компании.

Специализированные инструментальные средства позволяют существенно сократить сроки проектов, повысить их качество, хранить информацию о процессах в едином формате, удобно, непротиворечиво генерировать на основе моделей регламентные документы и т.д.

Лидирующие позиции на мировом рынке в классе средств моделирования и анализа бизнес-процессов занимают программные продукты семейства ARIS. Модели ARIS позволяют отображать информацию не только об операциях, выполняемых в рамках процесса, их исполнителях, используемых документах и информационных системах, но также информацию о времени процесса, его стоимости, знаниях и квалификации персонала и т.д. Эта информация при помощи отчетов из системы может



быть автоматически преобразована в должностные инструкции, штатное расписание, положения о подразделениях, регламенты и другие документы организации. Кроме того, ARIS содержит инструменты анализа и контроллинга процессов, что дает возможность реализовать полный цикл управления.

Практическая реализация предложений по внедрению и совершенствованию процессного подхода при управлении предприятием позволяет рационально использовать ресурсы предприятия для обеспечения уровня качества продукции, удовлетворяющего требования потребителей. [3]

Мировой опыт показывает, что научно-технический прогресс был определен прорывом именно в качестве, позволившим развитым странам значительно увеличить свой экспорт. Процессное управление - требование объективной реальности. Управление организацией может быть эффективно лишь тогда, когда оно осознанно нацелено на управление процессами, являющимися основным содержанием деятельности любого предприятия при наличии у него четко определенных целей.

Список литературы

1. Скрипко, Л. Е, Процессный подход в управлении качеством: учебное пособие / Л. Е. Скрипко. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского Государственного университета экономики и финансов, 2011. – 106 с.
2. Программный комплекс оценки эффективности управленческого решения, Масаев С.Н. // Свидетельство РосПатента о регистрации программы для ЭВМ № 2008610295.2007.
3. Экономика качества [Электронный ресурс] // Процессное описание бизнеса основа для системы экономики качества. – 2010. – Режим доступа: <http://quality.eup.ru/econom.html>



МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИИ АПК: СУЩНОСТЬ И ХАРАКТЕРИСТИКА

Биндусова А.В.

научный руководитель канд. экон. наук Цветцых А.В.

Красноярский государственный аграрный университет

Менеджмент качества на предприятии АПК - это составная часть общей системы управления, которая должна обеспечить стабильность качества продукции или услуг и повысить удовлетворенность потребителя. Традиционно принято считать, что система менеджмента качества - это система бизнес-процессов, направленных на управление качеством продукта или услуги организации.

Современные специалисты по менеджменту рассматривают понятие качества в четырех аспектах, которые отражают эволюцию определения понятия качества с развитием не только технологий производства, но и науки по управлению. Еще полвека назад цивилизованный мир считал продукт качественным, если он соответствует стандартам. Однако, с течением времени выяснилось, что этого недостаточно. В дополнение к определению качества добавили, что продукт должен соответствовать потреблению. Логично предположить, что если продукт не будет являться качественным, если он не нужен потребителю, даже не смотря на то, что он соответствует стандартам.

Качество должно соответствовать применению. Наконец, в наши дни качественным называют продукт, если он, ко всему перечисленному, соответствует ожидаемым потребностям потребителя. Товары и услуги, производятся предприятиями для удовлетворения нужд потребителей. Эти нужды и ожидания производителем должны быть сформулированы в четко определенных требованиях – спецификациях. Спецификации – составная часть технических условий. Так вот, если система управления предприятием не отлажена в соответствии со стандартами менеджмента качества, то технические условия часто не могут обеспечить качество в современном его понимании.

Производитель в сельском хозяйстве или в любой другой области должен быть нацелен на постоянное улучшение качества и удовлетворения его потребностей и ожиданий. Формальным подтверждением того, что на предприятии действительно внедрена система менеджмента качества и она соответствует международным стандартам является сертификат на систему менеджмента, выданный независимым органом по сертификации.

Как работает система менеджмента качества на предприятии АПК?

Во-первых, описываются и постоянно корректируются процессы, риски, которые могут привести к сбоям в процессах, и другие элементы системы. При этом главный акцент при описании делается на функции, влияющие на конечный результат и, как следствие, удовлетворенность потребителя. Безусловно, необходимо анализировать и возможные нежелательные выходы процессов и их влияние на конечный результат в системе.

Во-вторых, в работу по улучшению системы менеджмента качества вовлекается весь персонал, каждый на своем уровне.

В-третьих, разрабатывается понятная и прозрачная система управления, которая должна быть связана со стратегией развития компании.

В-четвертых, для улучшения качества менеджмента и продукции, все процессы постоянно совершенствуются.

В-пятых, к решению задач, корректирующим действиям, внедрению улучшений применяют подход, основанный на фактах.

В-шестых, происходит регулярная самооценка и внутренний аудит.

Задачи системы менеджмента качества на предприятии АПК состоят в том, чтобы обеспечить наиболее успешное функционирование промышленного предприятия, а именно:

- постоянное улучшение качества продукции и снижение затрат на обеспечение качества посредством использования цикла, состоящего из: планирования, действия, анализа, корректировки (устранение причин несоответствия, а не просто коррекция полученных результатов);
- создание у потребителей уверенности в отсутствии брака за счет сертификации системы менеджмента качества.

Этапы и порядок внедрения системы менеджмента качества на предприятии АПК:

1. Анализ предприятия - планирование проекта; анализ возможностей для внедрения системы менеджмента качества; создание группы внедрения.
2. Обучение для высшего руководства и группы внедрения.
3. Проектирование системы менеджмента.
4. Внедрение системы менеджмента - обучение и внедрение на месте; подготовка внутренних аудиторов; проведение серии внутренних аудитов.
5. Заключительный аудит системы менеджмента.
6. Сопровождение при сертификации.
7. Пост - проектное сопровождение.

Предприятия АПК имеют ряд отличительных особенностей, как по своей специфике, так и по уровню развития технологий и менеджмента, именно поэтому вопрос внедрения системы менеджмента качества на предприятиях сельскохозяйственной отрасли требует дополнительного внимания и контроля.

Перед тем, как запустить процесс внедрения системы менеджмента качества, необходимо тщательно проанализировать ресурсы предприятия и его возможности. Возможно, возникнут проблемы при определении состава группы ответственных за внедрение системы качества на предприятии, в данном случае необходимо уделить максимум внимания подбору кандидатов. Также важно проводить обучающие тренинги для руководства персонала и группы внедрения, руководство, в свою очередь должны ввести в курс дела весь персонал.

Что даст внедрение системы менеджмента качества на предприятии АПК?

- ресурсы предприятия сконцентрированы на удовлетворении потребностей и ожиданий потребителей;
- происходит оптимизация в системе управления;
- получив сертификат по стандарту системы менеджмента качества, у предприятия больше шансов стать предпочтительным поставщиком для крупных компаний страны, а также компаний международного уровня;
- при правильном внедрении системы менеджмента качества растет конкурентоспособность на рынке.

Развитие системы менеджмента качества в стране позволяет затрагивать работу компаний, которые принимают как прямое, так и косвенное участие в процессе организации сельского хозяйства. Такой подход позволяет создать непрерывную цепочку производства, что, в свою очередь, повышает уровень качества конечной продукции.

Наличие системы менеджмента качества продукции в сельском хозяйстве позволяет потребителям не беспокоиться о безопасности существующих пищевых



продуктов, так как соответствие санитарным нормам - это обязательный пункт системы менеджмента качества. А это отличная возможность для российских предприятий АПК выйти на международный уровень, причем не только с точки зрения получения новых потребителей, но с позиции обмена опытом с зарубежными коллегами.

В основе главных сельскохозяйственных практик лежит выполнение ряда принципов, связанных с четырьмя базовыми элементами качественной и безопасной сельскохозяйственной продукции. Элементы системы менеджмента качества на предприятии АПК:

«Чистая почва» - предполагает, что производитель должен предпринимать шаги по снижению возможностей микробного загрязнения почвы.

«Чистая вода» - предполагает, что производитель должен предпринимать ряд действий по подготовке и очистке воды. Например, вода, используемая для помывки, приготовления или обработки должна быть питьевого качества.

«Чистые руки» - реализация этих принципов требует от производителя чтобы выполнялись меры по гигиене в ходе работы в полях и при обработке сельскохозяйственных культур в помещениях (например, после сбора выращенных культур).

«Чистые поверхности» - означает, что все упаковочные контейнеры, рабочие поверхности, места хранения, транспортные средства и т.п. должны тщательно и регулярно промываться и подвергаться санитарной обработке.

Система менеджмента качества в значительной мере позволила улучшить не только уровень качества сельскохозяйственных предприятий, но и их взаимодействие с окружающей средой. Так, большое внимание стало уделяться снижению возможного микробного загрязнения почвы в ходе посевных работ. Контроль качества также касается воды, которая используется в процессе производства продуктов. Требования касаются и гигиены сотрудников, которые заняты в ходе работы в полях и при обработке сельскохозяйственных культур в помещениях. Наконец, система менеджмента качества в сельском хозяйстве диктует правила по чистоте упаковочных контейнеров, рабочих поверхностей, мест хранения и транспортных средств, участвующих в ходе производства продукции. Все это позволяет с уверенностью смотреть в будущее и говорить о положительных перспективах развития сельского хозяйства страны.

Список литературы

1. Бахмутская О.Н. Системы качества/ О.Н. Бахмутская -Учебное пособие. М.: 2012.-170с.

2. Чуева С.В. Системы качества в сельском хозяйстве/ С.В. Чуева - Учебное пособие. М.: 2011. -18с.

3. Черезов А.В. Управление конкурентоспособностью предприятия на основе системы качества / А.В. Черезов - Учебное пособие. М.: 2011.- 288с.



СИСТЕМА СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В УПРАВЛЕНИИ УНИВЕРСИТЕТОМ

Бич Н.В.

Научный руководитель канд. техн. наук Зенченко С.А.

Минский филиал Российского экономического университета им.Г.В. Плеханова

Система управления университетом должна быть направлена на выполнение его миссии, достижение стратегических целей. В последние годы в университетах стали широко внедряться системы менеджмента качества (СМК), основанные на международном стандарте ИСО 9001 [1]. Внедрение таких систем основано на процессном подходе и позволяет структурировать систему управления. В то же время такая система менеджмента оказывается несколько оторванной от финансовых показателей и часто не позволяет связать их с показателями процессов. Рассмотрим принципы системы менеджмента качества. В последних версиях стандартов ISO 9000:2015 [2] и ISO 9001:2015 [1] рассматривается 7 принципов:

- **Ориентация на потребителя.** Менеджмент качества нацелен на выполнение требований потребителей и на стремление превзойти их ожидания.
- **Лидерство.** Лидеры на всех уровнях организации обеспечивают единство цели и направления деятельности организации и создают условия, в которых работники взаимодействуют для достижения целей организации в области качества.
- **Вовлечение людей.** Для организации крайне важно, чтобы все работники были компетентными, наделены полномочиями и вовлечены в создание ценности. Компетентные, наделенные полномочиями и взаимодействующие работники на всех уровнях организации повышают ее способность создавать ценность.
- **Процессный подход.** Последовательные и прогнозируемые результаты достигаются более эффективно и результативно, когда деятельность осознается и управляется как взаимосвязанные процессы, которые функционируют как согласованная система.
- **Улучшение.** Успешные организации постоянно нацелены на улучшение.
- **Принятие решений на основе свидетельств.** Решения, основанные на анализе и оценке данных и информации. С большей вероятностью дадут желаемые результаты.
- **Менеджмент взаимоотношений.** Для достижения устойчивого успеха организации управляют своими взаимоотношениями с заинтересованными сторонами, такими как поставщики.

Каплан Р. и Нортон Д. [3, 4] в системе сбалансированных показателей (ССП) рассматривают 4 составляющих управления:

- **Финансовая.** Финансовые показатели оценивают экономические последствия предпринятых действий и являются индикаторами соответствия стратегии компании, ее осуществления и воплощения общему плану совершенствования предприятия в целом.
- **Клиентская.** Клиентская составляющая рассматривается как потребительская база и сегмент рынка, в которых конкурирует данное предприятие, а также как показатели результатов его деятельности в целевом сегменте рынка.
- **Внутренние бизнес-процессы.** Данная составляющая определяет те главные внутренние бизнес-процессы, которые необходимо довести до совершенства.

- **Обучение и развитие персонала.** Эта составляющая определяет инфраструктуру, которую надлежит создать, чтобы обеспечить долговременные рост и совершенствование.

Анализ принципов СМК и составляющих ССП указывает на полную совместимость этих требований за исключением финансовой составляющей ССП. Поэтому для эффективного управления организацией целесообразно совместить эти две системы

Создание СМК в Минском филиале позволило описать процессы и включить их в стратегическую карту. В соответствии с целевыми показателями бизнес-процессов были определены требования к обучению и развитию персонала. Целевые показатели этих двух составляющих были направлены на удовлетворение требований клиентов, что выразилось в выполнении плана набора студентов и финансового плана филиала. В Таблицах 1, 2, 3 и 4 приведены примеры из стратегической карты филиала для некоторых компонент составляющих ССП.

Таблица 1 – Показатели составляющей «Финансовая деятельность»

Стратегическая цель	Задача	Показатель
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ		
Рост доходов	Обеспечить рост выручки за год	$P_1 = \frac{\text{выручка за отчетный период}}{\text{выручка за базовый период}} \geq 1,2$
Оптимизация затрат	Обеспечить наличие смет по проектам	$P_2 = \frac{\text{количество смет}}{\text{количество проектов}} = 1$
Превышение доходов над расходами	Обеспечить рост рентабельности	$P_3 = \text{не менее } 0,1 \% \text{ за отчетный период}$
Учет нематериальных активов	Довести удельный вес нематериальных активов до 25 % в активах филиала за 5 лет	$P_4 = \frac{\text{нематериальные активы}}{\text{активы}} 100 \geq 5\% \text{ в год}$

Таблица 2 – Показатели составляющей «Клиенты»

КЛИЕНТЫ		
Привлечение абитуриентов из регионов	Довести удельный вес обучаемых из регионов Беларуси до 50 % за 5 лет.	$P_5 = \frac{\text{обучаемые из регионов}}{\text{всего обучаемых}} 100 \geq 4\% \text{ в год}$
Повышение имиджа филиала	Рост числа имиджевых мероприятий за год	$P_7 = \frac{\text{число мероприятий за отчетный период}}{\text{число мероприятий за базовый период}} \geq 1,1$
Развитие и сохранение клиентских баз	Создать клиентские базы	P_{12} - число записей в базе абитуриентов. P_{13} - число записей в базе обучаемых. P_{14} - число записей в базе нанимателей.

Таблица 3 – Показатели составляющей «Внутренние бизнес-процессы»

ВНУТРЕННИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ		
Повышение качества образовательного процесса	Разработать систему мониторинга остаточных знаний обучаемых	П ₁₈ - система количественной оценки мониторинга остаточных знаний
Разработка и внедрение СМК	Завершить разработку процессов управления качеством филиала	П ₂₀ – сертификация СМК
Разработка новых образовательных услуг и продуктов	Вводить в учебный процесс не менее одной новой специальности (специализации) каждый год	П ₂₁ - новая специальность, специализация, тематика семинара, тренинг и т.п.

Таблица 4 – Показатели составляющей «Обучение и развитие персонала»

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА		
Совершенствование системы отбора ППС	Повысить удельный вес ППС, имеющих ученую степень, в общем числе ППС	$P_{25} = \frac{\text{ППС со степенью за отчетный период}}{\text{ППС со степенью за базовый период}} \geq 1$ $P_{26} = \frac{\text{Пдокторов наук за отчетный период}}{\text{Пдокторов наук за базовый период}} \geq 1$ $P_{27} = \frac{\text{Пкандидатов наук за отчетный период}}{\text{Пкандидатов наук за базовый период}} \geq 1$
Совершенствование системы мотивации персонала	Разработать положение о премировании за освоение технологий e-learning	П ₃₁ - премиальная составляющая - не более 30 % от должностного оклада

Таким образом, внедрение ССП и согласование ее с показателями СМК позволяет преодолеть разрыв между финансовыми показателями управления и показателями процессов.

Список литературы

- ГОСТ Р ИСО 9001:2015. Системы менеджмента качества. Требования
- ГОСТ Р ИСО 9000-2015 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь
- Каплан Р. С., Нортон Д. П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. 2-е изд., испр. и доп.— М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2013, 327 с.
- Каплан Р. С., Нортон Д. П. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп—Бизнес», 2005, 493 с.

ЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА
Букша Е.А., Макаrchук И.Ю.
научный руководитель канд. психол. наук Багдасарьян И.С.
Сибирский федеральный университет

Менеджмент как наука начал формироваться в конце XIX в., когда отдельные фрагментарные исследования в области управления предприятиями стали основой для создания научных школ и направлений. Именно на рубеже столетий одновременно с отделением управления от собственности происходит становление менеджмента, как самостоятельной науки и обособленного вида деловой деятельности. Качественные изменения в характере и ориентации современного общества на протяжении XX столетия обусловили последовательную смену конкретных экономических моделей развития и соответствующих парадигм управления хозяйственными объектами.

Согласно доминирующей точке зрения под менеджментом понимается система управленческой деятельности, обеспечивающей успешное функционирование самых различных социальных институтов – организаций, призванных осуществлять некоторую социально-значимую деятельность.

Социальная сфера – сложное, неоднозначное понятие. Одни авторы определяют социальную сферу как совокупность предприятий, выпускающих продукт, связанный с жизнедеятельностью людей. Другие вкладывают в понятие социальной сферы совокупность предприятий, выполняющих социальные функции, имеющие значение для всего общества.

Социальный менеджмент представляет собой концепцию управления, которая приспособлена к современной конкурентной ситуации. Содержание социального менеджмента можно представить из следующих составных частей: выработка и принятие решений в соответствии с указанной принципиальной установкой; обеспечение внутрифирменной координации действий; управление качеством как системным фактором; управление поведением клиента и факторами влияния на рынок; развитие персонала как основного инструмента ориентации на потребителя и ключевой предпосылки успеха.

Именно грамотное управление услуг создает условия для повышения производительности труда и тем самым способствует росту эффективности общественного производства.

Социальный менеджмент имеет особое значение для предприятий и организаций сферы услуг, деятельность которых непосредственно ориентирована на клиентов и существенно зависит от их запросов. Поскольку предоставление услуг неотделимо от их потребления, руководители организации вынуждены решать специфические задачи, связанные с участием потребителей в процессе оказания услуги: обучение персонала внимательному, чуткому отношению к потребителям; создание благоприятных условий не только для непосредственно обслуживаемого клиента, но и для других, например ожидающих своей очереди; построение эффективной системы контроля, позволяющей отделять результаты, связанные с работой сотрудников, от факторов, обусловленных особенностями клиента.

Рассмотренные особенности и проблемы менеджмента сферы услуг влияют на процесс реализации всех управленческих функций. Если законы, закономерности, принципы и методы менеджмента практически одинаковы для производства и сферы услуг, то основные функции менеджмента (планирование, организация, мотивирование, контроль) в различных сферах деятельности имеют определенную

специфику. С этим, в частности, связана специфичность методов менеджмента при оказании различных услуг, непосредственно связанных с распределением материальных и духовных благ, удовлетворением специфических потребностей человека, качеством и уровнем его жизни, условиями труда, быта и досуга.

Социальное управление имеет свои специфические особенности, трудности, возможности и границы, не свойственные управлению техническими системами. Управление социальной работой направлено на оказание поддержки, защиту всех людей, особенно слабо защищенных слоев и групп, является необходимым условием для функционирования любой социальной организации, деятельность которой сознательно координируется для достижения поставленных целей. Организации создаются людьми и являются элементом общественной системы.

Содержание социального управления заключается в формировании критериев показателей социального развития (прогресса) общества, выделения возникающих в нем проблем, разработке и применении методов их решения.

При этом прогресс общества определяется не только экономическими, но и социальными критериями. Понятна роль социальной составляющей в любой реформаторской деятельности. Особенно если она предусматривает принципиальные изменения не только в производственной сфере, но и в социальной сфере.

Социальный менеджмент как научная дисциплина и отрасль научного знания имеют свое особое направление: социальный менеджмент организации исследует и разрабатывает управление социальными процессами в организациях. Однако, как и любая интегративная отрасль научного знания, социальный менеджмент связан с такими научными дисциплинами как теоретический менеджмент организации, социология труда, социальная психология и другими дисциплинами. Также следует подчеркнуть отличие социального менеджмента организации от кадрового менеджмента. Здесь важно подчеркнуть ориентацию социального менеджмента на поддержание социальной значимости человека как личности, т.е. ориентацию социального менеджмента как научного направления на развитие эмоционально-мотивационных, интеллектуальных и профессиональных параметров личности.

В социальном управлении осознан факт: высокое качество жизни населения – не только цель общественного развития, но и современный механизм получения высокого качества и надежности продукции, эффективного решения экономических проблем. В сегодняшней управленческой практике задаются социальные приоритеты, разрабатываются социальные технологии. Социальная сфера управления становится относительно самостоятельной, многоструктурной. Появляется особый тип управленца-менеджера – специалиста в этой области. В структуре отраслей научных знаний важное место принадлежит социальному менеджменту.

Таким образом, значение социального менеджмента трудно переоценить. Именно социальный менеджмент, формирует у будущих специалистов теоретические и практические навыки, позволяющие эффективно воздействовать на социальные процессы, влиять на создание благоприятной для человека социальной среды, проектировать социальные организации, что в свою очередь обеспечивает рациональное использование самого богатого и неограниченного из всех ресурсов – человеческого.



НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПЕНСИОННЫЕ ФОНДЫ В СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Букша Е.А.,

научный руководитель канд. психол. наук Багдасарьян И.С.

Сибирский федеральный университет

Вопросы пенсионного обеспечения касаются каждого человека и занимают особое положение в структуре социального менеджмента. Но, в настоящее время, подавляющее большинство населения до сих пор не имеет четкого представления о негосударственных пенсионных фондах, не знает об их существовании и тех услугах, которые они предлагают.

При существующей системе государственного пенсионного обеспечения большинство граждан получают пенсию, которая существенно ниже их дохода. Сегодня российская пенсия чуть больше 20% от средней заработной платы. Поэтому государство и стимулирует граждан самим откладывать денежные средства на пенсию. Достижение нормального уровня замещения пенсией утерянного заработка и, следовательно, обеспечение достойной жизни на пенсии возможно только за счет личного участия, ведь каждый гражданин имеет возможность формирования дополнительной пенсии за счет регулярных добровольных отчислений в негосударственные пенсионные фонды.

Негосударственные пенсионные фонды в РФ являются необходимым инструментом финансового рынка. Поскольку действующая система Пенсионного фонда РФ не способна удовлетворить потребности населения в достойном пенсионном обеспечении, актуальным вопросом становится развитие негосударственных пенсионных фондов, которые могут стать оптимальным вариантом решения проблемы в нашей стране.

Важная роль негосударственных пенсионных фондов в развитии экономики заключается не только в предоставлении услуг в сфере дополнительного пенсионного обеспечения, но и в обеспечении инвестиционных потребностей реального сектора экономики путем перераспределения свободных финансовых ресурсов субъектов хозяйствования и населения.

Предназначение негосударственных пенсионных фондов заключается в предоставлении возможностей для более полного удовлетворения инициатив работодателей, работников, неработающих граждан и государства в формировании финансовых ресурсов для пенсионного обеспечения застрахованных лиц. При этом сильная сторона негосударственных пенсионных фондов - гибкость пенсионных схем, базирующихся на договорной природе их экономических и правовых механизмов. В отличие от системы государственного пенсионного обеспечения, перечисление пенсионных взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации не подкрепляется никакими договорными обязательствами, у будущего пенсионера нет договоров ни с ПФР, ни с управляющими компаниями, результатом чего является невозможность оценки гражданином ни эффективности хранения, ни эффективности размещения своих пенсионных накоплений.

За время, прошедшее с начала формирования системы государственного пенсионного обеспечения, значимость российских НПФ как в системе государственного пенсионного обеспечения, так и обязательного пенсионного страхования существенно возросла и продолжает возрастать, что выражается в

увеличении собственного имущества фондов, количества участников и застрахованных лиц, а также иных показателей.

В связи с проводимой модернизацией российской пенсионной системы необходим пересмотр значительного числа существующих положений, касающихся ее функционирования. Часть из них непосредственно связана с деятельностью НПФ. Среди таких положений: стимулирование участия самих граждан, а также работодателей в системе негосударственного пенсионного обеспечения более широкое привлечение НПФ к участию в обязательном пенсионном страховании.

Основные преимущества негосударственного пенсионного фонда по сравнению с другими вариантами инвестирования пенсионных накоплений состоят в том, что можно откладывать средства на старость постепенно, малыми порциями в течение длительного времени, а также имеются гарантии надежности накопленных пенсионных средств и их роста, так как НПФ наиболее подконтрольны застрахованным лицам.

Перспективы развития негосударственных пенсионных фондов в России основываются на внедрении следующих положений: разработка комплекса мероприятий по информированию граждан о развитии негосударственного пенсионного обеспечения; негосударственные пенсионные фонды в дальнейшем будут усиливать свои позиции на фондовом рынке; негосударственные пенсионные фонды будут занимать место наиболее стабильных и надежных институтов в рыночной экономике, создавая механизмы защиты вкладов на основе использования существующего международного опыта разграничения полномочий различных поставщиков услуг НПФ и доступа к информации об их деятельности (с помощью системы отчетности и раскрытия информации); государство будет стимулировать развитие негосударственных пенсионных фондов в системе обязательного пенсионного страхования, реализация поставленных задач будет способствовать развитию рынка негосударственного пенсионного обеспечения.

Преимущества НПФ как рыночного пенсионного института, сочетающего в себе решение сложных социальных и инвестиционных вопросов, могут быть реализованы при соблюдении ряда условий: наличие детально разработанной законодательной базы, государственных механизмов управления и контроля, систем и процедур согласования деятельности различных субъектов правоотношений в данной сфере.

Современная пенсионная система в России остается лишь слегка модифицированной советской, ориентированной на низко- и среднеоплачиваемых работников формального сектора. Россия стала страной с весьма высоким уровнем взносов на пенсионное обеспечение, при этом уровень реальных пенсий низок. Реформа идет вразрез с шагами, которые предпринимают другие страны.

Пенсионная система не приспособлена к удовлетворению потребностей растущего среднего класса, он исключен из обязательной системы и выполняет лишь роль донора. Последние решения только усугубляют эту проблему. От системы, формирующейся по страховому принципу, Россия идет к системе, ответственной только за защиту от бедности.

Пенсионная система не создает стимулов к легализации зарплат и сокращению рабочих мест с вредными условиями производства; сохранение сегодняшней системы приведет к снижению конкурентоспособности экономики и занятости.

Таким образом, дальнейшее развитие пенсионной системы России и ее отдельных институтов важно проводить с учетом реалий системы социального менеджмента.



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Гаева Е.Е.

научный руководитель канд. филос. наук, доц. Савина Э.В.

Сибирский федеральный университет

Анализируя современное состояние мировой экономики, можно сделать вывод о том, что на сегодняшний день индустрия гостеприимства является одной из крупнейших и наиболее быстро развивающихся отраслей, выступающая, эффективным инструментом для роста как внутренней, так и внешней политики стран. Однако, не смотря на складывающиеся в мировом сообществе тенденции, существующая в настоящее время практика функционирования на отечественном рынке, не соответствует международным стандартам и требованиям. Не малое влияние на ситуацию оказывает присутствие на рынке подавляющее число иностранных корпораций.

Среди наиболее ярких факторов, препятствующих экономически эффективному развитию индустрии гостеприимства в регионе и формированию конкурентоспособного национального продукта можно выделить следующие:

1. Слаборазвитая туристическая инфраструктура региона.
2. Недостаточное осознание роли потенциала событийного, социального, медицинского, делового туризма, их воздействия на региональную экономику.
3. Недостаточное внимание местных и региональных властей к разработке стратегий и программ развития индустрии гостеприимства.
4. Низкая инвестиционная и деловая активность.
5. Дефицит квалифицированных кадров в индустрии.
6. Недостаток информации и низкая эффективность систем продвижения туристических продуктов на рынок [9].

Важной задачей для предприятий индустрии гостеприимства было и остается создание высокого имиджа в глазах потенциальных потребителей, разработка системы качества, которая соответствовала бы всем мировым стандартам, которые потребитель желает получить. Решение подобного рода задачи в свою очередь невозможно без эффективной внутренней и внешней коммуникации предприятия, постоянным мониторингом и эффективным контролем со стороны управляющего звена, введения программы непрерывного обучения и повышения квалификаций задействованного на предприятии персонала.

Основные сложности реализации подобных мер в большинстве своем заключены в финансовом участии предприятий в развитии своего персонала, отсутствии необходимых инвестиций в человеческий капитал.

На современном этапе своего развития понятие «индустрии гостеприимства» все ещё остается собирательным для многочисленных и разнообразных форм предпринимательства, которые специализируются на рынке услуг, связанных с приемом и обслуживанием гостей [4]. Однако, как и любая другая сфера экономики, индустрия гостеприимства нуждается в наличии определенной структуры и обеспечении её целостности, что, в свою очередь, укрепляло бы ее конкурентоспособность. На сегодняшний день индустрия включает в себя туризм, отдых, развлечения, гостиничный и ресторанный бизнес, общественное питание, экскурсионную деятельность, организацию выставок и проведение различных научных

конференций [7]. Учитывая многообразие форм деятельности, в работе был сделан акцент на двух из них – ресторанном и гостиничном бизнесе.

В частности, падение спроса на услуги и снижение доли конкурентоспособных предприятий можно продемонстрировать на примере ситуации, складывающейся на Красноярском рынке в сегменте общественного питания.

По данным информационного агентства REGNUM, в Красноярске из-за сложной экономической ситуации стали закрываться заведения общепита. В декабре 2014 года в краевом центре прекратили свою работу все заведения сети кафе «Вилка-ложка». А в конце января стало известно, что закрывается одно из старейших заведений города — бар «Чемодан». Причина — нерентабельность заведения в условиях кризиса.

В третьем квартале 2014 года потребительские расходы домашних хозяйств на питание вне дома составили 261,3 руб. в среднем за месяц на одного человека (в третьем квартале 2013 года — 246,6 руб.) [3].

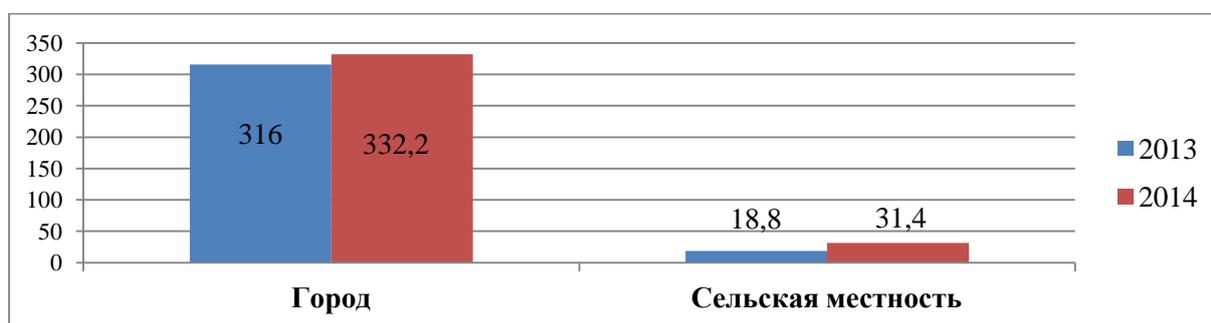


График 1 - Расходы домашних хозяйств на питание вне дома, тыс. руб.

Согласно данным Росстата, в 2014 году оборот рынка общественного питания повысился на 8,3% по сравнению с 2013 годом. Однако в январе оборот ресторанов, кафе, баров и других организаций общественного питания в России снизился на 3,6% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года, а за два месяца он сократился уже на 4,7% [1].

С апреля 2014-го по март 2015 года количество посещений предприятий общественного питания, включая столовые, снизилось на 1%, что равноценно потере 12 млн. клиентов. Однако первая половина прошлого года была вполне успешной для рестораторов, поэтому годовые данные не показывают всей серьезности ситуации. Однако же, если мы посмотрим на первые 3 месяца 2015 года, то увидим, что ресторанный рынок потерял 5% визитов по сравнению с прошлым годом, а в апреле падение составило уже 7%, то есть негативные тенденции только усугубляются [5].

Анализируя тенденции индустрии гостеприимства нельзя также не отметить текущее состояние дел гостиничного рынка, несомненно, представляющегося как один из наиболее важных ключевых элементов рассматриваемой сферы.

В первую очередь, необходимо сказать об общероссийской тенденции присутствия на рынке большого числа иностранных корпораций (График 2).

Международная компания EY, занимающаяся вопросами аудита, налогообложения и консультационного сопровождения сделок, провела исследование. В результате полученных в ходе исследования данных стало ясно, что 66 % гостиничного рынка у иностранных компаний. Основные игроки на российском гостиничном рынке - это 4 международные компании: «Accor Hotels»; «InterContinental Hotels Group»; «Marriott International»; «The Carlson Rezidor Hotel Group».

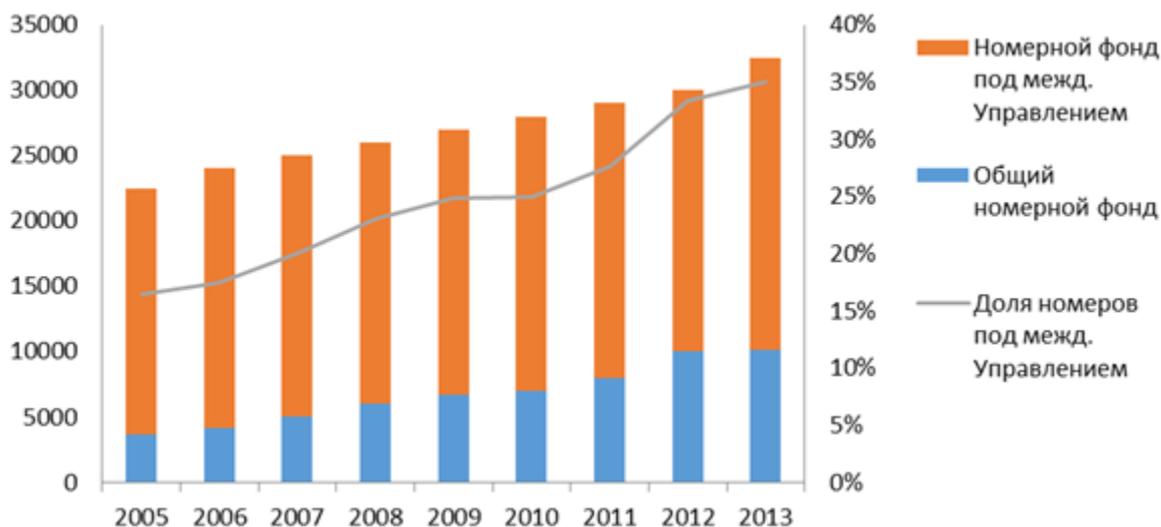


График 2 - Динамика освоения российского гостиничного рынка международными гостиничными операторами

Абсолютный лидер гостиничного рынка - компания «Accor Hotels». Ей принадлежит 27 гостиниц, общей вместимостью 5116 номеров. Эксперты прогнозируют, что через 5 лет у этой сети будет 74 гостиничных объекта в России, а номерной фонд достигнет 13860 номеров.

На последнем месте находится компания «Mamaison Hotels & Residences». Она владеет всего 1 гостиницей, вместимостью 84 номера и, по мнению экспертов, в ближайшие годы никаких изменений не произойдет.

По итогам проведенного исследования, специалисты компании Ernst & Young пришли к определенным выводам. Они считают, что ситуация на российском гостиничном рынке не отличается от мировых тенденций, за исключением США. Международные компании вырываются вперед, оставляя позади национальные гостиничные бренды [6].

Аналитики красноярского гостиничного рынка отмечают, что город сейчас довольно остро нуждается в новых высококачественных гостиничных объектах. Дело в том, что в Красноярске на сегодняшний день неплохо развито авиасообщение, что обеспечивает городу довольно большой приток гостей. Однако большая часть крупных гостиниц были построены в Красноярске еще в советское время [2].

В соответствии с функциональным назначением гостиничные предприятия г. Красноярска условно разделены на следующие виды:

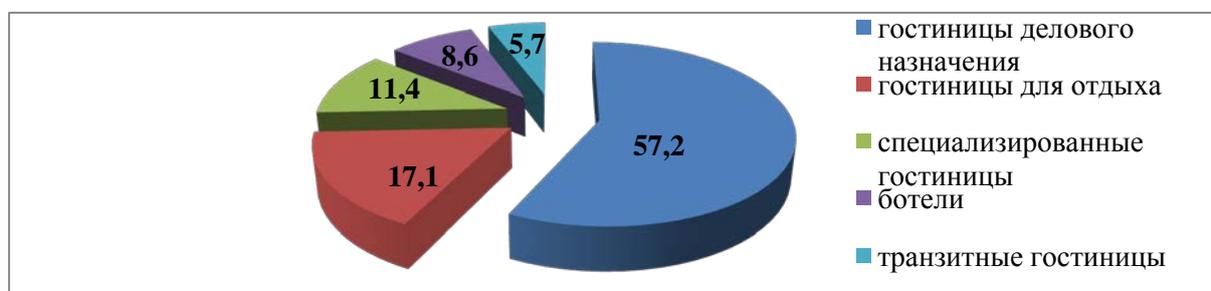


График 3 – Рынок средств размещения г. Красноярска, %

Будучи центром сырьевого региона, Красноярск имеет стабильный приток гостей [2]. В данной связи одним из отрицательных аспектов развития индустрии

гостеприимства в Красноярске является то, что начавшееся возведение пятизвездочной гостиницы Marriott приостановлено на неопределенный срок. Номерной фонд строящейся гостиницы должен был составить более двухсот номеров различной категории. При этом планировалась организация на территории отеля бального зала, несколько залов для проведения деловых мероприятий, ресторанов и спортивного бара.

Гостиничный рынок по-прежнему остается рынком продавца. Доля качественного предложения постепенно растет, однако возможности для развития далеко не исчерпаны [8]. Тем не менее, по данным РиаРейтинг Красноярский край занимает лишь 39 в региональном рейтинге развития гостиничной инфраструктуры.

С учетом специфики отечественного рынка услуг индустрии гостеприимства, можно сформулировать следующие принципы управления конкурентоспособностью предприятий, действующих внутри него:

1. Соответствие стратегии, формирования рынка услуг индустрии гостеприимства, общей стратегии развития хозяйственной системы.
2. Решающая роль факторов финансового и человеческого капитала в процессе развития.
3. Согласование экономических интересов основных субъектов рынка услуг.
4. Социальная ответственность государства и бизнеса за устойчивое и эффективное развитие индустрии

Политика государства в этом отношении должна строиться, исходя из потребностей обеспечения эффективного и устойчивого развития рынка услуг индустрии гостеприимства на перспективу.

Список литературы

1. В 2014 году рынок стрит-фуда составил 4% оборота рынка общественного питания [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rusfranch.ru/presscenter/publications/1688/>.
2. В Красноярске строится пятизвездочный отель [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://prohotel.ru/news-205266/0/>.
3. В Красноярском крае в 2014 году оборот общественного питания составил 18,6 млрд руб. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://regnum.ru/news/economy/1889694.html>.
4. Индустрия гостеприимства [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m19/2_5.htm
5. Обзор российского рынка общественного питания [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.foodmarket.spb.ru/current.php?article=2162>.
6. На гостиничном рынке России преобладают иностранные компании [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://prohotel.ru/review-218706/0/>
7. Романов В.В. Основы индустрии гостеприимства : учебное пособие / В.В. Романов, Д.И. Елканова, Д.А. Осипов. – М. – Дашков и Ко, 2011. – 248с.
8. Тенденции развития гостиничного бизнеса в России [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ey.com/RU/ru/Issues/Business-environment/EY-russia-blitz-survey-december-2014>.
9. Шашкина Н.В. Перспективы развития индустрии гостеприимства // Известия СПбУЭФ . 2013. №2 (80). С.145-147.



БАЗОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНЫХ ФИНАНСОВ

Галкин К.И.

научный руководитель канд. экон. наук, доц. каф. ЭУБП Бутакова Н.М.

Сибирский федеральный университет

Корпоративные финансы - совокупность экономических отношений, возникающих в процессе формирования, распределения и использования фондов денежных средств, образующихся в процессе производства и реализации продукции, работ и услуг [1].

В современном мире корпоративные финансы выступают основным звеном финансовой системы, в котором создается основная часть национального богатства общества и валовой национальный продукт. Именно в рамках корпоративных финансов образуется главный источник доходов государственного бюджета - налоговые платежи юридических лиц. В то же время закладывается основа для развития технологий, научно-технического прогресса, поскольку именно здесь формируется основная масса производственных, хозяйственных и финансовых отношений общества. Несомненным является и тот факт, что здесь создаются основные рабочие места, которые служат главным источником дохода для другого звена финансовой системы - финансов домашних хозяйств.

Корпоративные финансы как научное направление основываются на ряде базовых концепций, разработанных западными учеными-экономистами в рамках современной теории рынка, которые применяются для описания и анализа событий, происходящих на финансовом рынке и активно используются в финансовом менеджменте, который по мнению ряда авторов (М.А. Лимитовский, Е.Н. Лобанова, В.П. Паламарчук) является прикладной сферой корпоративных финансов [2].

Любая из концепций представляет собой самостоятельное направление корпоративных финансов, поэтому финансовая работа в организации должна строиться по нескольким концепциям одновременно. Между концепциями существует определенная взаимосвязь: концепция денежного потока базируется на концепции стоимости денег во времени; с концепцией эффективности рынка тесно связаны концепция стоимости капитала и концепция асимметричной информации; с учетом концепции стоимости денег во времени разработаны различные модели дисконтирования денежных потоков [3] и т.д.

Знание сути и взаимосвязи базовых концепций необходимо для принятия обоснованных решений в отношении управления финансами компании особенно в условиях повышения инновационной привлекательности корпораций – их способности четко и адекватно реагировать на малейшие изменения на рынке путем выпуска новой или усовершенствования старой продукции, внедрения новых технологий производства и сбыта, реструктуризации, усовершенствования системы внутрифирменного управления и использования новейших маркетинговых стратегий [5].

Осуществляя инновационную деятельность корпорации, как правило, преследуют цель долгосрочного эффективного функционирования на рынке. В результате основой конкурентной стратегии современных корпораций становится инновационный менеджмент и инновационная политика, конечной целью которой становится создание и реализация инновационных проектов.

Корпоративные финансы в целом составляют систему взаимосвязанных теоретических концепций, которую, по мнению И.А. Бланка [4], условно можно разделить на три группы и представить в виде схемы рис. 1).

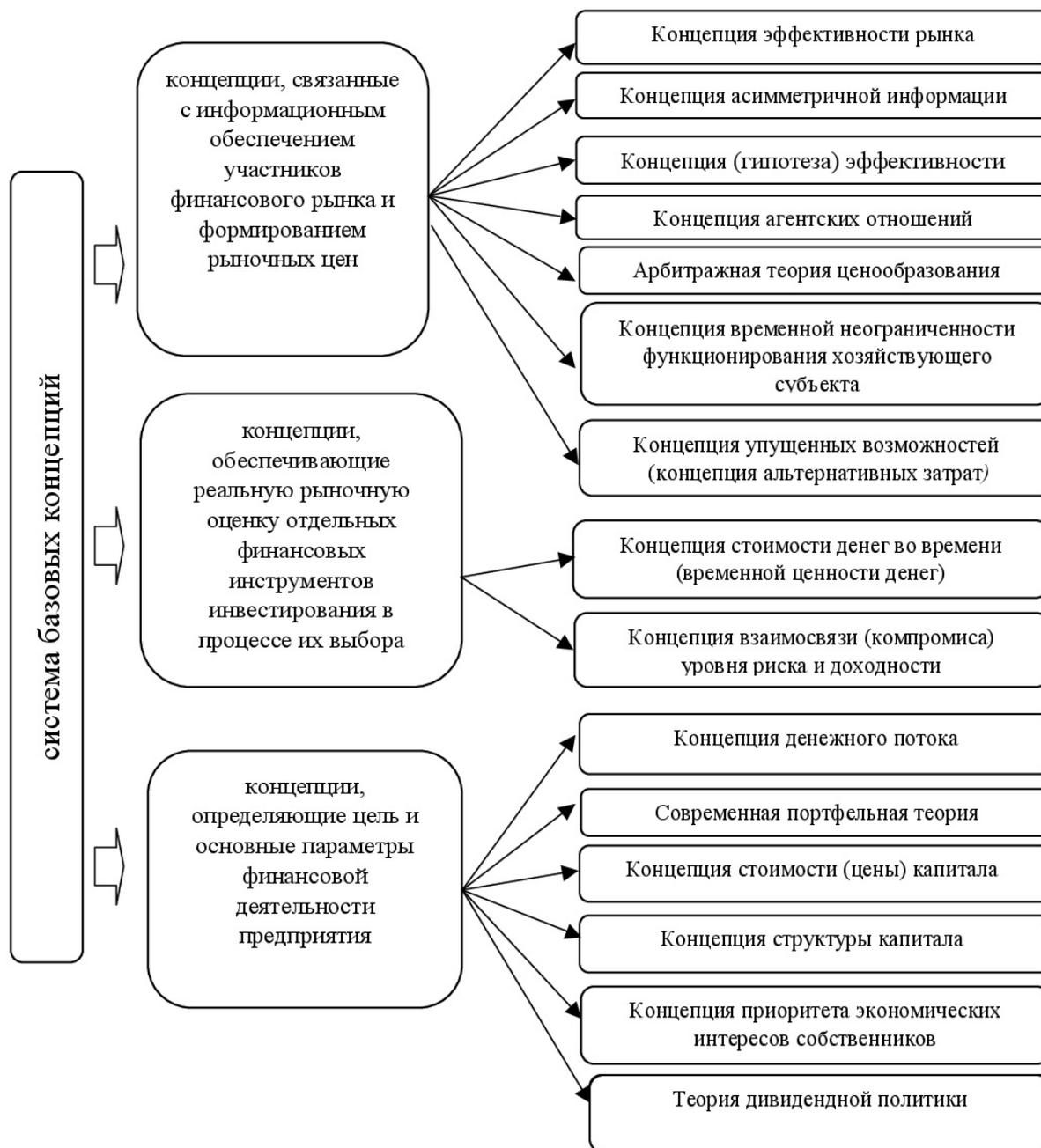


Рис. 1 – Система базовых концепций корпоративных финансов

Для того чтобы эта политика была реализована, необходимы соответствующие условия, важнейшим из которых является наличие достаточных инвестиций: финансовых средств, ценных бумаг, имущественных и иных прав, имеющих денежную оценку, вкладываемых в объекты предпринимательской деятельности с целью получения прибыли или другого полезного эффекта.

К наиболее широко обсуждаемым и используемым в настоящее время концепциям корпоративных финансов следует отнести:

- концепцию эффективности финансового рынка;
- концепцию асимметричной информации;
- концепцию временной неограниченности функционирования хозяйствующего субъекта;
- концепцию упущенных возможностей или концепцию альтернативных затрат;

- концепцию стоимости денег во времени;
- концепцию взаимосвязи уровня риска и доходности;
- концепцию денежного потока;
- концепцию стоимости капитала;
- концепцию структуры капитала;
- теорию дивидендной политики.

Ключевой вопрос, на который отвечают базовые концепции, - как выглядит финансовый рынок (рынок капитала) и как на этом рынке ведут себя участники (экономические агенты), как они принимают (на каких принципах) инвестиционные и финансовые решения.

Базовые концепции строятся на определенном видении финансового рынка, поведения инвесторов и менеджеров компаний. Естественно, возникает вопрос, насколько эти теоретические конструкции соотносятся с реалиями мира, в котором действуют частные инвесторы, компании (фирмы), государство и другие субъекты рынка и хозяйственных решений.

Следует отметить, что механическое копирование и использование зарубежных концепций и, соответственно, моделей управления финансами корпораций в современных российских условиях не только неприемлемо, но и невозможно. Это связано со спецификой отечественного финансового рынка, особенностями налогообложения, бухгалтерского учета и отчетности. Поэтому разработанные для развитых рынков капитала базовые концепции, также как и финансовые модели и инструменты финансового менеджмента, принятые в международной практике, нуждаются в адаптации к российским условиям.

Подведем итоги.

Корпоративные финансы сегодня остро необходимы некорпоративному пока по своей организационно-правовой структуре российскому бизнесу, который унаследовал административную экономику и безальтернативное управленческое мышление, бизнесу, который стремится набрать темпы и сделать решительный шаг в будущее.

По мнению одного из крупнейших экономистов XX в. Милтона Фридмана практика – критерий истины в выделении базовых теорий. Он считает, что уместным должен быть вопрос не столько о реалистичности предположений той или иной концепции, сколько о том, насколько хорошей аппроксимацией происходящих процессов и результатов теории позволяют добиться, насколько точные предсказания модель дает [1].

Список литературы

1. Ковалев В.В., Ковалев Вит.В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: учеб. пособие. Ч.1 -М.: Проспект, КНОРУС, 2010. - 768 с., 2010
2. Лимитовский М.А., Лобанова Е.Н., Паламарчук В.П. Финансовый менеджмент как сфера прикладного использования корпоративных финансов. В 2-х частях. М.: ВШФМ РАНХ и ГС при Президенте РФ, 2011. Электронный ресурс
3. Теплова, Т.В. Корпоративные финансы: учебник для бакалавров / Т.В. Теплова. - М.: Издательство Юрайт, 2013. - 655 с. - Серия: Бакалавр. Углубленный курс. Электронный ресурс.
4. Лекции.Ком [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://lektsii.com/>
5. Файловый архив для студентов [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://studfiles.ru/>



КОНФЛИКТ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ТРУДА

Дудкин А.А.

Научный руководитель ст. преподаватель Дудкина Г.В.

Сибирский федеральный университет

Анализ практики и научных публикаций в области управления человеческими ресурсами организации показал, что особое внимание уделяется исследованию процесса управления конфликтами в организации, формированию и развитию системы мотивации трудовой деятельности. Но работ в области исследования инструментальных особенностей конфликта и его роли в развитии системы мотивации труда, мы не встретили.

Причин для активизации внимания к проблеме управления конфликтом в этом аспекте несколько. С одной стороны, происходит обогащение содержания труда; рост значимости самоконтроля результатов трудовой деятельности работников; рост требований к организации труда; использование инновационных технологий. С другой стороны, социально-экономическая ситуация в нашей стране характеризуется высоким уровнем социальной напряженности, что вызывает возникновение большого количества конфликтных ситуаций в трудовых коллективах организаций.

Истоки исследований социальных противостояний находятся в фундаментальных трудах Г. Зиммеля, М. Вебера, Э. Дюркгейма, Г. Спенсера. Рассмотрение конфликта как нормы социальных отношений было проведено в работах Л. Козера, К. Болдинга, Т. Парсонса и других. Л. Козер предложил теорию позитивно-функционального конфликта. В рамках социологической теории конфликта Т. Парсонса, конфликт - это столкновение интересов, противоречие, борьба, противодействие и его рекомендуется непременно гасить. Попытка создания единой теории конфликтов с применением математического аппарата была предпринята в нашей стране В.В. Дружининым и Д.С. Которовым. Отечественные ученые А.В. Дмитриев, А.В. Анцупов, А.И. Шипилов, А.Я. Кибанов, И.Е. Ворожейкин и др. исследовали специфику современных социальных, организационных и социально-трудовых конфликтов в организациях [1,3].

Наша точка зрения заключается в том, что даже в организациях с эффективным управлением организационные конфликты не только возможны, но и желательны. Во многих ситуациях конфликт помогает выявить различные точки зрения, дает дополнительную информацию, помогает выявить большее число альтернатив и т.д. Это делает процесс принятия решений более эффективным, а также дает персоналу возможность удовлетворить свои потребности в уважении и власти.

На основе анализа научных исследований под системой мотивации труда мы понимаем комплекс мероприятий, включающих стимулирование труда, развитие персонала, стабилизацию коллектива, социальные программы и мероприятия, направленные на повышение результатов работы предприятия, повышение удовлетворенности работников и в целом роста эффективности работы предприятия.

Цель данной работы определить инструментальные особенности конфликта в системе мотивации труда.

А. Г. Здравомыслов, полагает, что движущей силой в конфликте является любопытство или стремление человека победить, или сохранить, или улучшить свое положение, безопасность, устойчивость в коллективе или надежда на достижение поставленной в явном или не явном виде цели [2]. Таким образом, конфликт помогает

выявить неудовлетворенные потребности сотрудников и применить к ним соответствующее стимулирующее воздействие, разумеется, если ресурсы организации это позволят. Соответственно, управление конфликтами представляет собой систему методов минимизации отрицательных последствий конфликтов и максимизации положительных аспектов конфликтных ситуаций во всех областях системы управления организацией, включая систему мотивации труда.

Исследуя инструментальные особенности конфликта, мы проанализировали содержание управления конфликтом и его динамику. Если учесть, что управление конфликтом реализуется через прогнозирование, предупреждение, регулирование и конструктивное управленческое решение, то необходимо понимать, как каждая из функций сопряжена с динамикой развития конфликта.

Известно, что прогнозирование осуществляется на базе изучения объективных и субъективных условий и факторов конфликтного взаимодействия между людьми, их индивидуально-психологических особенностей, а также анализ общих и частных причин конфликтов. В свою очередь, предупреждение базируется на прогнозировании конфликтов. А.Л. Свенцицкий определяет психологическую - трудовую совместимость как способность членов группы к совместной деятельности, основанной на их оптимальном сочетании. Совместимость бывает обусловлена как сходством каких-либо одних свойств членов группы, так и различием их других свойств. В итоге это приводит к взаимодополняемости людей в условиях совместной деятельности, так что данная группа представляет собой определенную целостность [5, с.45]. В этом случае на основе полученной информации о причинах назревающего нежелательного конфликта необходимо предпринять активные действия по нейтрализации причин.

Нами была исследована трудовая совместимость сотрудников предприятия в сфере деревоперерабатывающего производства ООО «Леспром». В исследовании принимало участие 32 сотрудника занятых в производственном цикле. Из них одна смена являлась экспериментальной группой, а другая смена составляла контрольную группу. На данном предприятии работает 4 смены по 8 человек (в смене 1 - старший смены). Все участники исследования имеют возраст от 20 до 40 лет, все мужчины, образование средне – специальное и незаконченное высшее. В качестве критерия трудовой совместимости в рабочей команде выделено подобие качеств, а именно ценностей и мотивов. Поэтому на первом этапе исследования для выявления однородных мотивов и ценностей с целью создания совместимой рабочей команды были проведено первичное тестирование методикой «Морфологический тест жизненных ценностей» (МТЖЦ) и методикой «Определение мотивации в работе» [4]. Мотивационная направленность в группе испытуемых, представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Доминирующие мотивы трудовой деятельности группы испытуемых.

Вид мотивов	Количество сотрудников, у которых преобладает данный вид мотивов
А - финансовые мотивы	10
В – признание и вознаграждение	3
С - ответственность	2
Д – отношения с руководителем	4
Е – продвижение по службе	5
Ф - достижения	2
Н – содержание работы	4
І - сотрудничество	2

После проведения тестирования на выявление мотивов и ценностных ориентаций сотрудников были сформированы две группы: экспериментальная, с однородными мотивами и ценностями и контрольная – сформированная по решению директора случайным образом из сотрудников, не вошедших в экспериментальную группу. Группы работали в течении месяца.

Таким образом, была реализована забота об удовлетворении нужд и запросов сотрудников, произведен подбор и расстановка кадров с учетом их индивидуальной, психологической, трудовой совместимости.

В период работы групп было простимулировано два организационных конфликта. В первом случае было нарушено соблюдение принципа социальной справедливости при принятии решений (дефицит ресурсов), затрагивающих интересы организации и сотрудников. В другом случае нарушен принцип эффективной коммуникации (способ доведения тех. задания до сотрудников).

Стимулирование, как функция управления, было предпринято с целью развития конструктивных конфликтов. Основными средствами стимулирования конфликта стало вынесение проблемного вопроса для обсуждения на собрании, критика сложившейся ситуации на совещании.

Регулирование в стадии признания реальности конфликта участниками конфликтного взаимодействия было переведено в стадию легитимизации, т.е. достижение соглашения между конфликтующими сторонами по признанию и соблюдению установленных норм и правил конфликтного взаимодействия, а затем в стадию институциализации конфликта, т.е. создания соответствующих органов, рабочих групп по регулированию конфликтного взаимодействия.

В экспериментальной группе разрешение конфликта было полным и не оказало влияние на производительность труда. В то время, как в контрольной группе при устранении причин конфликта, разрешение конфликтной ситуации было не полным, т.к. взаимные обвинения стали конфликтогенным фактором для зарождения межличностных конфликтов. Производительность труда в данной группе упала на 45% за счет увеличения отходов производства, увеличения потребления ресурсов и увеличения времени отведенного для изготовления партии продукции. Конфликт получил вектор деструктивного развития.

На завершающей стадии управления конфликтом – принятие конструктивного решения была проведена ротация кадров в соответствии с психологической и трудовой совместимостью, разработаны дополнительные требования для замещения вакантных должностей при отборе и подборе кадров, внедрен алгоритм доведения технического задания до исполнителей, перераспределен ресурс материального стимулирования по результатам труда сотрудников производственного цикла предприятия. Следовательно, система трудовой мотивации в области оплаты труда, культуры производства, системы ответственности, морального стимулирования, корпоративной идеологии и материального стимулирования претерпела качественное преобразование.

Анализ экономических показателей деятельности предприятия за следующее полугодие показал устойчивую динамику роста производительности труда 5% - 10% в месяц в соответствии с коэффициентом прогноза социально-экономической эффективности мероприятий развития системы мотивации труда. Полученный опыт приводит к эффективной работе предприятия и пониманию того, что конфликты искусственно встраиваются в структуру организации, чтобы получить нужный положительный эффект. Роль конфликта в развитии системы мотивации предприятия зависит от того, насколько эффективно им управляют.

Чем больше количество разнообразных потребностей реализует человек посредством труда, чем многообразнее доступные ему блага, а также чем меньшую



цену по сравнению с другими видами деятельности ему приходится платить, тем важнее роль труда в его жизни, тем выше его трудовая активность.

Таким образом, благо становится стимулом труда, если оно формирует мотив труда. В одном случае речь идет о работнике, стремящемся получить благо посредством трудовой деятельности (мотив), в другом – об органе управления, обладающем набором благ, необходимых работнику, и предоставляющем их ему при условии эффективной трудовой деятельности (стимул).

Сопоставим его с задачами менеджмента: установление целей, распределение ресурсов, планирование, организация, мотивация, лидерство и контроль достижения поставленных целей. Несмотря на то, что и в одном случае, и в другом речь идет о процессе управления, данные определения не пересекаются. Они и не должны пересекаться, так как конфликт является одновременно объектом управления, ограничением, при достижении целей, и средством достижения целей менеджмента.

Возможность развития любого предприятия заключается в способности найти и удержать у себя квалифицированных специалистов, талантливых работников. Материальные стимулы, безусловно, играют здесь большую роль. Но все большую роль начинают играть эмоциональные факторы, и роль их будет возрастать. Только комплексная система мотивации с обязательным учетом эмоциональной составляющей позволит добиться от персонала полной самоотдачи на работе, максимальной эффективности и продуктивности.

Развитие системы мотивации в организации представляет собой как экономическую проблему, потому что эффективная система мотивации позволяет повысить экономические показатели деятельности организации, удовлетворить экономические потребности ее членов, так и психологическую проблему, поскольку при ее развитии должны учитываться идеалы, стремления, потребности в достижении и самовыражении ее участников.

Таким образом, конфликт может рассматриваться как инструмент развития системы мотивации труда. Система мотивации труда должна быть структурой подвижной, избавляющейся от невостребованных элементов и берущей на вооружение те мероприятия, которые будут иметь должное стимулирующее воздействие на персонал. Только при соблюдении таких условий система мотивации будет способствовать достижению организационных целей предприятия.

Список литературы

1. Дмитриев, А.В. Конфликтология: крат. терминолог. слов / С.-Петерб. гос. ун-т профсоюзов. СПб., 2012. - 66 с
2. Здравомыслов, А.Г. Поле социологии в современном мире. М.: Логос, 2010. - 410 с.
3. Кибанов А.Я., Коновалова В.Г., Белова О.Л. Управление конфликтами и стрессами/ учебно-практич. пособие: М.: Проспект, 2015. - 88с.
4. Ребров А.В. Влияние структуры мотивации работника на результативность труда Новая парадигма в управлении мотивацией LAP LAMBERT Academic Publishing 2011. – 156с.
5. Свенцицкий А.Л. Психология управления организациями. – СПб.: Изд-во СПбГУ. 2009. – 427с.



ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНИ КОМПАНИИ

Елеонович А.Р.,

научный руководитель доц., канд. филос. наук Гуляева Н.П.

Сибирский федеральный университет

Как известно развитие компании и успешное осуществление ее деятельности, так или иначе приводит к её росту. Тем самым наращивается влияния в обществе, что непосредственно приводит к каким-то ожиданиям общества и действиям со стороны компании. Поэтому внедрение корпоративной социальной ответственности (КСО) является шагом для удовлетворения ожиданий потребителей, а также в целом местного сообщества и сохраняет лояльность к деятельности компании в дальнейшем. Однако существенным вопросом является: когда начать осуществление КСО и какова степень нашей готовности?

Для решения данного вопроса необходимо рассмотреть жизненный цикл компании и необходимость внедрения КСО в ней. Поэтому в данной работе будут рассмотрены возможность и необходимость внедрения КСО на той или иной стадии жизненного цикла.

Ключевым аспектом является выбор модели жизненного цикла, который в нынешней теории организации имеет различные вариации. Существуют как обобщённые модели, включающие 4 стадии в виде: становление; рост; зрелость и упадок. Есть поздние вариации, основывающиеся на каких-то определённых факторах при формировании модели, как у российских исследователей и консультантов Е. Емельянова и С. Поварницына: этап «Тусовка»; этап «Механизация»; этап «Внутреннее предпринимательство» и этап «Управление качеством» [1]. Однако в данной работе в качестве базы выбрана более обширная модель - Ицхака Адизеса, в которой компания, представляется как живой организм и проходит через схожие стадии жизненного цикла и демонстрируют прогнозируемые и повторяющиеся модели поведения [2]. В модели Адизеса выделяется 9 стадий развития компании, которые будут продемонстрированы позднее.

В данной работе нами не будут детально описаны каждые стадии модели Адизеса, так как существует множество трудов, связанных с этим. Ключевой же особенностью данной работы является сопоставление теории и практики осуществления КСО с привязкой к данной модели жизненного цикла.

Первоначально определим ряд критериев. Первый из них – направления, в которых реализуется КСО. Выделяют следующие направления - ответственные практики в отношении персонала; охрана окружающей среды; добросовестные деловые практики; ответственные практики в отношении потребителей; развитие местных сообществ; благотворительность и волонтерство [3].

Следующий критерий - цели, для которых реализуется КСО. Выделяют следующий перечень [4]: увеличение прибыли, темпов роста; получение доступа компании к социально-ответственным инвестициям; сокращение операционных расходов; улучшение брэнда и репутации; рост продаж, повышение лояльности клиентов; повышение производительности и качества продукта (услуги); расширение возможностей по привлечению и удержанию сотрудников; сокращение претензий со стороны регулирующих органов; улучшение управления рисками; рост конкурентоспособности.

Последний критерий - это механизмы управления КСО. В практике выделяют следующие ключевые механизмы [3]:

- разработка и внедрение стратегии КСО, определяющую позицию компании в отношении вопросов устойчивого развития и ее приоритеты в области КСО;
- разработка и внедрение положений и политик, регламентирующих деятельность по отдельным направлениям КСО;
- закрепление за одним из представителей высшего менеджмента компании функций по руководству и ответственности за направление КСО;
- формирование в компании специального подразделения, занимающегося вопросами КСО;
- включение в должностные обязанности сотрудников иных подразделений положений, связанных с деятельностью в области КСО;
- создание рабочих групп в составе представителей различных подразделений компании по отдельным приоритетным направлениям КСО;
- интеграция принципов КСО в корпоративную культуру, в том числе на уровне неформальных ценностей;
- демонстрация руководством компании приверженности идеи КСО, в том числе повышение открытости, подотчетности за результаты своих действий и решений, готовность к диалогу с сотрудниками;
- создание системы стимулов и поощрений для сотрудников всех уровней, которые активно продвигают и применяют принципы КСО в своей работе.

Все вышеуказанные компоненты КСО: направление, цели и механизмы. Необходимы нам для описания степени готовности компании к реализации КСО на различных стадиях жизненного цикла и являются одними из критериев описания.

Так как реализация практик КСО не является обязательной для всех компаний, то в качестве объектов выступают компании, для которых КСО не является критическим, такие как производственные, строительные, торговые и т.д.

Вернемся к ключевой задаче данной работы - описанию внедрения КСО на различных этапах. Для этого постепенно рассмотрим каждый этап жизненного цикла со всеми обоснованиями по возможному внедрению КСО.

1. Выхаживание. На данном этапе компания только зарождается, накапливает конъюнктуру на рынке и капитал для стабильной работы. Эта стадия с высокой долей неопределенности. Какой бы перспективной не была компания, реализация КСО на этом этапе маловероятно, так как у компании нет мыслей и свободного времени на создания программ по её реализации. Однако на данном этапе формируется прообраз практик в следующих направлениях - деловые практики, в отношении персонала, а также в отношении потребителей. Среди первоочередных целей можно выделить - рост конкурентоспособности и увеличение прибыли, что возможно при реализации КСО, хотя зачастую этого добиваются за счет выравнивания своего положения на рынке и стабилизации деятельности. Среди механизмов выделяются – приверженность и демонстрация руководством использования идей КСО, а также интеграция принципов при формировании культуры.

2. Младенчество. На данном этапе возрастает роль коллектива как общего организма, очень важным является приверженность всех для достижения целей. Уже на этом этапе можно формировать базу КСО, при этом направления аутентичны со стадией выхаживания, однако основной упор делается на практики, связанные с персоналом. При этом среди целей преобладающими являются – привлечение и удержание сотрудников. Среди механизмов высокое внимание относится к созданию стимулов, закреплению политики в нормативных документах и внедрению КСО в

корпоративную культуру. Эти решения помогают сплотить коллектив и избавиться от проблем с сохранением кадров.

3. Стадия быстрого роста. При этом этапе компания финансово стабилизируется, налаживается связь в коллективе, однако остается проблема с внешней средой. На этой стадии компания может решать проблемы, связанные с окружением -развивая деловые практики, связь с потребителями и как-то проявляя себя перед местным сообществом. При этом основными целями становятся – лояльность клиентов, увеличение прибыли и рост конкурентоспособности. Для достижения данных целей внедряются не только ране указанные механизмы, но также делается упор на внедрение стратегии КСО для обеспечения устойчивого развития, а также регламентация всех позиций в нормативных документах. Реализация КСО на данном этапе ослабляет неопределенность, вызванная внешней средой, позволяя развиваться компании быстро и равномерно.

4. Юность. На этом этапе компания развилась – увеличился штат, появилась необходимость в делегировании задач, возрастают амбиции персонала и их требования к компании. Ключевыми направлениями остаются – практики по персоналу, деловые, а также в отношении потребителей и сообществ. При этом ключевыми целями выступают – увеличение темпов роста, удержание сотрудников и сокращение операционных издержек. Используются следующие механизмы - связанные с нормативной частью и выделение ответственности по КСО как отдельному менеджеру, так и в виде подразделений.

5. Расцвет. Самый оптимальный этап для проявления социальной активности. У компании расширяются возможности и увеличивается желания в реализации КСО. На данном этапе направления КСО не только внутренние, но и переходят на окружение - охрана окружающей среды и благотворительность. Ключевые цели расширяются, теперь основа – это улучшение брэнда, доступ к социально-ответственным инвестициям и рост лояльности регулирующих органов. Реализуются эти цели через - созданные подразделения КСО, активно прописывается документация и стратегия, применяются методы по КСО. При этом реализация практик социальной ответственности позволяет не переходить в стадии старения и оставаться на этапе развития компании продолжительное количество времени.

6. Стабилизация. Первая стадия старения, в которой показатели эффективности остаются на одном уровне, большая ориентация на предыдущий опыт. При реализации практик необходимо совмещать все направления развития КСО от персонала до волонтерства. В большей степени необходимо наращивать темпы роста и прибыли, пытаться сохранить кадры и увеличивать значимость брэнда. Используй при этом такие механизмы как расширение и создание стимулов, создания стратегии и положений по КСО, а также немаловажным будет демонстрация приверженности КСО верхнего руководства. Данные действия позволят увеличить лояльность как во внешней, так и во внутренней среде и позволят компании находиться в состоянии стабильности определенное время.

7. Аристократизм. Данный этап характерен ростом брэнда компании с одной стороны и снижением результативности деятельности с другой. В данном случае можно реализовывать КСО по всем направлениям, но акцентировать внимание на потребителей и деловую практику. Компания ставит своими целями – рост прибыли и продаж, а также ускорение производительности для наращивания своих финансовых упущений. Для этих целей подойдут следующие механизмы – разработка нормативов и стратегии, а также основной упор на создание стимулов и закрепление реализации КСО менеджерами подразделений. Это приводит к стабильной деятельности каждого отделов и наращиванию необходимых показателей.



8. Ранняя бюрократизация и бюрократизация. Оба этих этапа представляют собой наращивание проблем – рост регламентации всех действий, перекладывание ответственности, а также борьба за власть и право голоса в компании. На данных этапах ключевые направления связаны с персоналом и внешней среды - развитие местных сообществ и т.д. В качестве целей компания выделяет - сохранение персонала, управление рисками и лояльность со стороны регулирующих органов – связано это с возможностью поблажек при проверках, документальных оформлениях и прочего. Реализуется через следующие механизмы – создание стратегии и развитие стимулов, а также высокая вовлеченность управляющего персонала в идеи КСО. При этом снижается роль документального формирования КСО из-за и так большой бюрократии. При реализации КСО на этом этапе, компания сдвигает возможность гибели компании и позволяет ей функционировать при существующих условиях внешней среды, а также дает шанс на наращивание возможностей компании.

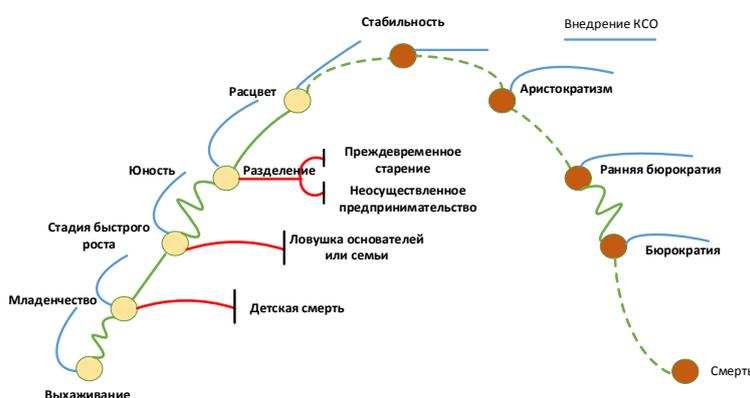


Рис. 1 – Модель жизненного цикла Ицхака Адизеса

На рисунке 1 можно увидеть, что происходит с компанией при реализации КСО. Как можно заметить здесь использован тот же принцип ответвлений, только не с позиции смерти компании, а возможности без проблемного развития, которые представлены синими линиями. КСО помогает как в достижении целей компании, которые указаны в данной работе, так и создает определенного рода амортизацию на воздействия из внешней среды и позволяет увеличить её жизненный цикл. В заключении, внедрение КСО - это трудоемкий процесс, требующий знаний в положении компании и описанные выше ситуации носят лишь прогнозный характер, но позволяют представить возможные варианты событий и действия необходимые для осуществления грамотной политики.

Список литературы

1. Будущее вашей организации: модели жизненных циклов и развития бизнеса [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/model-zhiznennyj-cikl-razvitie-grejner-adizes-model-organizacija-rost-krizis-jetap/>
2. Теория жизненных циклов организации И.Адизеса и российская действительность [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.src-master.ru/article26071.html>
3. Корпоративная социальная ответственность [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vyb.ru/common/upload/files/vyb/kso/ksobook2011.pdf>
4. Шапочка Е. Стратегии социальной ответственности в маркетинге компаний [электронный ресурс]. Режим доступа: http://iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_2467

К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ

Елистратова А.И.,

канд. экон. наук, доц. кафедры менеджмента устойчивого развития

Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского

Ориентированность экономики Крыма на стабилизацию и рост эффективности предприятий определяет необходимость внедрения антикризисных методов в общей системе управления деятельностью предприятий. Основой конкурентных преимуществ в условиях кризиса, является поиск благоприятных условий для осуществления процессов развития соответствующего вектора и траектории, которые позволяют максимально использовать существующие преимущества предприятий и осуществить эффективное развитие на основе оперативных, тактических и стратегических методов.

В настоящее время возможность выживания и функционирования в динамичных неблагоприятных условиях внешней среды определяется тем, насколько компетентны руководители предприятий в вопросах эффективного управления. При этом эффективное управление должно не только определять общую концепцию бизнеса, его ключевые конкурентные преимущества, направления развития и будущее видение бизнеса, но и объединять все специализированные подсистемы управления, а именно ресурсы, бизнес процессы, качество, инвестиции, инновации, рыночные возможности. Процессы совершенствования создают основу для развития, а в большинстве случаев изменяют его, так как увеличивается период устойчивого текущего функционирования предприятий. Совершенствование в целом представляет собой систематическую деятельность относительно оптимизации внутренней среды и бизнес-процессов предприятия на основе использования существующего потенциала (резервов) для повышения эффективности его хозяйственной деятельности. При этом на предприятии создаются новые ценности продукта для потребителя, а следовательно, увеличивается его стоимость.

С целью создания эффективной системы управления предприятием необходимо привлечение практического опыта внедрения известных методов и моделей управления. В современном менеджменте существует несколько методик формирования систем управления эффективностью, которые могут быть использованы в управленческой деятельности, в частности, Economic Value Add (добавленная экономическая стоимость), VBM (целостно-ориентированное управление), MBO (Management by Objectives), EFQM (Европейская система совершенствования управления), Six Sigma, Business Performance Management (BPM), BSC (система сбалансированных показателей).

Концепция системы управления (Value Based Management), ориентированная на стоимость допускает, что все методы, реализованные предприятиями должны быть направлены на увеличение его стоимости [1, с.76]. Однако в рамках европейской модели менеджмента кроме увеличения доходов акционеров, данная система должна обеспечивать повышение удовлетворения персонала, формирование долгосрочных отношений с клиентами и взаимовыгодные отношения с поставщиками.

В системе управления, ориентированной на стоимость определения стоимости компании оценивается дисконтированной величиной будущих денежных потоков (Cash Flow), а экономическая добавленная стоимость (Value Added) возникает в том случае, если рентабельность активов (Return on Assets, ROA) компании превышает средневзвешенные затраты на капитал (Weighted Average Cost of Capital, WACC).

К системе управления эффективностью принято относить европейскую систему совершенствования управления (EFQM), однако данная система управления больше направлена на управление качеством [2, с. 83]. Модель EFQM основана на том, что менеджмент можно считать усовершенствованным, если результаты не только соответствуют ожиданиям всех заинтересованных сторон, но и превышают их, при этом существует возможность корректировать политику предприятия, его цели, задачи и стратегии в соответствии с изменениями интересов сторон.

Выделяют еще одну систему управления эффективностью - Six Sigma, основанную на совершенствовании бизнеса посредством поиска и устранения причин ошибок в бизнес- процессах, которые касаются исключительно важных для потребителей исходных параметров.

Business Performance Management (BPM) – технология управления результативностью бизнеса возникла в результате эффективного использования системы управления ресурсами (ERP - системы) [3, с. 34]. Данная система управления позволяет определять стратегические цели, а затем оценивать эффективность своей деятельности относительно этих целей и управлять процессом их достижения. При этом ключевые BPM-процессы связаны с реализацией стратегии предприятия и включают финансовое и оперативное планирование, консолидацию и отчетность, моделирование, анализ и мониторинг ключевых показателей эффективности.

Эффективная реализация стратегии управления эффективностью осуществляется на основе прогрессивных инструментов, объединенных в общую систему сбалансированных показателей (BSC) [4,с.126]. При этом система стратегического управления предприятием рассматривается как система, состоящая из совокупности финансовых и нефинансовых показателей, объединенных в четыре группы, обозначенными как перспективы: финансы, клиенты, внутренние процессы, обучение и развитие. Именно эти перспективы являются основой стратегического управления предприятием.

Совершенствование системы управления эффективностью предприятий является необходимым условием повышения его конкурентоспособности как социально-экономической системы и должно быть основано на экономическом анализе, учете и контроле, а также на методическом обеспечении устойчивого развития предприятия с учетом нестабильной конкурентной среды. Новый этап рыночных изменений в экономике Крыма должен обеспечить необходимость усиленного внимания к проблемам выделения приоритетных целей и задач функционирования, а также разработки стратегий развития, адаптированных к внешним рыночным и внутренним возможностям и ограничениям. Современный набор методов и функций управления необходимо постоянно развивать и совершенствовать с целью формирования действенной системы управления эффективностью предприятий.

Список литературы

1. Эшуорт Г. Менеджмент, основанный на ценности (Value - based management)/ Эшуорт Г., Джеймс П. – М.: Инфра-М, 2005. – 190 с.
2. Маслов Д. В. От качества к совершенству. Полезная модель EFQM/ Маслов Д. В. – М.: изд. «Стандарты и качество». – 2008 г. – 152 с.
3. Концепция Business Performance Management: начало пути / Е.Ю. Духонин, Д.В. Исаев, Е.Л. Мостовой и др.; [ред. Г.В. Генса]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 269 с.
4. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Каплан Р., Нортон Д.; [пер. с англ.]. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 304 с.

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В УПРАВЛЕНИИ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ

Ерыгина Н.С.

научный руководитель канд. экон. наук Беломытцева О.С.

Национальный исследовательский Томский государственный университет

В настоящее время практическое использование достижений менеджмента как науки, а также разработанных на их базе технологий, методов управления требует от руководителей высокой квалификации, значительного повышения подготовки менеджеров в высших учебных заведениях, адаптации учебного процесса к мировым тенденциям. Традиционное определение менеджмента как процесса управления, включающий такие функции, как прогноз, планирование, организация, координирование и контроль, уже не в полной мере соответствует действительности [1], сложившейся в современной экономике, основными характеристиками которой являются:

а) появление ряда новых функций, в число которых входят интеллектуальное лидерство в управлении проектами, интеллектуальный процесс развития индивидуальных внутренних ресурсов менеджера и работников организации, совершенствование предпринимательских навыков, постоянные инновации;

б) нестабильность и динамичность внешних условий, которые способствуют тому, что управленцы должны быстро реагировать на изменения и в связи с этим ставить новые цели;

в) возникли изменения в отношениях между персоналом и руководством: теперь задача менеджеров состоит в том, чтобы вести за собой; целью является направить сильные стороны отдельного работника и знания в нужное русло, сделать их продуктивными;

г) переход квалификации менеджеров на более высокий уровень, связанный с использованием новых методов планирования, усовершенствованных информационных технологий и технических средств (высокопроизводительные ЭВМ, Интернет и другие);

д) находит свое место в принятии решений фактор риска;

е) появление перед управленцем задачи, сутью которой является создание положительного имиджа предприятия на рынке.

Сегодня к характерным чертам модели руководства также относится контроллинг, роль которого высока в разработке стратегии управления производственными процессами. Но для начала попытаемся понять, что представляет собой контроллинг и какое место он занимает в процессе руководства предприятием.

На данный момент контроллинг – это инструмент управления крупными корпорациями – реализует информационное обеспечение процессов принятия решений, направляет деятельность подразделений организации на достижение ключевых оперативных стратегических целей, переводя управление на качественно новый уровень [2]. Развитие контроллинга объясняется следующими факторами:

а) нестабильность, переменчивость внешней среды определили более высокие требования к системе управления, среди которых:

1) необходимость обратить внимание на перспективу, составлять прогнозы, направленные на анализ будущего;

2) гибкость управления, незамедлительная реакция на изменения внешней среды;

3) разработка программы действий по стратегической безопасности;

б) большой информационный поток и связанная с этим необходимость отбора востребованной для решения определенной проблемы информации.

Хотя термин «контроллинг» начал использоваться в деловых кругах еще в 1990-х гг., пока даже крупные российские предприятия зачастую знают о ней лишь понаслышке. Такая система управления пока только создается на корпорациях России, внедряется в отрасли с очень жесткой конкуренцией (автомобилестроение и т.п.), в крупные компании, делая их более «бережливыми», а для малого и среднего бизнеса остается слишком дорогим удовольствием на данный момент.

Говоря о других существенных характеристиках системы руководства на данный момент, следует отметить некоторые сравнительные черты менеджмента в нашем государстве и за рубежом. Первое, на что нужно обратить внимание, это проведенные исследователями наблюдения. Они показали, что для россиян-управленцев отношения между людьми сегодня важнее бизнеса, которые работают, чтобы жить (для североамериканцев наоборот, они живут, чтобы работать, бизнес важнее). Отечественные специалисты предпочитают спокойную атмосферу внутри учреждения, поощряют коллективный труд, и весь рабочий персонал трудится по моральным нормам, как в семье (североамериканцы находят конкуренцию внутри организации двигателем процесса, одобряют желание каждого добиться наилучших индивидуальных результатов). Такие признаки менеджмента существенно отличаются от англосаксонской модели, и в то же время ощущается аналогия российских ориентиров с японскими бизнес-стандартами. Система пожизненного найма, характерная для страны цветущей сакуры, не применяется в РФ, однако многие россияне работают на одном предприятии в течение длительного времени, иногда даже на протяжении всей трудовой деятельности, что связано с ограниченным числом предприятий во многих регионах нашей страны, низкой миграционной активностью, возможностью родственных связей для работников. И в условиях долгосрочной занятости модель руководства в России является менее совершенной. Управляющим нашей страны следует обратить внимание на систему кадровой ротации, применимую в Японии и дающую возможность ознакомления с различными задачами организации при перемещении с одного служебного места на другое. Это позволяет избежать выполнения однообразных функций, повышает интерес работников к выполнению трудовых обязанностей, способствует их профессиональному росту.

Рассмотрев основные особенности менеджмента на современном этапе его развития, перейдем к исследованию роли системы управления в условиях рыночной экономики, которая заключается в обеспечении бесперебойного функционирования руководства предприятием. Роль менеджмента определяется эффективностью управления, объединяет три составляющие: экономический, социальный и общий социально-экономический эффекты.

Экономический эффект характеризует стоимостную форму и позволяет увидеть непосредственные изменения в виде роста объемов, уменьшения издержек, связанных с производственной деятельностью, увеличения прибыли.

Социальный эффект, в свою очередь, определяет качественное улучшение условий труда, уменьшение количества профзаболеваний, что, тем самым гарантируя экономию финансовых ресурсов и снижение затрат на выплату различных пособий.

Общий социально-экономический эффект характеризует результат деятельности через различные экономические показатели – поступательное увеличение объемов, уменьшение затрат предприятия, стабильность производства, прирост прибыли, устойчивое положение на рынке.

Таким образом, в настоящее время от менеджеров требуется более профессиональная подготовка, обладание определенными навыками, квалификацией,



что связано с внедрением в систему управления новых технологий, необходимостью повышать имидж предприятия, быстро реагировать на происходящие изменения внешних условий. Также одной из особенностей современного менеджмента является появление контроллинга, направленного на информационное обеспечение процессов принятия решений на крупных корпорациях.

Сравнивая отечественную модель руководства с другими странами, следует отметить, что она отличается от западной системы управления по следующим параметрам:

а) поощрение коллективного труда в России, и одобрение индивидуальных достижений североамериканцами;

б) установление отношений между рабочими по моральным нормам, как в семье, создание спокойной атмосферы в нашей стране, и предпочтение конкуренции внутри организации при англосаксонской модели.

По данным параметрам можно определить аналогию российских ориентиров с японскими бизнес-стандартами. При долгосрочной занятости опостылевшая работа снижает интерес к выполнению обязанностей, связанных с занимаемой должностью, подавляет инициативу и препятствует профессиональному росту, вследствие чего возникает необходимость внедрения ротации кадров, применимой в Японии.

Говоря о роли системы управления, можно выделить три основных эффекта:

а) экономический: характеризует стоимостную форму. Примером такого эффекта может послужить внедрение предприятием ЗАО «Теплоэффект» в системах отопления Волгоградской области пластинчатых теплообменников вместо кожухотрубных, который составил 290 тысяч рублей в результате сокращения расходов на топливо;

б) социальный: влияет на улучшение условий труда. Программа В. Путина нацелена на положительный социальный эффект ввиду создания 25 миллионов рабочих мест, позитивное действие которого выражается в расширении занятости, сокращении безработицы, и как следствие повышении уровня жизни населения;

в) общий социально-экономический: определяет результат производственной деятельности.

Список литературы

1. Медведев Н.А. Менеджмент и менеджер. Вестник Московского государственного университета леса – Лесной вестник. 2007. № 3. С. 47-50
2. Кравченко О.А. Сущность контроллинга. Вестник науки и образования. 2014. № 1. С. 1-2
3. Кравченко О.А. Принципы контроллинга. Проблемы современной науки и образования. 2014. № 1. С. 52-53
4. Адилова Д.А., Бетева А.Р. Основные особенности современного менеджмента. Экономика и современный менеджмент: теория и практик. 2015. №5. С. 1-6
5. Ерыгина Н.С. Роль организации менеджмента фирмы в повышении конкурентоспособности страны. Сборник статей Международной научно-практической конференции «Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности». 2016. Ч.1. С. 132-133
6. Экономика и менеджмент [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://utmagazine.ru/posts/9557-ekonomika-i-menedzhment>



РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ СТАТИСТИКИ ДЛЯ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖЕРА

Игнатъева Т.А.

научный руководитель канд. экон. наук, доц. Александрова А.И.
Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет
информационных технологий, механики и оптики

Современная статистика является такой наукой, которая имеет свой объект, предмет, и, конечно же, специфические методы исследования.

В статистической науке обычно выделяют следующие уровни:

1. Общая теория статистики.

Общая теория статистики занимается процессом разработки понятийного аппарата и системы категорий статистической науки, ее общих принципов и правил проведения статистических исследований, универсальных методов обработки информации, то есть разработкой общей методологии статистического исследования массовых общественных явлений.

2. Экономическая и социальная статистики.

Экономическая статистика – специализируется на исследованиях различных экономических явлений и процессов, а также их количественной оценкой и разработкой синтетических экономических показателей, например, таких как валовое национальное богатство, ВВП, НД и т.д.

Социальная статистика, в свою очередь, специализируется на исследованиях и разработке обобщающих показателей, которые встречаются в разных областях общественной жизни: политика, наука, культура и др.

3. Отрасли экономической и социальной статистики.

В экономической статистике можно выделить ее следующие направления:

- промышленности,
- связи,
- сельского хозяйства,
- транспорта,
- торговли,
- строительств,
- природных ресурсов, и т. д.,

В социальной статистике обычно выделяются следующие отрасли:

- права,
- здравоохранения,
- науки,
- политическая статистика,
- населения и т.д.

Задачу отраслевой статистики можно обозначить как изучение массовых явлений, которые имеют место в соответствующих отраслях и сферах общественно-экономической жизни [1].

Эффективный управляющий - это не только гуманитарий, но и человек, который умеет получать и анализировать статистические оценки.

Любая организация производит свой товар и услугу, и для того, чтобы оценить эффективность своей работы необходимо иметь не только качественные, но и количественные характеристики. Цифровые показатели в свою очередь характерные

особенности и реализуют ряд функций, без выполнения которых невозможно представить современное успешное предприятие. Перечислим основные шесть из них:

— благодаря цифровым показателям становится возможным легкое измерение необходимых показателей и их дальнейшая оценка;

— с помощью получения статистических оценок становится возможным сравнение и анализ имеющихся данных, выявление положительной или отрицательной динамики какого-либо явления;

— возможность получения информации о наличии или об отсутствии взаимосвязей между экономическими явлениями;

— благодаря выборочному исследованию можно экономить время, денежные и человеческие ресурсы на анализ производимой продукции;

— управление на основе цифровых показателей и статистики менее рискованно, чем на основе интуиции, слухов и предчувствий.

— благодаря статистике и эконометрике становится возможным в короткие сроки разрабатывать как оперативные, так и тактические стратегии.

На основе этого можно сформулировать некоторые предложения по ведению системы статистике для менеджеров и руководителей организаций.

Во-первых, необходимо определить какой ценный конечный продукт будет производить организация, над чем работает каждый отдел и какая у него задача.

Во-вторых, сформулировать конкретные показатели, которые будут максимально полно и четко характеризовать ценный конечный продукт, и те показатели, на которые стоит ориентироваться.

В-третьих, необходимо разработать систему, благодаря которой можно будет четко и своевременно отслеживать всю статистику.

В-четвертых, мотивация сотрудников за достижение и улучшение конкретных необходимых показателей.

Таким образом, в результате работы можно сделать вывод том, что практически для каждой организации одним из важнейших критериев её жизнеспособности и результативности является способность расти и развиваться, а это как раз и помогает выявить и по возможности измерить такая наука как статистика. Можно сказать, что статистика «пронизывает» собой большую часть всех функций и стадий управления:

— планирования (это процесс определения стратегии предприятия);
— целеполагания (процесс постановки реальных и конкретных целей);
— организации (процесс чёткого распределения имеющейся работы между всеми отделами и работниками);

— мотивации (каждый работник должен знать, чего он добился);
— контроля (процесс сравнения имеющихся и полученных результатов с планируемыми значениями показателей) [2].

Список литературы

1. Сизова Т.М. Статистика: учебное пособие. - Санкт-Петербург: НИУ ИТМО, 2013. - 176 с. - экз.

2. Алпацкая Елена Геннадьевна Значение статистики для менеджера // Вестник ЧелГУ. 2014. №2 (331). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-statistiki-dlya-menedzhera> (дата обращения: 18.03.2016).

3. Трояновский В. М. Элементы математического моделирования в макроэкономике. — М.: Издательство РДЛ, 2001. — 84 с.



КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В БАНКОВСКОЙ СФЕРЕ

Иконников Д.В.,

Научный руководитель канд. фил. наук. доц. Гуляева Н.П

Сибирский федеральный университет

Корпоративная социальная ответственность занимает особое место в банковской сфере. Из-за увеличения кризисов банковских систем, многие банки осознали необходимость создания системы управления, способной не только поддерживать результативность процессов функционирования банковской системы в краткосрочном периоде, но и обеспечивать ее эффективность развития в долгосрочной перспективе. Для этого необходимо активно внедрять в практику деятельности банков принципы корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности, что позволит систематизировать регулирования процессов банковской деятельности, регламентировать взаимодействие со стейкхолдерами, обеспечивать эффективную ИТ-поддержку принятия управленческих решений, повысить информационную открытость результатов банковской деятельности, вернуть доверие к банковской системе, обеспечивать реализацию стратегии развития банковской системы.

Это, в свою очередь, будет способствовать повышению результативности финансовой и нефинансовой деятельности банковского сектора, улучшению взаимодействия банковской системы с другими секторами экономики. [4]

Корпоративная социальная ответственность в банке – это соответствующая специфике и уровню развития банка совокупность обязательств, которые разрабатываются и внедряются добровольно и согласованно с участием ключевых стейкхолдеров, принимаются руководством банка и регулярно обновляются, осуществляются, в основном, за счет средств банка и нацелены на реализацию значимых внутренних и внешних социальных программ, результаты которых способствуют развитию банка, улучшению его репутации и имиджа, становлению корпоративной идентичности, развития корпоративных брендов, а также расширению конструктивных партнерских связей с государством. [5]

Инструментом управления КСО является корпоративная социальная отчетность, публично информирующая пользователей о том, как банк реализует свою стратегию в отношении экономической устойчивости, социального благополучия и экологической стабильности общества. Регламентирующей базой внедрения КСО являются три международных стандарта: AccountAbility AA1000, GRI и SA 8000. [6]

Рассмотреть КСО в банковской сфере я решил на примерах трех крупнейших банков России, так как в российском банковском сегменте социальная ответственность является обязательным направлением работы только у самых крупных игроков рынка. Банки же средней руки считают, что КСО обойдется им слишком дорого, и не рассматривают это как инвестицию в свою деловую репутацию. Выбор Сбербанка, ВТБ и Газпромбанка был самый явный, так как это крупнейшие банки в России. Проанализировать их КСО я решил по 4 критериям: 1) благотворительные проекты; 2) корпоративное волонтерство; 3) спонсорство; 4) внутренние этические практики.

Таблица 1 – Анализ КСО

Банк	Корпоративная социальная ответственность			
	благотворительные проекты	корпоративное волонтерство	спонсорство	внутренние этические практики
Сбербанк	<p>Поддержка: -детских и социальных учреждений (включая детские дома, больницы), -социальных проектов и инициатив, благотворительных организаций, -фондов, как: «Подари Жизнь», «подари надежду», «Солидарность», «Живи», -благотворительная акция «Ангелы Рождества»</p>	<p>Поддержка проектов в области культуры и искусства, науки и образования, крупнейших бизнес-мероприятий (форумов, конференций, выставок), издательского дела и специальных проектов СМИ</p>	<p>Поддержка национального спорта и олимпийского движения. Подготовка XXII Олимпийских зимних игр 2014 года в г. Сочи в статусе «Генерального партнера».</p>	<p>Основные принципы своей работы банк определяет деятельность, ориентированную на клиента, командный принцип работы и желание быть лидером отрасли. Особенно подчеркивается стремление оставаться единственным банком для среднестатистического потребителя финансовых услуг в России. Это значит, что во главе конкурентных преимуществ Сбербанка лежит положительный социальный образ компании, а упор делается на ценностные ориентации массового потребителя. Поэтому задача управления процессами взаимодействия Сбербанка с обществом является для него стратегически значимой.</p>
ВТБ банк	<p>Деятельность основана на принципах последовательности и долгосрочности, адресности, открытости и прозрачности. Приоритет отдается постоянным партнерам и благополучателям, на протяжении многих лет вносящим своей деятельностью значительный вклад в развитие общества.</p>	<p>Группа ВТБ на постоянной основе оказывает поддержку здравоохранению, спорту, образованию, науке, культуре и искусству, социально незащищенным слоям населения на территориях присутствия ВТБ. Принятые в 2014 г. меры позволили значительно повысить успешность и масштаб акций, участвующих в конкурсе волонтерских проектов.</p> <p>За все время проведения конкурса победителями стали 170 проектов, в акциях приняло участие более 1,5 тыс. волонтеров банка, помощь получили свыше 10 тыс. человек. Волонтерская корпоративная программа и благотворительная деятельность ВТБ24 были отмечены дипломом за вклад в дело благотворительности в рамках Конкурса «Лидеры корпоративной благотворительности 2014»,</p>	<p>МХЛ «Сокол», «Локомотив», ФК «Енисей», «Динамо»</p>	<p>С 2011 года ВТБ24 предлагает клиентам банка также принять участие в благотворительных программах. Так, банк поддерживает проведение акций по сбору пожертвований для оказания помощи пострадавшим и семьям погибших в катастрофах и при возникновении чрезвычайных ситуациях, открывая бескомиссионный прием пожертвований через систему «Телебанк», банкоматную и офисную сеть.</p> <p>Помимо этого клиенты системы «Телебанк» в специальном разделе «Благотворительность» могут получить информацию о благотворительных акциях, проводимых при поддержке банка, и фондах — партнерах ВТБ24 и внести пожертвование в режиме on-line. Такие же опции работают и в банкоматах банка.</p>

Газпромбанк	<p>Помощь малообеспеченным слоям населения – ветеранским организациям, детским домам, школам-интернатам. Одна из важнейших задач в этом направлении - поддержка детей-сирот. На протяжении многих лет Банк является одним из доноров Межрегиональной благотворительной общественной организации «Детские деревни – SOS». Банк принимает участие в строительстве семейных домов для проживания детей-сирот и оказывает финансовую помощь «Деревне SOS» в Вологде.</p>	<p>В фокусе деятельности Банка находится и содействие мероприятиям по защите окружающей среды. В частности, осуществляется финансовая поддержка проведению экологических работ на острове Белый (ЯНАО).</p> <p>Данная деятельность координируется специально созданным Центром социальной ответственности.</p>	<p>Банк выступает партнером ФК «Зенит» и нескольких хоккейных и гандбольных клубов. При поддержке Газпромбанка проводятся различные спортивные мероприятия, в частности по гребному спорту, а также детские соревнования по теннису.</p> <p>В течение многих лет Банк поддерживает Российский танцевальный союз, а также такие мероприятия как чемпионаты Европы, России, Кубок мира и Венский бал.</p>	<p>Понимая особую важность подготовки высококвалифицированных специалистов в области экономики, Банк плотно взаимодействует с ведущими вузами страны. Банк также активно поддерживает среднее профессиональное образование. Ежегодно, начиная с 2010 года, более чем в 20 городах страны проходит конкурс профессионального мастерства «Рабочие стипендиаты Газпромбанка», в рамках которого лучшие студенты колледжей получают годовую именную стипендию Банка. Банк создает новые инструменты и решения в области фандрайзинга для некоммерческих организаций и эндаумент-фондов.</p>
-------------	--	--	---	---

В результате анализа социальных отчетов «Сбербанк», «ВТБ», «Газпромбанк» было выявлено: во-первых, что благотворительная деятельность - наиболее распространенный вид реализации КСО в банковской сфере. Через благотворительные проекты, акции, и аукционы банки осуществляют поддержку наименее защищенных и уязвимых слоев населения, таких как дети, молодежь, пожилые люди. Важное место уделяется проектам в сфере окружающей среды. Заметим, что одной из распространенных форм благотворительности в рассмотренных отчетах являются волонтерские проекты, подготовленные и реализованные на конкурсной основе непосредственно сотрудниками банков. Во-вторых, важной составляющей КСО банков являются спонсорская деятельность. В отобранных примерах это хорошо проиллюстрировано: спонсорская поддержка значимых социальных проектов, художественных фестивалей, природоохранных организаций. Наконец, было обнаружено, что в некоторых банках, таких как Сбербанк значительным элементом КСО является улучшения качества социально-ориентированного продукта. Таким образом, основными фондами корпоративной социальной ответственности в банковской сфере являются: благотворительные проекты, корпоративное волонтерство, спонсорство, а также внутренние этические практики, призванные повысить уровень ответственности работников организации, а основными направлениями КСО являются социальная и экологическая сферы жизнедеятельности.

Список литературы

1. Спонсорство и благотворительность ВТБ Банк [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vtb24.ru/about/charity/social/Pages/default.aspx>
2. Благотворительность и спонсорская деятельность Газпромбанк [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gazprombank.ru/about/responsibility/>
3. Благотворительность и социальная помощь Сбербанк [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sberbank.ru/ru/person/paymentsandremittances/payments/charity>
4. Корпоративная социальная ответственность в банковской сфере [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://csrjournal.com/korporativnaya-socialnaya-otvetstvennost-v-bankovskoj-sfere>
5. Политика ОАО Банк ВТБ в области корпоративной социальной ответственности Издание 2013 ссылка на активный профиль [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2FVTBbrussia.ru%2Fupload%2Fiblock%2F1b4%2FVTB_CSR_Policy_2012.doc&name=VTB_CSR_Policy_2012.doc&lang=ru&c=57053de2eb91
6. Корпоративная социальная ответственность в банках [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.banki.ru/wikibank/korporativnaya_sotsialnaya_otvetstvennost_v_bankah/



УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ КЛИЕНТОВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИИ

Исмаилов Р.Р.

Сибирский федеральный университет

Для современной России конкуренция в банковском бизнесе является объективной реальностью. По мере развития сети кредитных учреждений и небанковских кредитно-финансовых институтов она постоянно возрастает. Переход российской банковской системы от одноуровневой к двухуровневой, от государственной банковской монополии к рыночной конкуренции поставил проблемы конкуренции в банковском деле на первое место.

В настоящее время для эффективной работы коммерческого банка и сохранения его конкурентного положения на рынке необходимо создавать новые продукты, услуги, а также использовать инновационные технологии, которые в свою очередь напрямую влияют на уровень удовлетворенности и лояльности клиентов к тем или иным банкам.

Анализируя основные показатели состояния банковского сектора России, необходимо отметить, что число кредитных учреждений с каждым годом сокращается (Рис. 1).

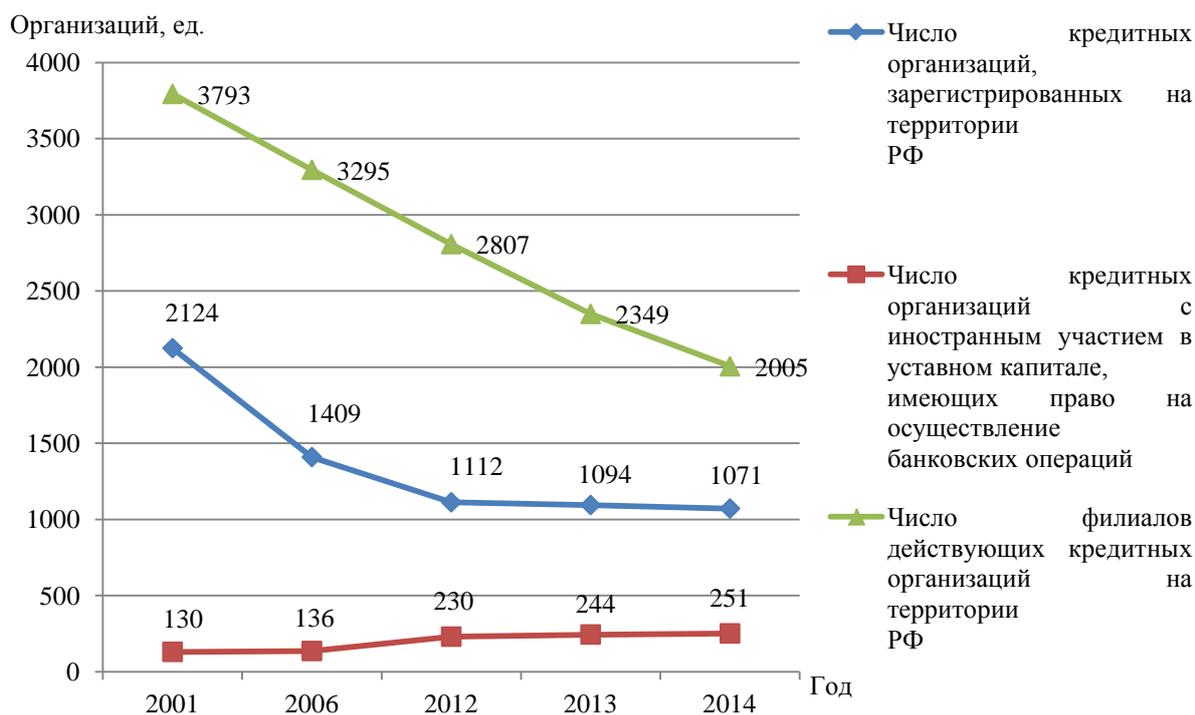


Рис. 1 – Динамика основных показателей кредитных организаций России в период 2001-2014 гг., ед. [1]

Таким образом, в период с 2001 по 2014 год количество созданных кредитных организаций уменьшилось практически на 50%. Соответственно изменилось и число филиалов кредитных организаций – общее их число уменьшилось на 52,8%.

Однако следует отметить, что за данный период при относительном уменьшении общего числа кредитных организаций доля компаний с участием иностранного

капитала увеличила практически на 100%. Данная тенденция является отражением того, что российский банковский рынок в настоящий момент является привлекательной нишей для иностранных инвесторов. Во-первых, это связано с тем, что конкуренция на западных банковских рынках гораздо более развита, чем в России и протекает в более жестких условиях. Во-вторых, учитывая то, что западноевропейская банковская система функционирует в рыночных условиях гораздо дольше, чем российская, иностранные банки обладают большим практическим опытом изнаниями в банковской сфере.

Несмотря на то, что количество банковских учреждений в России сокращается с каждым годом, количество выдаваемых кредитов и вносимых вкладов в кредитные организации России увеличивается с каждым годом (Рис. 2).

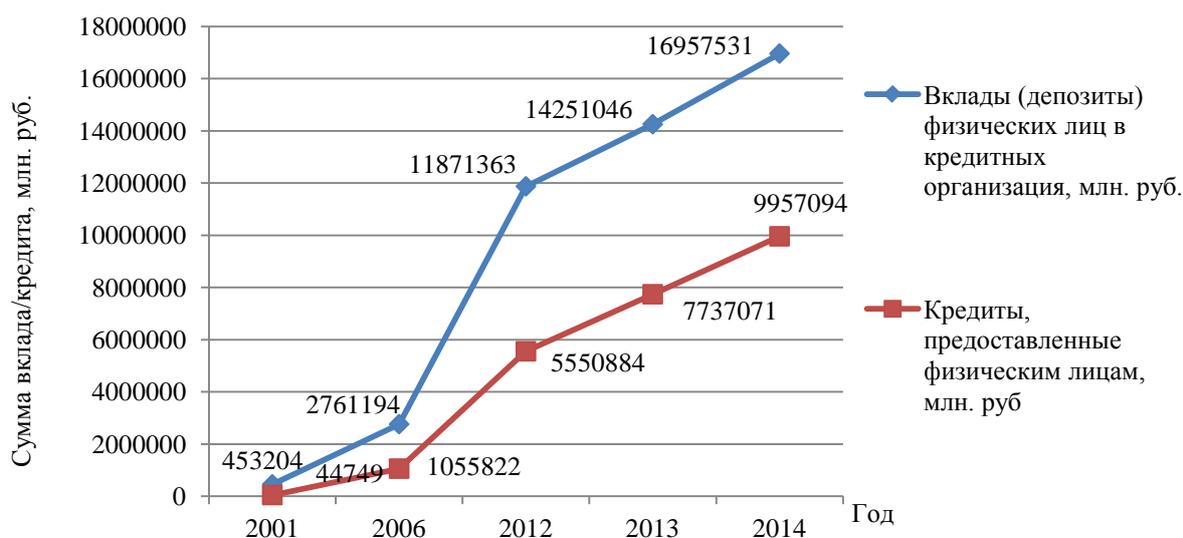


Рис. 2 – Динамика активности физических лиц в отношении банковских продуктов – кредиты/вклады в России в период с 2001 по 2014 гг., млн. руб. [1]

На положительную тенденцию увеличения суммы выдаваемых кредитов и вносимых вкладов в банковском секторе России оказывают воздействие как внутренние, так и внешние факторы.

К ряду внешних факторов, не зависящих от деятельности кредитных учреждений, можно отнести такие как уровень инфляции в стране, повышение среднего по России уровня заработной платы населения и ряд других.

Что касается внутренних факторов, за счет которых происходит рост вышеуказанных показателей, то наиболее важным из всех факторов будет являться уровень удовлетворенности и лояльности клиентов к кредитным организациям.

Данные рейтинга EPSI, представляющего собой индекс удовлетворенности заинтересованных сторон, демонстрируют уровень лояльности потребителей банковского сектора России за 2014 год в среднем по отрасли в размере 75,3% (Рис. 3).

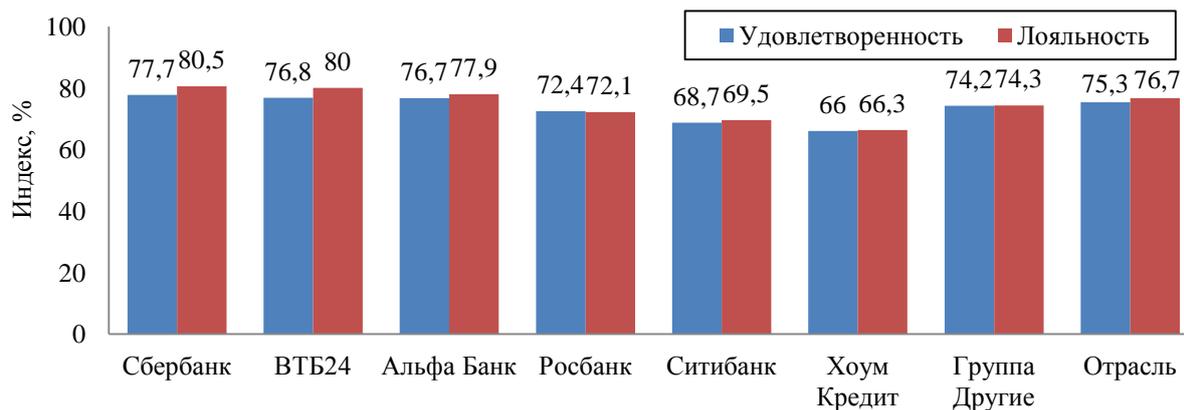


Рис. 3 – Структура индексов удовлетворённости и лояльности потребителей банков России в 2014 году, EPSI Rating, % [2]

Согласно рисунку 3, тройку лидеров в категории «удовлетворенность/лояльность потребителей» в банковском секторе России в 2014 году составили – «Сбербанк», «ВТБ24» и «Альфа Банк». Рассматривая уровень лояльности среди основных потребителей банковских услуг в целом, следует отметить, что в 2014 г. он составил 76,7%, что на 0,5% больше, чем в 2013 году. Соответственно, повысился и уровень удовлетворенности клиентов на 1,2% прироста в 2014 году по отношению к 2013 году. Если анализировать индекс удовлетворенности клиентов банковского сектора с момента начала проведения EPSI-рейтинга в России, а именно с 2007 года, то он увеличился на 5,2% в период до 2014 года [2].

Следовательно, уровень удовлетворенности и лояльности клиентов является одним из ключевых основополагающих критериев в развитии банковских организаций и отражает уровень конкурентоспособности кредитных организаций в банковской сфере.

В исследованиях информационно-аналитического портала «CNews Analytics», проводимых в банковском секторе, акцентируется внимание на том, что уровень удовлетворенности и лояльности потребителей банковского сектора зависит от уровня развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) кредитных организаций. Большая часть ИКТ, внедряемые в банковскую сферу, являются по своей структуре инновационными [3].

Исходя из этого, можно говорить о том, что развитие информационно-коммуникационных технологий банковской отрасли является одним из основных факторов конкурентоспособности кредитных организаций.

Анализируя структуру банковских расходов на информационно-коммуникационные технологии банковского сектора России в 2014 году, основными лидерами ИТ-бюджетов среди всех банков стали – «Сбербанк» (расходы на ИКТ - 26800 млн. руб.), «ВТБ24» (3050 млн. руб.), «Альфа Банк» (1578 млн. руб.) и «Номос Банк» (1072 млн. руб.) [3]. Соответственно, данный анализ подтверждает взаимозависимость уровня удовлетворенности клиентов от уровня развития ИКТ в банковских организациях.

Итак, банковский сектор России в настоящий момент демонстрирует положительную тенденцию развития. Несмотря на ежегодное сокращающееся количество кредитных организаций в России, уровень основных показателей банковского сектора находится на стадии роста.

Следует отметить, что уровень удовлетворенности клиентов банковского сектора России является одним из основных показателей конкурентоспособности и на сегодняшний день прослеживается его прогрессивный рост. В свою очередь, данный

рост удовлетворенности клиентов обусловлен развитием информационно-коммуникационных технологий в банковском секторе страны.

Таким образом, для повышения своей конкурентоспособности российские банки должны ориентироваться на уровень удовлетворенности своих клиентов, а их приоритетным направлением должно стать развитие информационно-коммуникационных технологий.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Российский статистический ежегодник 2014 года. – Режим доступа: <http://gks.ru>
2. Единый инструмент для нефинансовой оценки компании [Электронный ресурс]: EPSI-Raiting. – Режим доступа: <http://www.epsi-rating.ru>
3. Информационный портал «CNews Analytics» [Электронный ресурс]: Обзор: ИТ в банках и страховых компаниях 2015. – Режим доступа: <http://www.cnews.ru/reviews/banks2015>



РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

Качаева Т. Г.,

научный руководитель проф. Ерыгин Ю. В.

Красноярский государственный аграрный университет

Основополагающей для доходного функционирования любой организации в современных условиях развития рыночной экономики становится создание конкурентных преимуществ, а также предпосылок для их устойчивого внедрения. Правильно выбранная конкурентная стратегия будет способствовать наиболее результативному функционированию предприятия, основу которой составляют конкурентные преимущества, что делает актуальным постоянный мониторинг форм конкуренции в современных условиях.

Тезис «конкурентное преимущество» в нынешних условиях становится особенно популярен, так как темпы развития организаций значительно замедлились по всему миру, поведение конкурентов становится все более непредсказуемым и агрессивным.

Каждое предприятие единственное в своем роде, поэтому и выработать конкурентную стратегию необходимо в каждом случае индивидуально. Выработка стратегии имеет прямую зависимость от положения фирмы на рынке, динамики развития, потенциала, качества производимого ею товара или оказываемых услуг. Также значительное влияние оказывают состояние экономики, культурной среды и поведение конкурентов.

Конкуренция – борьба независимых экономических субъектов за ограниченные экономические ресурсы. Это экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы между выступающими на рынке предприятиями в целях обеспечения лучших возможностей сбыта своей продукции, удовлетворяя разнообразные потребности покупателей.

Стратегия - это долгосрочные действия, направленные на выполнение поставленных задач. Осуществление стратегии - комплекс действий, способствующих повышению деловой активности в организационной и финансовой сферах, разработке политики фирмы, созданию корпоративной культуры и мотивации персонала, руководству всем, что направлено на достижение намеченных результатов.

Под конкурентной стратегией принято понимать набор специфических шагов и подходов, которые организация предпринимает или собирается предпринять для достижения успехов в конкурентной борьбе в отдельно взятой отрасли.

Конечная цель всякой фирмы - победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы. Достигается она или нет - зависит от конкурентоспособности товаров и услуг фирмы, т.е. от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами - продукцией и услугами других фирм.

Конкурентоспособность является неотъемлемым свойством предприятия, функционирующего в условиях конкуренции и неопределенности динамичной рыночной среды. По мнению М. Портера, конкурентоспособность определяется способностью постоянно развиваться: первоначально добиваться конкурентного преимущества, изменяя основу, на которой осуществляется конкуренция, а затем сохранять свое преимущество, постоянно совершенствуя продукт, способы производства и другие факторы, причем так быстро, чтобы конкуренты не смогли их

догнать и перегнать именно совершенствование и обновление - непрерывный процесс, который позволяет создать, по мнению М. Портера, конкурентные преимущества.

Все виды конкурентных преимуществ предприятия с точки зрения путей достижения конкурентных преимуществ можно разделить на две группы:

- преимущества низкого порядка;
- преимущества высокого порядка.

Конкурентная стратегия дифференциации предполагает отличие изготавливаемого товара от ранее произведенного с точки зрения наибольшей полезности для конечного покупателя. В данном случае минимальное количество затрат на производство не является первоочередной задачей. Выбравшие данную стратегию организации обязаны стремиться к производству максимально отличающегося от других продукта в рамках своей отрасли на рынке.

Дифференциация чаще всего приводит к резкому росту издержек на производство. Потому для привлечения покупателей требуется более дорогостоящее и качественное сырье, внешний вид готовой продукции должен качественно отличаться от представленной конкурентами. Требуются значительные инвестиции на постоянной основе в разработку новых технологий. Однако не каждый потребитель станет переплачивать за повышенное качество и уникальность продукции, в этом и состоит риск данной стратегии.

Стратегия лидерства по издержкам обеспечивает лидерство в цене. Производство продукта с низким уровнем издержек и отличительными характеристиками от хороших до превосходных, снижение цены по сравнению с конкурентами на аналогичный товар с использованием преимуществ по издержкам является стратегической целью данной стратегии.

Рассмотрим формирование конкурентной стратегии на примере ООО «Олант». Это предприятие находится в г. Красноярске, улица Мичурина 3В.

Компания ООО "УК "ОЛАНТ" осуществляет следующие виды деятельности:

- Производство общестроительных работ;
- Разработка программного обеспечения и консультирование в этой области;
- Деятельность в области бухгалтерского учета и аудита;
- Аудиторская деятельность и т. д.

В организации выявлены следующие преимущества:

- Наличие высоко квалифицированного персонала, имеющего опыт работы в области производства и монтажа металлоконструкций;
- Наличие современного высокотехнологичного оборудования;
- Наличие у предприятия опыта работы в сфере производства и монтажа металлоконструкций;
- Хорошие связи с поставщиками материалов и полуфабрикатов;
- Высокое качество продукции, соответствующее международным стандартам.

Таким образом, анализируя данные, можно сказать, что у предприятия имеются как внешние, так и внутренние конкурентные преимущества. Для усиления имеющихся и получения новых конкурентных преимуществ будет разработана конкурентная стратегия для ООО "ОЛАНТ"

Выбранная базовая конкурентная стратегия - стратегия дифференциации. Дифференциация защищает предприятие от пяти конкурентных сил. По отношению к прямым конкурентам дифференциация снижает заменяемость товара, усиливает приверженность марке, уменьшает чувствительность к цене и тем самым повышает рентабельность.

Данная стратегия может быть реализована разными способами. Для реализации стратегии дифференциации в ООО "ОЛАНТ" нами предлагается система индивидуального обслуживания покупателей на основе введения программ кредитования.

Таблица 1 - Основные экономические показатели деятельности ООО "ОЛАНТ" после реализации мероприятий, тыс. руб.

	2016	2017
Выручка от продажи товаров, работ, услуг	650 009	650 100
Себестоимость товаром, работ, услуг	87 100	87 440
Дебиторская задолженность	225 919	128 408
Прибыль от продажи	12 850	85 000
Рентабельность производства, %	16,5	18,5
Рентабельность продаж, %	12	14

Из таблицы 1 видно, что в результате проведенных мероприятий дебиторская задолженность снизилась на 97 511 тыс. руб., следовательно, внедряя данное предложение, мы добиваемся положительного эффекта.

Таким образом, можно сделать вывод, что для ООО "ОЛАНТ" внедрение системы кредитования является выгодным мероприятием, так как это повысит количество покупателей и позволит получить предприятию дополнительные конкурентные преимущества.

Эффективная качественная стратегия создает стабильное конкурентное преимущество, повышает интенсивность деятельности организации. В итоге данный фактор становится основным в условиях динамично и непредсказуемо развивающейся конкурентной среды.

Итак, можно сделать вывод, что конкурентная стратегия разрабатывается индивидуально для каждой отдельно взятой организации на основе ее конкурентных преимуществ. В процессе роста уровня конкуренции возрастает и роль разработки данного типа стратегий, именно он поможет организации максимально увеличить количество потребителей своей продукции, что способствует увеличению доли на рынке и выходу на новые рынки сбыта. В итоге организация получает возможность стабильно удерживать позиции в длительной перспективе.

Список литературы

1. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: Учебно-методическое пособие.-Финансы и статистика / М. М. Алексеева – М.: 2009. – 153 с.
2. Макализ, Д. Экономика бизнеса: конкуренция макростабильность и глобализация. / Д. Макализ – М.: 2012. – 85 с.
3. Портер М. Конкурентная стратегия / Портер М. – М.: 2009. – 240 с.
4. Фляйшер К., Бенсуссан Б. Стратегический и конкурентный анализ. / К. Фляйшер, Б. Бенсуссан – М.: 2008. – 310 с.
5. Фокс Д., Грегори Р., Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. / Д. Фокс, Р. Грегори – М.: 2011. – 115 с.

КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ?

Корягина О.А., Тихоненко М.А., Ульшина А.Д.
научный руководитель канд. социол. наук Лунев В.В.
Сибирский федеральный университет

В мире и в России идет модернизация образования. Она обусловлена качественными социальными изменениями – переходом от индустриального к постиндустриальному обществу [3]. Педагогическая система вынуждена перестраиваться, менять цели, содержания и технологии обучения. Она должна отражать и моделировать социальную реальность.

Один из фундаментальных вопросов этих изменений – модель и миссия современного университета (университеты становятся основными организациями в постиндустриальном обществе). Современное российское образование во многом следует мировым тенденциям. Однако реформы идут более сложно и имеют свои специфические проблемы. Известно, что советское образование во многом взяло за основу модель классического университета (правда, существенно сократив университетскую автономию и академическую свободу). Его чертами были: отрицание только утилитарного взгляда на образование, когда знание ценится не само по себе, а не из-за его практической пользы; приоритет фундаментального теоретического знания; важность гуманитарного образования, как основы для целостного развития личности; государственная поддержка университета при сохранении относительной автономии; академическая свобода при проведении исследований и обучении; обучение через вовлечение в исследовательский процесс студентов; активная позиция в общественной жизни [5. с. 64-66]. Целью советского вуза было производство большого количества специалистов как минимум среднего качества для всех отраслей народного хозяйства.

После распада СССР, в университетском образовании России наметились две исключаящие (но заложенные, видимо, изначально) тенденции – полноценное развитие в сторону классического университета и бюрократизация по худшему советскому сценарию. Как отмечают многие исследователи, в XXI века доминировать стала тенденция на бюрократизацию [2. с. 5-17]

Однако проблема состоит в том, что и классический университет в эпоху постмодерна уже устарел. В начале XXI века классические университеты не успевают адаптироваться тем к переменам и скоростям, которые демонстрирует постиндустриальный мир. Поэтому современные западные университеты отходят от модели классического университета и экспериментируют с концепциями и организационными формами [6]. Новыми формами университетов на западе становятся модели инновационного университета, открытого университета, предпринимательского университета. При этом поиск организационных форм и своей идентичности продолжается. Во многом открытыми остаются вопросы: как должен быть организован университет в этих условиях? Как определить направления его деятельности? Как управлять профессионалами в условиях их высокой автономии?

Надо понимать, что современный университет существует в пространстве постмодерна, которое характеризуется такими ключевыми чертами, как быстрые изменения и высокая степень неопределенности, информационная насыщенность социальной среды, сетевой путь передачи информации, социальная фрагментация, многообразие культурных форм, многообразие научных парадигм, высокая автономия субъекта и др.

Что можно понимать под образованностью в постиндустриальном обществе? Это способность работать с информацией, творчески мыслить, непрерывно самообразовываться, принимать решения и выбирать свою жизнь, быть мобильным и иметь развитые коммуникационные навыки. Целью обучения должно стать раскрытие личностного потенциала человека, а не только усвоение им определенных знаний и умений.

Мы можем согласиться с А.М. Новиковым, что современное российское высшее образование эти способности фактически не развивает, так как до сих пор существует в рамках индустриальной парадигмы [4. с. 40]. Результатом такого образования становится «человек-функция»: он хорошо работает в стандартных и неизменных профессиональных условиях, но испытывает трудности в ситуациях с высокой степенью неопределенности, когда приходится самостоятельно принимать решения и нести за них личную ответственность. В традиционной системе обучения мышление учащегося и его познавательная активность во многом остаются не востребованными.

Очевидно, что современный университет должен готовить человека жить в условиях неопределенности и быстрых изменений. Это должна быть принципиально иная образовательная среда. Мы согласны с Р. Барнеттом, который предлагает основания для нового университета. Выделим основные из них:

1. *Критическая междисциплинарность (диалог)*. Возникновение неопределенности требует новых идей и перспектив и университет должен стать местом их критического обсуждения, дискуссий. Университет должен стать местом, где постоянно сталкиваются друг с другом разные мнения. Университету необходим постоянный диалог. В нем также должна быть дискуссия о собственном месте в современном мире. Не работают утверждения о «главном деле» университета. Оно постоянно подвергается переосмыслению и переинтерпретации.

2. *Коллективный самоанализ (рефлексия и экспертиза)*. В структуре нового университета должны быть созданы условия коллективного самоанализа на разных уровнях университетской практики. Это - необходимое условие для творческой разработки университетом новых перспектив своего существования.

3. *Подвижные границы*. В эпоху сверхсложности в университете не должно существовать четко фиксированных границ. Хотя в академической жизни всегда были внутренние разграничения. Границы гарантируют определенную адекватность поставленным целям. Тем не менее, надо найти способы сделать границы подвижными и легко преодолеваемыми уже установленные пределы. Университетская жизнь должна стать «кочевой», где понятия идентичности, адекватности и строгих целей вытеснены в маргинальную область. Множество форм академической идентичности должно создаваться в горизонтальной плоскости (через границы), и в вертикальной (в рамках локальных подразделений, на уровне факультета, университета, государства). Ни одна из этих форм не должна претендовать на превосходство относительно других.

4. *Коммуникативная терпимость*. Современный университет должен давать возможность высказываться самым различным голосам. Правда речь идет не о пассивной терпимости к чужим мнениям. Надо не просто не препятствовать желанию другого высказаться и иметь свои неортодоксальные взгляды, надо создать условия, побуждающие их высказываться. В новую эпоху основополагающим принципом должен стать призыв поделиться своими идеями [1. с. 46-56].



Список литературы

1. Барнетт Р., Осмысление университета / Р. Барнетт//Вестник высшей школы.- 2008.-№6.-С.46-56.
2. Бабинцев В.П., Римский В.П. Бюрократизация вуза как антиинтеллектуальный процесс // Наука. Искусство. Культура. № 4. 2014. С. 5-17.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / пер. с англ. М.: Academia, 2004. 788 с.
4. Новиков А.М. Постиндустриальное образование. Монография. М.: Эгвес, 2008. 136 с.
5. Колесникова Е.Ю. Идея университета и его миссия: классические и современные интерпретации // Южно-российский форум. 2012. № 2(5). С.62-66.
6. Согомонов А. Меняющаяся прагматика знания и университетская идентичность в эпоху «высокой» современности // Отечественные записки №2. 2002 // <http://old.strana-oz.ru/?numid=3&article=173>



ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Краенкова К.И.,

ассистент кафедры экономики

Витебский государственный технологический университет

Социальное предпринимательство - это принципиально новый вид бизнеса. До сих пор бизнес всегда был сосредоточен на самом себе и имел основную цель — получение прибыли. В отличие от традиционного, социальный бизнес извлекает прибыль, решая социальные проблемы и помогая обществу функционировать более эффективно. Социальное предпринимательство может касаться самых разных областей — решать проблемы занятости, помогать социально незащищенным слоям населения. Это экологические, медицинские, спортивные и детские проекты, а также все то, что имеет отношение к культуре или искусству. Однако, в отличие от благотворительности, которая нацелена на постоянную подпитку проектов с помощью грантов, речь здесь идет о предпринимательских инициативах, то есть о создании финансово устойчивых моделей, способных генерировать постоянный доход, за счет которого обеспечиваются операционная деятельность и развитие организации. Для оценки эффективности данного вида бизнеса необходимо создать единую систему показателей

Благодаря научно-техническому прогрессу в XX веке улучшение экономической ситуации в большинстве стран мира превратилось в устойчивую тенденцию. Это создало условия для значительного повышения уровня жизни, а население планеты увеличилось почти в четыре раза. Обратной стороной экономического развития стало повсеместное опустошение природных ресурсов, глобальное загрязнение окружающей среды и др. Сегодня, в период глобального финансово-экономического кризиса, вслед за экономическими проблемами потянулись и социальные.

Социальные проблемы в развитии организаций, регионов, государств привели к появлению такой модели бизнеса как «социальное предпринимательство».

В мире эта модель бизнеса развивается уже около двадцати лет. Для Республики Беларусь данная модель развития организации является инновационной.

Термин «социальный бизнес» в современной экономике не имеет единой трактовки. Дефиниции авторов по поводу формулировки данного понятия многообразны.

Данное понятие состоит из составляющих «предпринимательство» и «социум».

Предпринимательство — (англ. business — дело, предпринимательство) — инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела.

Социум – это общество, социальная среда человека, совокупность исторически сложившихся форм деятельности людей.

Термин «социальное предпринимательство» можно определить как деятельность, направленная на решение социальных проблем, а также способная генерировать постоянный доход, за счет которого обеспечивается устойчивое развитие организации.

Как явление, социальное предпринимательство характеризуют следующие критерии:

- социальное воздействие, то есть направленность на решение или смягчение конкретной осязаемой проблемы;
- инновационность, выраженная в применении новых подходов, новых способов решения как существующих, так и вновь возникших социальных проблем;
- самокупаемость и финансовая устойчивость, обеспечивающая независимость от внешнего финансирования;
- масштабируемость и тиражируемость, предполагающие увеличение масштаба деятельности на национальном и международном уровнях и воспроизводство модели социального предприятия в иных географических и социальных условиях;
- предпринимательский подход, заключающийся в способности социального предпринимателя определять провалы рынка и государства, находить возможности, аккумулировать ресурсы, разрабатывать новые решения, оказывающие долгосрочное позитивное влияние на общество.

Таким образом, любой вид социального предпринимательства строится на двух тщательно сбалансированных многоугольниках.

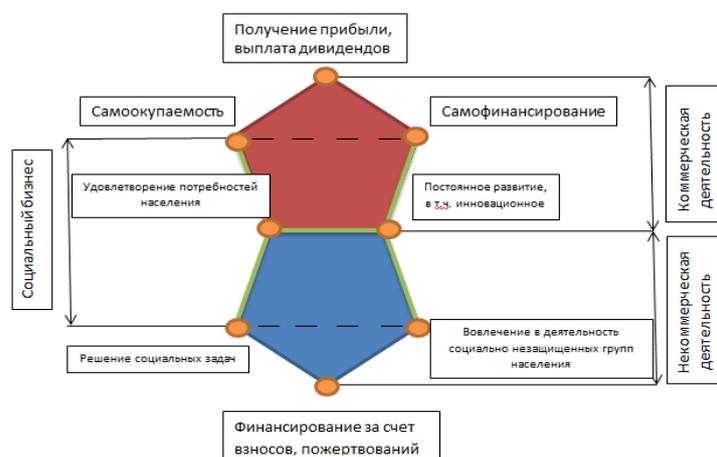


Рис. 1 – Модель социального предпринимательства

В социальном бизнесе принята гибридная бизнес-модель, где коммерческие и некоммерческие цели плотно связаны друг с другом.

В зарубежной практике, в странах СНГ существует множество видов социального бизнеса. В таблице 1. представим возможные формы его проявления.

Таблица 1 – Формы проявления социального предпринимательства*

Формы проявления	Республика Беларусь	Российская Федерация	Зарубежные страны
вовлечение в трудовую деятельность инвалидов: - производство - бытовые услуги - диспетчерско-телефонные услуги - др. виды	+ - - -	+ + - -	+ + + +
вовлечение в трудовую деятельность незащищенных слоев населения (студенты, молодые мамы и т.д.) - производство - бытовые услуги - диспетчерско-телефонные услуги - др. виды	+ - - -	+ - + -	+ + + +
экологические проекты	+	+	+
детские проекты	+	+	+
медицинские проекты	+	+	+

*Составлено автором

Из таблицы 1 видно, что в Республике Беларусь данная модель бизнеса не имеет широкого распространения. Однако, организации, развивающие социальный бизнес в нашей стране существуют. Так в г. Витебске в промышленности, например, данный сегмент бизнеса представлен УП «Элект» ОО «Белтиз», которое использует труд инвалидов по зрению. Данная организация занимается производством светильников для производственных и жилых помещений, в т.ч. энергосберегающих. СООО «Новые европейские окна» также использует труд инвалидов и специализируется на производстве окон и балконов. В сфере услуг к социальному бизнесу следует отнести детские центры развлечений, которые организуют досуг детей не только на платной основе, но и участвуют в благотворительных мероприятиях для детей-сирот. В г. Витебске насчитывается шесть таких центров: «Джунгли зовут», «Океан», «Клубок», «Мадагаскар», «РИО», «Йети и дети».

Социальное предпринимательство как форма социальной работы не имеет достаточно разработанной методологии, прежде всего, по причине недостаточной изученности этого феномена. Еще нет единого подхода к пониманию и отражению сущности этого процесса. Анализ теоретических разработок, научной литературы, периодических изданий и других источников свидетельствует о достаточно глубокой и многообразной проработке вопросов деятельности малого предпринимательства, вопросы социального предпринимательства еще не раскрыты. Приоритет экономической мысли по проблемам предпринимательства в силу объективных причин принадлежат зарубежным ученым-экономистам, внесшим свой вклад в разработку теории и концепции предпринимательства.

В то время как в Республике Беларусь отсутствует законодательная база в данной области бизнеса, что является главной проблемой его развития.

Таким образом, для того чтобы оценить социальное развитие данных организаций необходима система социально-экономических показателей, которая бы наиболее полно и адекватно соответствовала условиям конкретного государства, давала качественную и количественную характеристику такого развития. В связи с этим появляется необходимость создания единой системы показателей социального предпринимательства, а так же разработка законодательной базы, подкрепленной формой отчетности субъекта социального предпринимательства.

Список литературы

1. Краенкова, К.И. Социальный учёт и отчетность в организации и его взаимосвязь с бухгалтерским / К. И. Краенкова, А.В. Шарапкина // 45 международная научно-практическая конференция преподавателей и студентов УО «ВГТУ». – Витебск. – 2012 г. – С. 34-37
2. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография / под общ. ред. д.э.н. проф. И. Ю. Беляевой, д.э.н. проф. М. А. Эскиндарова. – Минск: КНОРУС. - 2008. – С. 50-51.
3. Социальный бизнес как инновационный подход к развитию организаций / К.И. Краенкова // Материалы докладов Международной научно-практической конференции «Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации» / УО «ВГТУ» - Витебск. 2015. – 370с. – С. 217-220



АНАЛИЗ РЫНКА МЕТАЛЛУРГИИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ**Лукьянчева А. О.****научный руководитель д-р экон. наук Васильева З. А.***Сибирский федеральный университет*

Традиционно в нашей стране черная металлургия относится к числу стратегически важных отраслей экономики. Отрасль является фундаментом для развития многих других отраслей - судостроения, авиации, транспортного и тяжелого машиностроения, оборонно-промышленного комплекса, железнодорожного транспорта, энергетики, строительства и др. На долю черной металлургии приходится 1,4 % ВВП, 8 % промышленного производства и 6 % экспорта¹. Как потребитель продукции и услуг субъектов естественных монополий черная металлургия использует 5,3 % электроэнергии, 5,8 % природного газа от общего объема внутреннего потребления страны, ее доля в грузовых железнодорожных перевозках составляет 15 %².

Результаты работы отрасли создают условия для роста национальной экономики, во многом способствуют восстановлению конкурентоспособности отечественных производителей на мировых рынках. Вместе с тем роль металлургии в отечественной экономике можно оценить двояко: с одной стороны, черная металлургия выступает индикатором экономического роста, поскольку загрузка мощностей по производству металла зависит от спроса смежных отраслей - потребителей металлопродукции. По оценке специалистов, одно рабочее место в металлургии создает семь рабочих мест в смежных отраслях³. А с другой стороны, по уровню развития металлургии (в частности, по такому показателю, как выплавка стали на душу населения в стране) можно оценить уровень развития национальной экономики, возможности удовлетворения потребностей страны в основных видах продукции. Показатель средне-мирового уровня выплавки стали на душу населения в 2013 г. составил 219,3 кг. Для сравнения, в странах Евросоюза значение этого показателя составило 279,4 кг, в странах Азии - 268,6 кг (в том числе в Южной Корее - 1061,2 кг, в Сингапуре - 818,3 кг, в Китае - 545 кг, в Северной Корее - 43,9 кг), в странах СНГ - 228,3 кг (в том числе в России - 304,6 кг), в странах Северной Америки - 247,1 кг (в том числе в США - 300,8 кг), в странах Ближнего Востока - 224,4 кг (в том числе в Катаре - 993,5 кг, в ОАЭ - 861,7 кг), в странах Южной Америки - 113,2 кг, в странах Африки - 30,6 кг. Отечественная металлургия встроена в общемировую систему хозяйственных связей, поскольку Россия является одним из значимых игроков на мировом рынке металлопродукции. Поэтому на отрасль, помимо состояния российской экономики, существенно влияют процессы, происходящие на мировом рынке вообще и в мировой черной металлургии в частности. За последние 35 лет в мировой черной металлургии произошли существенные изменения. В 1980 г. было выплавлено 716 млн т стали (для сравнения, в 1900 г. было выплавлено 28,3 млн т)⁵, при этом в число стран-лидеров по производству входили СССР (21 % от мирового объема выплавки стали), Япония (16 %), США (14 %), Германия (6 %), Китай (5 %), Италия (4 %), Франция и Польша (3 %), Канада и Бразилия (2 %)⁶. В 2013 г. мировое производство стали, по данным WSA⁷, составило уже 1649 млн т. При этом кардинально изменился состав стран-лидеров - на первое место с огромным отрывом вышел Китай (50 % от мирового объема производства стали), а доля остальных стран из первой десятки производителей составляет 2-7 % - Япония (7 %), США и Индия (5 %), Южная Корея и Россия (4 %), Германия (3 %), Турция, Бразилия и Украина (2 %)

(см. приложение). По сравнению с 1980 г. коренным образом изменился и состав стран в списке 10 основных производителей стали - сейчас в этом списке, помимо Китая, прочно заняли свое место такие страны, как Индия, Южная Корея, Бразилия и Турция. Развитие китайской металлургии оказывает существенное влияние на расстановку сил на мировом рынке сталелитейной продукции. Если в период 1980-2013 гг. мировое производство стали увеличилось в 2,3 раза с 716 до 1649 млн т (+933 млн т), то в Китае за аналогичный период объемы производства выросли более чем в 22 раза. В 1980 г. в Китае было выплавлено 37 млн т стали (5 % мирового объема), а в 2013 г. - 822 млн т (50 % мирового объема). Таким образом, рост мирового производства стали +933 млн т на 84 % обусловлен становлением Китая как крупнейшего игрока на мировом сталелитейном рынке. С середины инвестиций в строительство городов, автомобильных и железных дорог и прочей инфраструктуры. В последние годы власти резко снизили темпы капиталовложений, что и привело к первому с начала 1980-х гг. снижению внутреннего спроса на металлопродукцию. В настоящее время, по мнению аналитиков, спрос на металл на внутреннем рынке Китая достиг критических значений и в будущем не будет расти такими высокими темпами. Косвенно это подтверждается данными WSA о производстве стали в Китае за 2014 г.: рост производства в 2014 г. по отношению к 2013 г. составил всего 0,1 %. Учитывая, что, по оценкам CISA9, совокупные производственные мощности в Китае по объему превышают 1,2 млрд т в год, снижение спроса на внутреннем рынке направит избыточное предложение металла на внешние рынки. Уже 90-х гг. прошлого века Китай вышел в мировые лидеры по выплавке чугуна и стали. Все рассматриваемые годы внутреннее потребление металла в Китае было основным драйвером роста металлургического производства в этой стране. Максимальные темпы ежегодного прироста производства китайская сталелитейная промышленность показывала в 2001-2007 гг. - в среднем 21 % в год.

Таблица 1 – Показатели металлургического рынка России

Показатель	005	006	007	008	009	010	011	012	013	014
Доля металлургической отрасли в ВВП, %	3,9	,9	,7	,4	,7	,7	,8	,4	,2	,3
Доля металлургического производства в промышленном производстве, %	1,4	1,6	1,1	9,5	6,7	8,1	7,7	6	4,6	5
Индекс металлургического производства, % к предыдущему году (предыдущий год=100)	07	09,7	04,5	7,8	5,3	12,4	07	04,8	00	00,6
Степень износа основных фондов металлургической отрасли, %	8,5	8	4	3,5	2,2	1,8	9	2,1	3,7	/д

Инвестиции и в основной капитал металлургическо й отрасли, млрд. руб.	22,9	59,2	83,4	59,3	19,2	85,8	08,9	11,5	46,6	/д
Индексы физического объема инвестиций в основной капитал металлургическо й отрасли, % к предыдущему году	20,1	17,5	00	18,2	9,6	1,3	06,4	6,6	1,5	/д

В течение нескольких лет до 2008 г. отечественная металлургия успешно развивалась, ее доля в ВВП страны увеличилась с 2,7 % в 2002 г. до 3,9 % в 2005-2006 гг., а доля металлургии в промышленном производстве страны составляла более 21 %. Средний прирост объемов производства в этот период составлял более 8 %. Однако уже в 2007 г. по причине технологического отставания российской металлургии от среднемирового уровня динамика отраслевых показателей стала замедляться. Дело в том, что лидерство СССР в 1960-1980-х гг. по выплавке стали в мире достигалось в основном за счет строительства новых предприятий и роста объемов производства, не сопровождающегося серьезными качественными улучшениями. В основном строились новые предприятия, в то время как на имеющихся заводах было морально и физически устаревшее оборудование. Новые технические разработки крайне медленно внедрялись в производство. Так, СССР одним из первых в мире начал производить в промышленных масштабах сталь на конвертерах с кислородным дутьем (еще в 1957 г.), но до конца 1980-х гг. доминирующим способом выплавки было мартеновское производство. Таким образом, в наследие от СССР российским металлургам достался технический уровень металлургии, который существенно отставал от показателей развитых стран, перешедших на непрерывную разливку стали, конвертеры и электропечи вместо мартенов. С начала 2000-х гг., с оживлением мировой конъюнктуры и расширением внутреннего спроса на металлопродукцию, в стране стали появляться инвестиционные проекты, направленные на технологическое перевооружение существующих металлургических мощностей и строительство новых. В результате российская металлургия стала одной из лидирующих отраслей по темпам модернизации в стране. Объем отраслевых инвестиций в 2005-2013 гг. составил порядка 1,8 трлн руб. Удельный вес выплавки стали энергозатратным и экологически вредным мартеновским способом в общем объеме производства снизился с 53 % в 1990 г. до 4 % в 2013 г.

Удельный вес объема непрерывной разливки стали в общем объеме производства увеличился с 23 % в 1990 г. до 82 % в 2013 г.¹³ Степень износа основных фондов в отрасли снизилась с 48,5 % в 2005 г. до 43,7 % в 2013 г.¹⁴ Для реализации масштабных инвестиционных проектов, начатых еще до кризиса, многие производители привлекли заемные источники финансирования. В результате ряд металлургических компаний в период мирового финансового кризиса 2008 г. столкнулись не только со снижением объемов производства (вплоть до использования такой дорогой меры, как остановка доменных печей), потерями прибыли и

рентабельности, но и с высокой долговой нагрузкой. В табл. 3 приведены некоторые финансовые показатели деятельности крупнейших 6 холдингов в черной металлургии России. До настоящего времени докризисные финансовые показатели для металлургических компаний страны являются недостижимыми, несмотря на незначительное улучшение конъюнктуры в 2010-2011 гг., 2014 г. стал одним из самых сложных для отечественных металлургов. Кризисные явления в российской экономике: обвал мировых цен на нефть, введение санкций, ослабление национальной валюты, ограничение доступа к кредитным ресурсам за рубежом и др. - крайне отрицательным образом влияют на черную металлургию. Речь идет о сокращении внутреннего потребительского спроса на продукцию отрасли.

Об ухудшении ситуации в металлургии свидетельствует, в частности, пересмотр Правительством страны стратегии развития металлургии, принятой в 2009 г., стратегические показатели которой за прошедшие годы так и не были достигнуты. В мае 2014 г. была утверждена новая стратегия развития отрасли на перспективу до 2030 г., к серьезным недостаткам которой можно отнести отсутствие как конкретных инструментов реализации заявленных целей, так и сбалансированности направлений развития металлургии с ключевыми направлениями развития промышленности. Таким образом, в будущем российским металлургам придется работать в условиях избытка мощностей, давления со стороны китайских экспортеров, снижения цен на стальную продукцию и стагнации спроса на металл. В этих условиях оптимизация и поиск внутренних резервов становятся главными для отечественных металлургов.

Список литературы

1. Стратегия развития черной металлургии на 2014-2020 годы и на перспективу до 2030 года : [утв. Приказом Минпромторга России от 5 мая 2014 г. 839].
2. Горно-металлургический комплекс России: состояние и перспективы // Металлург. 2012. 8. С. 4.
3. Ключевые сведения о мировой сталелитейной промышленности. URL: [http://www.russtal.ru/ steel_around_us/114.html](http://www.russtal.ru/steel_around_us/114.html).
4. Кризисные точки на мировом рынке стали - ИИС "Металлоснабжение и сбыт". URL: [http:// www.metainfo.ru/ru/news/76516](http://www.metainfo.ru/ru/news/76516).
5. Юзов О.В., Седых А.М., Афонин С.З. Тенденции изменения экономических показателей черной металлургии России // Черная металлургия : бюллетень. 2014.



ТИПЫ СОТРУДНИКОВ И ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ РОЛИ**Мазаева М.Р., Луферова А.Д., Удалова Т.А.****научный руководитель канд. социол. наук Лунев В.В.***Сибирский федеральный университет*

Впервые проблему типов людей на научном уровне поставил швейцарский психолог и психотерапевт К. Юнг. В своей работе «Психологические типы» [1] он показал, что у человека существует четыре психических функции: мышление, интуиция, ощущения и чувства. В силу особенностей социализации и противоположности функций, развить все четыре функции изначально не представляется возможным. Поэтому обычно у человека хорошо развиты какие-то две функции и в «спящем» или зачаточном состоянии находятся две другие. При этом одна функция является доминирующей, а другая – вспомогательной. Например, могут быть развиты мышление и ощущения и почти не развиты интуиция и чувства. Кроме того, К. Юнг в зависимости от восприятия мира поделил людей на два типа: экстраверты (направленные на восприятие внешнего мира) и интроверты (направленные на восприятие внутреннего мира).

Сам К. Юнг использовал свою теорию исключительно в психотерапевтических целях: для правильного выбора методов и путей терапии и в конечном итоге, ставя задачу развития скрытых функций человека. Однако уже его современники мать и дочь Кэтрин Бриггс и Изабель Майерс под впечатлением его работы, решили разработать социометрическую методику, имеющую профориентационную направленность. Так появилась знаменитая типология Майерс-Бриггс (МВТИ), получившая широкое распространение в США и Западной Европе. Эта методика до сих пор является ведущим методом профориентации выпускников школ и при отборе сотрудников на работу. Методика состоит из опросника и его верификации. Опросник МВТИ основан на выявлении двух различных способов пополнения запаса энергии (шкала экстраверсия-интроверсия), двух противоположных способов сбора информации (шкала сенсорность-интуиция), двух различных способов принятия решений (шкала мышление-чувствование) и двух различных способов организации своего взаимодействия с внешним миром (решение-восприятие). Таким образом, существуют четыре основных шкалы предрасположенностей. Каждый человек в силу своей индивидуальности занимает определенное место на этих шкалах, выбирает тот или иной полюс в каждой паре оппозиций. Комбинация предпочтений по каждой паре оппозиций дает один из шестнадцати типов поведения, составляя индивидуальный профиль человека. Получается 16 типов личности. Например, реалист, администратор, руководитель (ESTJ: экстраверт, сенсорик, логик, рационал) или учитель, воспитатель, энтузиаст (ESFJ: экстраверт, сенсорик, этик, рационал) [2].

В 70-е годы XX века идея типологии сотрудников получило развитие в работах известного консультанта по менеджменту И. Адизеса. Опираясь на разработки К. Юнга и Майерс-Бриггс, И. Адизес предложил свою теорию, адаптированную для менеджмента и оперативного управления персоналом [3]. Он выделяет четыре базовых типа сотрудников: предприниматели или творцы (E – Entrepreneur), администраторы (A – Administrating), производители результатов или исполнители (P – Producing) и интеграторы или коммуникаторы (I – Integrating). Каждый из них ориентирован на разные организационные функции и роли. Так, «E» (предприниматель) хорошо определяет цели работы, видит перспективу и инициирует изменения. Предприниматель всегда ищет новые возможности. «A» (администратор) задается

вопросами «как организовать работу эффективнее?», «какое решение будет более простое?», «как снизить издержки?». Эта функция про улучшения и оптимизацию — про процесс. Задача «Р» (исполнитель) это выполнять работу и выдавать результат — делать то, что должно быть сделано. Функция «I» (интегратор) про людей. Про то, как выстраивать отношения внутри команды и с клиентами. Везде где требуется психология и эмпатия включаются интеграторы. Они видят какие люди могут работать друг с другом, а какие нет.

Как и К. Юнг, И. Адизес считает, что в результате ранней социализации у человека хорошо развиваются только две функции, при этом одна из них будет основная, а вторая – поддерживающая. Так, например, это могут быть предпринимательство и производительность. Его заслуга в том, что он привел в соответствие организационные роли и типы людей, упростив менеджменту задачу оперативного управления. Теперь, подбирая сотрудника для той или иной должности или командной роли в проекте, руководитель может понимать, насколько тот или иной сотрудник соответствует поставленной ему задаче. На сегодняшний день школой И. Адизеса хорошо разработаны коды (и диагностический аппарат для их измерения) для большинства организационных функций и ролей. Например, код юриста – AP, код маркетолога EP, код секретаря APi и т.д. Это позволяет эффективно применять данную методологию на практике.

Список литературы

1. Юнг К.Г. Психологические типы. Пер. с нем. С. Лорие, перераб. и доп. В.В. Зеленским, под общ. ред. В.В. Зеленского. – СПб.: Азбука, 2001. С. 538.
2. Семина Е. Типология Майерс-Бриггс и управление персоналом. [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://mastermanagement.ru/useful/article/tipologiya-mayers-briggs-i-upravlenie-personalom>
3. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. Сп-б.: Питер, 2008. С. 560.



МУНИЦИПАЛЬНАЯ СЛУЖБА С ПОЗИЦИЙ СОЦИАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТА: ВОПРОСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Макарчук И.Ю., Букша Е.А.,

научный руководитель канд. психол. наук Багдасарьян И.С.

Сибирский федеральный университет

Правовое регулирование муниципальной службы остается одной из актуальных проблем. Обозначим лишь некоторые составляющие заявленной проблематики.

Так, в Европейской хартии местного самоуправления определение муниципальной службы отсутствует. Статья 6 указанной Хартии не проводит разделения между лицами, занимающимися решением вопросов местного самоуправления, на государственных служащих и муниципальных служащих, а, скорее, относит их к категории наемных служащих по решению общественных вопросов в локальных правительствах.

Исторически первым нормативным правовым актом федерального уровня, в котором законодателем было сформулировано определение понятия «муниципальная служба», стал Закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» 1995 года. Муниципальная служба в нем определялась как «профессиональная деятельность на постоянной основе в органах местного самоуправления по исполнению их полномочий». В соответствии с Федеральным законом 1998 года «Об основах муниципальной службы в Российской Федерации» к муниципальной службе была отнесена профессиональная деятельность, осуществляемая на постоянной основе, на невыборных муниципальных должностях. Согласно Федеральному закону от 2 марта 2007 г. № 25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» муниципальная служба понимается как профессиональная деятельность граждан, осуществляемая на постоянной основе на должностях муниципальной службы, замещаемых путем заключения трудового договора (контракта).

Определение признаков муниципальной службы является дискуссионным. Выделим некоторые из них: профессиональная основа (служебная деятельность должна осуществляться непрерывно, в качестве основного вида деятельности, на основе специальных знаний и навыков); осуществление на постоянной основе; осуществление на муниципальной должности, не являющейся выборной, т.е. на должности, предусмотренной уставом муниципального образования в соответствии с законом субъекта Российской Федерации, с установленными полномочиями на решение вопросов местного значения и ответственностью за осуществление этих полномочий, а также должность в органах местного самоуправления, образуемых в соответствии с уставом муниципального образования, с установленными кругом обязанностей по исполнению и обеспечению полномочий данного органа местного самоуправления и ответственностью за исполнение этих обязанностей, замещаемой путем заключения трудового договора.

К задачам муниципальной службы традиционно относятся: обеспечение прав и свобод человека и гражданина на территории муниципального образования; исполнение положений Конституции Российской Федерации, федерального законодательства, законодательства области, устава муниципального образования и иных нормативных правовых актов органов и должностных лиц местного самоуправления на территории муниципального образования; обеспечение самостоятельного решения населением вопросов местного значения; подготовка,

принятие, организация исполнения и исполнение решений в пределах полномочий органов местного самоуправления; защита прав и интересов муниципального образования.

Полномочия органов государственной власти и органов местного самоуправления в сфере муниципальной службы также отличаются многообразием: принятие и изменение законов области по вопросам муниципальной службы, контроль за их соблюдением; обеспечение соответствия уставов муниципальных образований и нормативных правовых актов органов местного самоуправления по вопросам муниципальной службы федеральным законам и законам области; разработка и принятие областных программ развития и совершенствования муниципальной службы; формирование резерва государственных служащих из числа муниципальных служащих, обучение резерва; установление соотношения муниципальных должностей муниципальной службы и государственных должностей государственной службы области с учетом квалификационных требований, предъявляемых к соответствующим должностям муниципальной и государственной службы; обеспечение гарантий осуществления полномочий муниципальных служащих на территории области в соответствии с Конституцией Российской Федерации, федеральными законами, законами области; содействие в сфере подготовки, переподготовки (переквалификации) и повышения квалификации муниципальных служащих.

Нормативно установлены ситуации когда гражданин не может быть принят на муниципальную службу или замещать должность муниципальной службы, а именно в следующих случаях: признания недееспособным или ограниченно дееспособным решением суда, вступившим в законную силу; осуждения его к наказанию, исключающему возможность исполнения должностных обязанностей по должности муниципальной службы, по приговору суда, вступившему в законную силу; наличия заболевания, препятствующего поступлению на муниципальную службу или ее прохождению и подтвержденного заключением медицинского учреждения; близкого родства или свойства (родители, супруги, братья, сестры, дети, а также братья, сестры, родители и дети супругов) с муниципальным служащим, если замещение муниципальной службы связано с непосредственной подчиненностью или подконтрольностью одного из них другому; отказа от процедуры оформления допуска к сведениям, составляющим государственную или иную, охраняемую федеральными законами тайну, если исполнение должностных обязанностей по должности муниципальной службы, на которую претендует гражданин, связано с использованием таких сведений; непредставления установленных Федеральным Законом «О муниципальной службе в Российской Федерации» сведений или представление заведомо ложных сведений о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера; прекращение гражданства РФ, наличие гражданства иностранного государства; представление подложных документов или заведомо ложных сведений при поступлении на муниципальную службу.

Следует отметить, что дальнейшее развитие правового регулирования муниципальной службы будет способствовать развитию данного института.



ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ ЛИДЕРСТВА

Марусич А. А

Научный руководитель д-р. экон. наук, профессор Якимова Л.А.

Красноярский государственный аграрный университет

Культура лидерства играет особую роль в каждой организации. Желание занимать лидирующую должность или просто быть тем сотрудником, к мнению которого прислушивается большинство, заставляет человека развиваться, искать новые способы для достижения поставленных целей, подобные стремления благотворно влияют на деятельность организации в целом.

Прогресс, конкурентоспособность предприятия во многом зависят от личностных качеств сотрудников, трудящихся на тех или иных должностях, и от стремления этих сотрудников стать лучше, как профессионал, занять должность выше и интереснее. Это стимул, который заставляет личность развиваться, осваивая новое, и проявлять инициативу. Для организации важно поддерживать сотрудников в их стремлении к развитию, всячески стимулировать и создавать благоприятную обстановку для "здоровой" конкуренции. Эффективно проводить тренинги, обучения, либо планерки, на которых каждый сотрудник сможет почерпнуть что-то важное для своего развития.

Лидеры основные носители организационных ценностей и разработчики стратегии предприятия. От лидера зависит успех деятельности организации, определяемый тем, насколько верно стратегически мыслит лидер, насколько успешно он предугадает перспективы развития бизнеса и сумеет вложить глубокую национальную, а затем межнациональную идею в развитии культуры компании.

В самом общем смысле лидерство выполняет ряд действий в организации, каждое действие напрямую влияет на конкурентное преимущество предприятия. Основные функции лидерства:

Планирование. Поиск всей доступной информации для определения задач и целей организации или отдельной группы. Грамотное планирование - это первый залог успеха в любом начинании, и от лидера в данном случае зависит правильный подбор профессионалов, а также необходимой информации.

Инициация. Инструктаж группы, распределение задач; установка стандартов группы. При решении любой задачи, необходимо четкое понимание того, как должна работать система, и тот, кто берет на себя ответственность в организации работы, должен уметь донести до каждого, что именно от него требуется.

Контроль. Поддержка стандартов, обеспечение прогресса; принятия решений [1]. Умение контролировать процесс, стимулировать и ориентироваться при возникновении непредвиденных ситуаций является отличительной чертой лидера. Организация, в которой каждый процесс находится под присмотром опытных сотрудников, которые в любой момент могут скоординироваться и изменить тактику, либо дополнить ее, более конкурентоспособна на рынке.

Поддержка. Выражение признания индивидуального вклада; поощрения, создание духа товарищества, уменьшение напряженности с помощью юмора[2]. Любой процесс в организации должен протекать гармонично, не создавая напряженной обстановки, даже если ситуация выходит из под контроля. При любых условиях человек, который занимает лидирующее положение, должен уметь сохранять внутренне спокойствие, а также поддерживать свой коллектив. Дружная, слаженная

команда, которая готова действовать, не смотря ни на что, которая готова добиваться поставленных целей, поддерживая друг друга, позволяет своей организации прогрессировать и набирать конкурентные преимущества намного быстрее, по сравнению с организациями, в которых в погоне за результатом, забывают о моральных качествах.

Информирование. Разъяснение задач и планов; постоянное информирование группы; подведения итогов идей и предложений. Любая работа - это непрерывный процесс идей, череда изменений и дополнений, и результат проделанной работы будет зависеть от того, насколько быстро сотрудники смогут адаптироваться к сложившимся ситуациям.

Оценивание. Проверка выполнимости идей, испытания возможных последствий; оценки производительности группы, помощь группе в самооценке.

Совокупное использование в работе данных методов позволяют организации повышать свою конкурентоспособность на рынке.

Список литературы

1. Шалагинова, Л. В. Психология лидерства/ Л. В. Шалагинова. – СПб.: 2011. – 5с.
2. Морозов, А. В. Деловая психология: учебник/ А.В. Морозов.- СПб.:2012.- 548с.



ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Мишагин П.А.

научный руководитель д-р экон. наук, профессор Ямщиков А.С.

Сибирский федеральный университет

Колоссальные финансовые, техногенные, правовые, культурно-исторические преобразования, затронувшие все общественные структуры социума в начале XXI столетия, не могли оказаться незамеченными для системы высшего образования. Непреклонно увеличивающееся значение процесса познания и социально-гуманитарных технологий в социально-экономическом развитии, превращение этих важнейших ресурсов в один из фундаментально значимых показателей финансового благосостояния и конкурентных преимуществ, значительное увеличение роли информационно-телекоммуникационных технологий, позволяющих с колоссальной динамикой осуществлять интервенцию нового знания, продуцировать трансформации на рынке труда, тотальная интеграция мировой экономики – все эти факторы способствуют усилению требований к структуре высшего образования и приводят к принципиальным изменениям ее организационных систем, освоению принципиально новых функций.

Значение научных знаний в современном обществе настолько велико, что две ранее автономные сложные системы «наука» и «производство» соединяются в целостную, более масштабную систему «наука – производство». Последняя репрезентируется как сложная эволюционирующая система с высоким уровнем интенсификации приращения и практического применения новых знаний. Понимание этих общемировых и общероссийских тенденций постепенно становятся достоянием регионов.

В подобной системе всем участникам экономической жизни, и особенно региональным, неизбежно приходится увеличивать интенсивность образовательных технологий, поскольку повышается уровень предъявляемых к ним требованиям трудовой отдачи. Растет потребность регионов в высококвалифицированных работниках, владеющих разносторонними навыками и высокими (или как минимум, выше среднего) способностями к быстрому обучению (повышению квалификации и переквалификации) и адаптации. От управленцев-собственников и наемных работников-исполнителей требуются все более значительные познавательные возможности, региональная экономика, вслед за мировой и общероссийской становится все менее «механизированной» и все более «знаниевой» [1, с. 12].

В «знаниевой» экономике происходит движение от чисто технических компетенций к человеко-размерным. Это неуклонно приводит к увеличению регионального и местного значения высшего образования, в результате которого появляется новая многоэлементная и многофакторная система «образование – производство – наука». Тем не менее, подобный синтез всех названных элементов происходит без нивелирования уникальности каждой из них, а предполагает их теснейшее взаимодействие.

В России исторически вызрела самобытная система высшего образования, единая для всех субъектов федерации, обладающая как едиными (для подобных систем других стран), так и отличительными качествами. На определенном этапе своего исторического развития названная система детерминировала высокую степень подготовки специалистов и удовлетворяла потребности развитого индустриального

общества и общим тенденциям регионального развития. Однако, на сегодняшний день, отечественная система высшего образования обнаруживает те же проблемы мгновенной деактуализации знаний и насущной потребностью изменения фундаментальной парадигмы образования, что и высшие образовательные учреждения других стран. Вместе с тем, «эпоха перемен» в развитии федеральной и региональной экономик России порождает потребность в тотальной профпереподготовке кадров для возникающих и реформируемых общественных институтов. Рефлексия над этими проблемами находит свое выражение в государственных документах, посвященных инновационному развитию отечественного высшего образования. Трудности поиска решений названных проблем значительно осложняются недостаточностью бюджетного финансирования и несформированностью эффективных социально-экономических взаимодействий, преграждающих путь к формированию системы полиэлементного и многофакторного финансового обеспечения высшего образования.

Российская федерация решительно нацелена на сохранение и приумножение своих позиций в деле защиты самобытности федеральной и региональной системы высшего образования, что, в свою очередь, не предполагает правового и финансового нигилизма со стороны региональных образовательных учреждений, не лишает их возможности ответственной и самостоятельной разработки своего стратегического пути развития и поиска эффективных средств его реализации. В этих условиях перед учебными учреждениями высшего образования стоят актуальные задачи профессионального преобразования своей деятельности не только с учетом актуального социального заказа, анализа возможностей мирового опыта и адаптации его к сложившимся отечественным традициям, но и с учетом специфики региона, его насущных потребностей и перспектив развития. Нерефлексивное заимствование принципов и моделей, апробированных и активно используемых в принципиальных отличных финансово-экономических и политико-правовых условиях, – дело малоэффективное и низкоприбыльное, однако их рефлексивное постижение и практико-ориентированное применение с учетом национальной и региональной специфики крайне необходимо.

Современное российское общество, и особенно это касается регионов, испытывает острую потребность в динамично увеличивающемся приращении новых идей, продуктов, технологий. Стремительно развивающиеся наукоцентрированные технологии нуждаются не в обезличенных и нерефлексивных представителях обслуживающего персонала у конвейера, а творчески мыслящих, активных профессионалов, постоянно обновляющих свои знания для моментального усвоения новых продуктов технологического развития и организационных процессов.

В результате классическая концепция высшего образования, в основе которой лежит передача суммы знаний, умений и навыков, вытесняется новой, ставящей на первый план созидание способностей самостоятельного творчества. Обучение соединяется с процессом производства и научным поиском, а образование как процесс продолжается непрерывно на протяжении всей человеческой жизни.

Интеграционное единство высшего образования и науки имеет важнейшее значение для определения их конкурентоспособности [2, с. 8]. Поскольку преимущественно качество прибывающих в научные и образовательные учреждения новых поколений исследователей дифференцированно определяет уровень теоретической интеграции образовательных и научных достижений и возможность их практико-прикладного внедрения. Интеграционное единство приводит не только к деятельному участию представителей профессорско-преподавательского состава в научно-исследовательской работе, но и позволяет создать необходимые условия, как например, учебно-образовательные программы и соответствующие им научно-

исследовательские лаборатории, оборудованные для работы на «передовом краю науки». Наряду с этим реализуется возможность включения обучающихся в процесс реализации фундаментальных и поисковых исследований по перспективной тематике. Параллельно названное позволяет обучающимся активно включаться в процесс репродукции и развития значительных научно-образовательных школ. В результате будущие ученые-педагоги уже на ранних этапах своего развития знакомятся с многообразными факторами организации научной деятельности, включая нелинейные взаимоотношения, необходимые для решения сложных комплексных задач.

В силу этого, основная задача – последовательная капитализация интеллектуальных потенциалов высшего образования, способная обеспечить их носителям реальный доход, так часто взыскиваемый для существенного увеличения качества предоставляемых образовательных услуг и повышения конкурентоспособности отечественных учреждений высшего образования. Как возможный путь реализации этой задачи – действительная консолидация в рамках университета образования, науки и инновационной предпринимательской деятельности, специфичной для того или иного конкретного региона.

Названная консолидация будет способствовать увеличению уровня стандартов обучения через освоение обучающимися не исключительно теоретических знаний, но и исследовательских, предпринимательских и инновационных навыков, вернуть былой статус представителям профессорско-преподавательского состава посредством капитализации интеллектуальной собственности, высвобожденные от этого средства могут быть использованы для улучшения материально-технической базы и фондов оценочных средств, эффективного использования инновационно-технологической базы сотрудничающих с университетом региональных предприятий в образовательных и исследовательских целях, поднять престиж учреждений высшего образования в целом в качестве не только инкубатора квалифицированных кадров, но и центра по развитию наукоемких технологий.

Как итог многочисленных и целенаправленных, значительно растянутых во времени, усилий определенных учреждений высшего образования в Российской Федерации уже появилось несколько серьезных инновационных научно-образовательных университетских комплексов, включающих в себя как сами организации высшего образования со своей внутренней уровневой дифференциацией (профильные институты, структуры подготовки кадров высшей квалификации и дополнительного образования), различные инновационно-технологические парки-предприятия, специализированные технопарки, поисковые и проектные организации и иные инфраструктурные объекты. Таким образом, могут быть получены такие значимые результаты, как увеличение качественной составляющей высшего образования на базе консолидации образовательной, научной и инновационно-инфраструктурной деятельности, концентрация всех последовательностей и уровней инновационного цикла в пределах развиваемых университетами инновационных проектов, интенсификация усилий университетов, региональных и местных властей и представителей местных бизнес-элит для согласованной организации и активизации инновационной деятельности в регионах и на местном уровне.

Последнее особенно важно, поскольку при современной экономической и политической конъюнктуре учреждениям высшего образования для выживания и последующего развития ничего не остается, кроме организации эффективной коммуникации с представителями региональных и местных политических элит и бизнес-сообществом, причем не только касательно предложения своей инновационной научно-образовательной продукции, но и в плане активного формирования спроса на нее [см. 5]. Одной из возможных форм личностной и профессиональной

самореализации представителей профессорско-преподавательского состава может стать активизация университетского инновационного научно-образовательного предпринимательства. Капитализация интеллектуальных разработок в форме открытия представителями профессорско-преподавательского состава собственных научно-исследовательских и образовательно-просветительских инновационных центров и лабораторий с целью конвертации своих научных достижений в инвестиционно-привлекательный для региона, прибыльный конкурентоспособный продукт и добровольное включение в этот процесс обучающихся – довольно эффективный способ интеграции образовательной, научной и инновационной деятельности. Предоставление молодым ученым и преподавателям широких возможностей коммерциализации собственных инновационных научно-образовательных разработок, предоставляющих возможность накопления капитала, занятия высокодоходной и престижной деятельностью, уверенности в возможности обеспечить достойную жизнь исключительно за счет высокоинтеллектуального труда, без какой-либо низкоквалифицированной и рутинной работы, подработок на стороне, что в свою очередь, может значительно поспособствовать нейтрализации проблемы высокой степени текучести кадров высшей квалификации и неумолимого увеличения среднего возраста среди профессорско-преподавательского состава высшей школы.

Именно сейчас, в наши дни, впервые за длительный период исторического развития человеческого общества знание из абстрактного и отвлеченного феномена, лишённого какого-либо нормированного содержания, трансформировалось в практиктивно-прикладной инструмент реализации высоких показателей экономической целесообразности и интеллектуальной интервенции и последующего роста качества жизни среди населения. Учреждения высшего образования как его основные производители и поставщики, приобретают функциональное значение ключевых структур новой экономики как экономики знаний, становятся рупорами не только общероссийского, но и регионального развития.

Список литературы

1. Бертон, Кларк Р. Поддержание изменений в университетах. – М.: Высшая школа экономики, 2011. – 312 с.
2. Бертон, Кларк Р. Создание предпринимательских университетов. – М.: Высшая школа экономики, 2012. – 224 с.
3. Бок, Дерек. Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования. – М.: Высшая школа экономики, 2012. – 224 с.
4. Freeman, C. Technical Change and Economic Theory. – Cambridge: Cambridge University Press, 2013. 458 p.
5. Trotsak Alexey I. On a Positive Sense of Arthur Schopenhauer's Pessimism Applied to Strategic Management. – Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences. – 2015. – № 8. – Pp. 120-129.



СРЕДНЕВЗВЕШЕННАЯ СТОИМОСТЬ КАПИТАЛА (WACC) И ВОЗМОЖНОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ЕЕ ОСНОВЕ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Музафарова Л.Б.

научный руководитель канд. экон. наук, доцент Муллер П.А.

Сибирский федеральный университет

В финансовом анализе используется множество различных инструментов и методологий, которые позволяют точно проанализировать состояние того или иного рынка или актива и дать оценку перспективности или, напротив, бесперспективности инвестиций в этот рынок (актив). Однако есть несколько ключевых показателей при инвестировании, без которых невозможны формирование инвестиционных портфелей, так и моделирование отдельных инвестиционных проектов. Один из таких показателей – WACC.

О тонкостях расчета данного показателя и о его применении в управлении на территории Российской Федерации будет рассказано в данном докладе.

Weighted Average Cost of Capital, WACC – это показатель, позволяющий предприятию оценивать эффективность своих финансовых вложений.

WACC характеризует стоимость капитала так же, как ставка банковского процента – стоимость привлечения кредита. Только в отличие от банковской ставки, средневзвешенная стоимость капитала не подразумевает равномерных выплат, а требует, чтобы суммарный приведенный доход инвестора был таким же, какой обеспечила бы равномерная выплата процентов по ставке, равной WACC. То есть средневзвешенная стоимость капитала характеризует минимально приемлемую ставку отдачи от вложений.

В экономическом плане, средневзвешенная стоимость капитала заключается в том, что компания может принимать любые решения, в том числе и инвестиционные, при условии, если их уровень рентабельности будет не ниже текущего значения показателя средневзвешенной стоимости капитала.

Выделяют несколько проблем влияющих на подходы к расчету Wacc:

- Первая проблема связана с нестыковкой трактовки понятий «стоимость капитала» и «цена капитала».

- Вторая же связана с тем, что известные способы расчета WACC, как правило, ограничены рамками оценки эффективности проектов в реальные инвестиции и стоимости корпораций (ОАО) эмитирующих акции, котирующиеся на фондовом рынке.

- Третья проблема заключается в различных подходах к определению стоимости компонентов Wacc, в первую очередь собственного капитала, приводят к широкому разбросу величины стоимости капитала.

В итоге вышеуказанные проблемы приводят к тому, что:

- В практике реального бизнеса показатель Wacc фактически не используется.

- Финансовые аналитики и, составители бизнес планов, нередко подгоняют значение Wacc под «приемлемый» для инвестора уровень (в России обычно 20-35%).

- Выпускники экономических вузов не могут рассчитать Wacc по широко известным формулам в случае необходимости расчета этого показателя для ООО, ЗАО и убыточных корпораций, прежде всего в связи с отсутствием адекватных подходов в учебной и методической литературе.

Аналитики компаний не используют WACC, так как при его использовании возникает ряд противоречий. Например, в случае, если у компании большая доля заемных средств, то ставка дисконтирования будет стремиться к стоимости долгового финансирования. Это противоречит здравому смыслу, ведь чем выше долг компании, тем выше риск банкротства. Рациональный инвестор готов брать на себя больший риск (покупать акции) только в том случае, если прогнозируемая доходность по ним превысит доходность по облигациям этой компании. Кроме того, методика расчета WACC не включает в себя премии и за другие возможные риски, которые существуют при инвестировании в акции.

Хотя использование классической формулы расчета WACC приводит к достаточно условным результатам, показатель средневзвешенной стоимости капитала широко используется в инвестиционном анализе, его значение используется для дисконтирования ожидаемых доходов от инвестиций, расчета окупаемости проектов, в оценке бизнеса, финансовом менеджменте, финансовом анализе и других приложениях, при расчете такого показателя экономической добавленной стоимости (EVA). Кроме того, WACC помогает определить, какие средства – собственные или заемные – выгоднее использовать предприятию для финансирования тех или иных проектов.

Средневзвешенная стоимость капитала характеризует размер тех средств, которые возвращаются в процессе деятельности предприятия, другими словами – рентабельность предприятия. Общая стоимость капитала, рассчитанный размер прибыли от собственного и заемного капитала и его удельный вес – все это учитывается.

Финансовая задача данного показателя заключается в том, чтобы при достаточном уровне рентабельности (показатель WACC не ниже рентабельности), предприятие имело возможность принимать любые финансовые решения, включая инвестиционные. Полученная WACC средневзвешенная стоимость капитала позволяет предприятию инвестировать собственные активы в другие ценные бумаги и проекты.

WACC показывает допустимую сумму для инвестиций, а также те размеры прибыли, которые могут быть выручены при вложениях в существующие проекты, вместо поиска новых альтернатив.

Расчет средневзвешенной стоимости капитала указывает на реальную стоимость вырученного или привлеченного капитала. При выполнении оценки следует использовать реальные рыночные показатели, нежели показатели бухгалтерии. Источники, которые включаются в расчет дополнительно, это: конвертируемые облигации, акции и другие ценные бумаги. Они должны иметь большой удельный вес в капитале, потому как низкий процент конвертируемых ценных бумаг не влияет на общее финансовое состояние предприятия.

Что же в итоге отражает показатель WACC? Он является измерителем экономической эффективности существующего бизнеса или инвестиционного проекта.

Отрицательная величина WACC, говорит об эффективной работе менеджмента организации, так как организаций получает экономическую прибыль. Это же относится и к инвестиционным проектам.

Значение WACC в пределах изменения рентабельности активов от нуля до величины среднеотраслевых значений, говорит о том, что бизнес прибыльный, но не конкурентоспособный.

Показатель WACC, величина которого превышает среднеотраслевую рентабельность активов, свидетельствует об убыточном бизнесе.



Использование WACC в качестве ставки дисконтирования для любого инвестиционного проекта оправдано только в том случае, если финансирование не является целевым. То есть если компания постоянно привлекает капитал из различных источников и использует его из единого пула для финансирования всех своих проектов.

Современная социально-политическая и макроэкономическая обстановка в России в высшей степени неблагоприятна для осуществления активной деятельности в сфере реальных инвестиций. Не касаясь причин, которые привели к ее возникновению, продолжают действовать до сих пор и, очевидно, будут существовать еще достаточно продолжительное время, выделим основные аспекты сложившейся ситуации, с наибольшей силой сказывающиеся на инвестиционной активности в целом и затрудняющих оценку инвестиционных проектов - в частности. Это:

- общая нестабильность и непредсказуемость развития событий во всех сферах жизни страны;
- специфика рынка финансовых ресурсов, характеризующегося отрицательной реальной стоимостью денежного капитала;
- несовершенство действующего законодательства, не позволяющее в полной мере учитывать отрицательное воздействие высоких темпов инфляции.

Каждое из трех перечисленных обстоятельств накладывает свое ограничение на использование стандартных методов оценки, в том виде, в котором они используются на Западе и в других странах с развитым рыночным хозяйством.

В ходе изучения данной темы установлено, что в практическом применении показателя средневзвешенной цены капитала (WACC) имеют место существенные проблемы.

Причины следующие:

1. Расчет средневзвешенной стоимости капитала менее важен для анализа методом DCF (дисконтированных денежных потоков) чем правильный прогноз продаж [3].

2. Применение WACC, в методе DCF, является методически противоречивым. Возникает парадоксальная ситуация: чтобы определить WACC, надо вначале оценить рыночную стоимость собственного капитала, а именно ее и хотят оценить с помощью WACC.

3. Использование в расчетах WACC корпораций, «справедливых» цен акций этих корпораций, спорно. Оценивать надо будущее.

4. Методы расчета WACC, включающие в расчет одновременно стоимость акций корпораций и ее долгов, как организации, не учитывают организационно-финансовую специфику функционирования корпорации, как субъекта экономики (см. рис.1).

5. Предлагаемые в специальной литературе методики расчета WACC ограничивают применение этого показателя рамками корпораций и инвестиционных проектов. Вопросы применения WACC, для оценки и прогнозирования деятельности иных организационно-правовых форм ведения бизнеса, не изучены. Значительные трудности вызывает оценка величины WACC открытых акционерных обществ, по тем или иным причинам, не выплачивающих дивиденды.

6. Оценку капитала и, следовательно, его средне взвешенную цену необходимо рассматривать не просто как некий арифметический показатель, но как индикатор сохранения и приумножения капитала компании.

Проведенное исследование также позволяет утверждать, что:

1. Показатель средневзвешенной цены капитала (WACC) может применяться для оценки эффективности финансово-хозяйственной деятельности организаций, всех организационно-правовых форм ведения бизнеса, а также для



определения критического момента для продаж, ряда финансовых инструментов, на фондовых рынках.

2. Методы расчета WACC вполне могут удовлетворять требованиям бизнесменов практиков, использующих для принятия управленческих решений быстрых во времени, несложных и приблизительных расчетов, достоверно определяющих тенденции развития событий в обозримой перспективе.



АНАЛИЗ ПОДБОРА И ОТБОРА ПЕРСОНАЛА В РОССИИ И ДРУГИХ СТРАНАХ

Пархоменко Е. Я.

Научный руководитель проф., д-р экон. наук Третьякова Л. А.

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Базисом существования любой организации является персонал, который в ней работает. Человек нуждается в трудовой деятельности, а организации обеспечивает ему рабочее место. Гарантия роста, развития и конкурентоспособности любой организации – это человеческие ресурсы, поэтому следует тщательно отбирать, подбирать и нанимать персонал, в соответствии с требованиями на должность.

По мнению автора трудов по управлению персоналом А. Я. Кибанову: «Наем - это порядок последовательных действий, целью которых считается привлечение кандидатов, имеющих качества, необходимые для эффективного функционирования организации. Это комплекс организационных мероприятий, включающий все этапы набора кадров, а также оценку, отбор кадров и прием сотрудников на работу». Следует разграничить такие понятия как подбор и отбор. Первый термин относится к тому, что кадровая служба, обязанностью которой считается искать и нанимать на работу персонал, выбирает из числа впервые пришедших кандидатов подходящих, в то время как отбор означает выбор уже из подобранных людей лучших на данную должность. Значит, наем – это понятие охватывающее термины подбор и отбор в общем смысле.

Источниками подбора персонала являются внутренние и внешние. Самые популярные внешние – это реклама в СМИ, телевидении, радио, а внутренние, а также самые не затратные – выбор кандидата уже из имеющегося кадрового резерва или нуждающегося в работе знакомого, родственника и т.д.

С каждым годом наем персонала ужесточается, требования к кандидатам увеличиваются, а сами методы и процедуры усложняются и разбиваются на несколько этапов. Предприятие в праве индивидуально выбирать способы отбора персонала, используя разработанную профессиограмму и психограмму предприятия, но все е существует несколько ступеней отбора, следовать которым необязательно в строго регламентированном порядке:

1. Отборочная предварительная беседа с кандидатом;
2. Заполнение заявления;
3. Интервьюирование;
4. Испытание в виде тестирования на профессиональную компетентность и на выявление личностных характеристик;
5. Наличие рекомендаций;
6. Медицинский осмотр;
7. Непосредственно принятие решения об отборе.

Выбор наиболее подходящих методов для организации также связано с тем, сколько денежных средств готово потратить предприятия для выбора лучшего специалиста.

Последнее десятилетие перечисленных методов стало недостаточно, чтобы выбрать нужного кандидата, поэтому особую популярность набирает нетрадиционные методы отбора потенциального работника: стрессовые интервью, анализ имени и отчества, анализ месяца рождения, гороскоп, brainteaser-интервью, исследования социальных страничек кандидатов в Интернете и т.д.

Итак, для подбора и отбора кандидатов организация следует различным технологиям от обычного заполнения заявления до стрессового интервью. Каждая организация выбирает наиболее подходящие для нее методы, следуя определенным требованиям к специальности. Но существует общие требования характеристик к кандидатам, которые при отборе и подборе учитывают все организации не только в России, но и в других странах. Характеристики, следуя которым принимается решение о найме персонала в конкретной стране будут различными. Каждая страна в связи со своими культурными особенностями будет ранжировать каждый показатель характеристики по-своему.

Иностранные ученые M. Segalla, A. Sauquet и C. Turati в Европейском журнале менеджмента провели исследования ряда стран по важности характеристик при найме персонала. Почти 300 руководителей приняли участие в этом этапе которого было опрошено 25 фирм из финансового сектора Франции, Германии, Италии, Испании, и Соединенном Королевстве. Они считают, что существует одна из проблем найма определенного человека, который подходил бы к культуре европейского менеджмента также как и к культуре отдельной компании. Как изъяснился Карякин А. М.: «Чтобы найти подходящего человека для определенной работы, необходимо получить точное представление о характере самой работы, квалификации и качествах претендента, которые требуются для ее выполнения». Например, организация принимает на работу иностранного гражданина, знающего много языков и компетентного в своей деятельности, но на протяжении месяцев работы ему не удается установить связь с коллегами по работе.

Учеными были выделены несколько критериев определения кандидата на предложенную позицию, представленные в таблице 1. Ранжирование представлено от 1 до 10 по степени важно – неважно.

Таблица 1 – Ранжированные характеристики кандидата при найме

	Англия	Франция	Германия	Италия	Испания	Среднее
Знание иностранного языка	1	1	1	2	1	1,2
Результат теста	2	4	2	1	2	2,2
Умение вести малый и средний бизнес	6	3	7	6	3	5
Выпускной ранг	3	9	3	5	6	5,2
Рекомендации	4	2	5	7	8	5,2
Международный опыт	8	6	8	4	7	6,6
Навыки коммуникации	5	5	9	9	5	6,6
Технические и специальные навыки	10	7	4	10	9	8
Возраст	9	10	6	8	4	7,4
Культура, национальность	7	8	10	3	10	7,6

Проанализировав показатели таблицы 1, сделаем выводы, что все страны, кроме Италии самым приоритетным считают знания кандидатом иностранного языка. Национальность и культура кандидата не имеет значение в Испании и Германии. Также мало внимания уделяется возрасту сотрудника во Франции, следом за ней Англия и Италия, в то время как отметку 4 дала Испания, что говорит о том, что при найме возраст в категории «важно, но терпимо». Следует отметить, что критерий «Результат теста» в целом по странам занимает вторую позицию по важности по среднему значению. Последней характеристикой в списке является технические и специальные

навыки, что говорит о том, что страны убеждены, что этот критерий приобретаем в течение работы.

Что касается России, то данные весьма различны с общими данными европейских стран (таблица 2).

Таблица 2 – Критерии отбора кандидатов в России

Критерии	Ранг
Возраст	1
Технические и специальные навыки	2
Общее образование	3
Знание иностранного языка	4
Рекомендации	5
Навыки коммуникации	6
Результат теста	7
Международный опыт работы	8
Выпускной ранг	9
Национальная культура	10

Данные в таблице дают понять, что в первую очередь стране важен возраст, навыки образование, знание языков и рекомендации. В России наблюдается тенденция сложного трудоустройства в возрасте старше среднего, работодатели отдают предпочтение молодым специалистам, так как они более энергичные и готовы работать за низкую заработную плату. Брать сотрудника в возрасте, чтобы потом он ушел на пенсию не в интересах организации. Навыки занимают второе место. Организации важно, чтоб специалист пришел уже с умениями, чтоб не тратить ресурсы и время на его обучение. Образование – главный критерий, по которому берут кандидата. Но на сегодня в нашей стране достаточно иметь просто высшее образование, работодатель зачастую не смотрит на полученную специальность, поэтому эта позиция занимает 3 ступень. Знание иностранного языка, скорее как современная тенденция. Организация может не сотрудничать с другими странами, но такой показатель как знание языка у сотрудника плюсуется к его характеристике. В России наблюдается устройство по рекомендации. Это объясняется тем, что устроить персонал «по знакомству» или по предложению другой организацией способствуют экономии затрат бюджета предприятия на организацию подбора и отбора. Национальная культура занимает последнюю ступень, так как Россия – многонациональная страна, где граждане не отмечают для себя разную национальность и культуру.

Таким образом, от того, каким способом нанимать персонал в организацию, зависит её эффективность. Наблюдается тенденция усложнения технологий подбора и отбора. Существуют общие критерии отбора персонала для всех стран. Исследования зарубежных ученых дали нам результаты, что ранжирование России от европейских стран отличается во многом, что определяет разный менталитет стран.

Список литературы

1. Третьякова Л. А. Рынок труда как главный элемент устойчивого регионального развития// Региональная экономика: теория и практика , 2015, № 36(411). — С.2-15
2. Управление персоналом по ред. Базарова Н. Р., Еремина Б. Л. Библиотека: Центр кадровых технологий — XXI века — М.: Юнити-Дана, 2013. — с.563
3. Segalla M., Sauquet A., Turati C. Symbolic vs Functional Recruitment: Cultural Influences on Employee Recruitment Policy / European Management Journal, — 2007



**РЕАЛИЗАЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
НА ПРЕДПРИЯТИИ ЛЕСОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГРУППА «ИЛИМ»)**

Пахомова А.С.

научный руководитель канд. филос. наук Гуляева Н.П.

Сибирский федеральный университет

Предприятия лесопромышленного комплекса несут особую ответственность перед обществом в виду специфики деятельности, связанной с национальным богатством страны. Основными направлениями социальной ответственности предприятий лесной отрасли выступают: добровольная лесная сертификация и применение наилучших существующих технологий. Данные меры позволяют создать систему устойчивого управления лесами, свести к минимуму негативное влияние деятельности компаний и поставщиков на леса и окружающую среду, а также восстановить лесной массив.

По данным РСПП, в Национальный Регистр нефинансовых отчетов внесены 160 компаний и зарегистрировано 635 отчетов, которые выпущены с 2000 по 2016 год. В деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной отрасли представляют отчеты 4 компании, к ним относятся ОАО «Группа «Илим», ОАО «Архангельский целлюлозно-бумажный комбинат», ООО «Неманский целлюлозно-бумажный комбинат» и ОАО «Монди Бизнес Пейпа Сыктывкарский ЛПК».[1]

Открытое акционерное общество «Группа «Илим» лидер российской целлюлозно-бумажной промышленности, находящееся на четвертой позиции в Европе и тридцатой в мире по объему производства товарной целлюлозы. Уставной капитал общества составляет 6 123 096 946 рублей.[2]

В соответствии с ценностями компании, социальная политика это не только выпуск качественной продукции, уплата налогов и соблюдение российского законодательства, но и работа по поддержанию социальной стабильности в регионах присутствия. Ведущими формами социальной ответственности являются благотворительность, а именно создание фондов и волонтерство. В качестве примера можно привести, что в 2005 году компания учредила благотворительный фонд «Илим – Гарант», который имеет три направленности. Первая – благотворительные программы в сфере социального партнерства и сотрудничества с регионами. Вторая – корпоративная социальная программа помощи сотрудникам компании, вышедшим на пенсию, а также ветеранам труда и войны. Третье направление – благотворительность детским садам, спорту, детским домам. Компания стремится создавать максимально благоприятные социальные условия в регионах присутствия, на сегодняшний день это такие регионы, как г. Усть-Илимск, г. Братск, г. Архангельск и г. Санкт-Петербург. Для этого она ежегодно увеличивает объемы средств, выделяемых на социальные и благотворительные программы. В 2007 году эта сумма составляла 61 млн. рублей к 2014 году она увеличилась на 30,5% и достигла 200 млн.рублей.[2]

ОАО «Группа «Илим» предоставляет дополнительные социальные гарантии для своих работников, с каждым годом увеличивает затраты на обучение персонала, а также обеспечивает каждого сотрудника средствами индивидуальной защиты с улучшенными защитными свойствами. В 2014 году обучение по курсу «Охрана труда» прошли около



13 000 человек, а на приобретение СИЗ, спецобуви, спецодежды, мыла и защитного крема было потрачено 106 млн. рублей.[1]

Предприятие является экологически ответственным. Одним из приоритетных направлений реализации КСО политики - забота об окружающей среде. На протяжении 8 лет ведется экологический отчет, в котором в полном объеме представлены все мероприятия по охране окружающей среды в разрезе каждого филиала, где прослеживается положительная динамика из года в год.

В 2014 году на выполнение природоохранных мероприятий, нацеленных на снижение воздействия производственной деятельности на состояние окружающей среды, компания направила около 1 миллиарда рублей. Вследствие чего, при росте производства на 11% количество сбросов на тонну вырабатываемой продукции по компании снизилось на 4 кг/т, выбросов на 0,9 кг/т, размещаемых отходов на 12 кг/т в сравнении с 2013 годом.[1]

На поддержание и капитальный ремонт основных фондов для обеспечения безаварийной работы оборудования, ведения производственного процесса и предотвращения негативных последствий в области охраны окружающей среды в 2014 году компания направила 175 млн. рублей в филиал в Коряжме, 554 млн. рублей в Братске и 281 млн. рублей в городе Усть-Илимске.[2]

«Группа «Илим» занимает первое место в мире по площади сертифицированных FSC лесов – 5,7 млн.га и ежегодно подтверждает его соответствие строгим международным стандартам. Площадь проведения лесозаготовок около 30 тыс. га, в рамках работ по воспроизводству лесных культур высажено более 2 млн. сеянцев сосны и ели и посеяно 154 кг. семян этих пород деревьев. Уход за молодняками разворачивается на площади более 2,9 тыс.га..[2]

В целях охраны труда, компания сотрудничает с научными центрами и высшими учебными заведениями, спонсируя разработки новых технологий.

Таким образом, корпоративная социальная ответственность – направление без которого трудно представить конкурентно способную, развивающуюся компанию. Для такого крупного игрока лесопромышленной отрасли, как «Группа «Илим», КСО – приоритетный вектор развития, который реализуется за счет создания благотворительных фондов, выполнения природоохранных мероприятий, сертификации лесов и другое.

Список литературы

1. Российский союз промышленников и предпринимателей [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://xn--o1aabe.xn--p1ai/simplepage/472>
2. Официальный сайт ОАО «Группа «Илим» [электронный курс]. Режим доступа: <http://www.ilimgroup.ru/>



**ПРИМЕНЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА
МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

Покушко Р.В., Дресвянский Е.С., Покушко А.Е.
научный руководитель д-р. экон. наук, профессор Белякова Г.Я.
Сибирский федеральный университет

Качество медицинской помощи является фактором, влияющим на состояние личного и общественного здоровья. На практике оценка качества медицинской помощи пациенту является одним из ключевых проблемных вопросов, возникающих перед организаторами здравоохранения, различными экспертами и управленцами.

Несмотря на уже имеющийся значительный интерес к вопросам качества медицинской помощи (далее сокращенно КМП), этот аспект совершенствования системы здравоохранения России остается для большинства медицинских работников новым и порой совершенно неясным. Зарубежная литература, особенно американские источники, всесторонне освещают методы обеспечения качества, но они настолько специфичны для США, что вряд ли приемлемы в других странах, хотя изучение зарубежного опыта принесет определенную пользу для разработки концептуальных подходов к обеспечению качества медицинской помощи в России[4].

Вопросы качества занимают важное место в Европейской политике здоровья Всемирной организации здравоохранения. Среди стран, имеющих наибольшие достижения в этой области, следует назвать США, Нидерланды, Великобританию, Испанию, Канаду, Японию и др.

Сегодня существует достаточно много различных определений КМП. Еще в 1966 году на симпозиуме Европейского регионального бюро ВОЗ (Копенгаген), посвященном эффективности медицинской помощи, Г.А. Попов подчеркивал, что вопросы состояния медицинской помощи следует рассматривать одновременно в четырех взаимосвязанных и взаимообусловленных аспектах: качества, адекватности, производительности и эффективности[2]. По его определению, под качеством медицинской помощи следует понимать совокупность результатов профилактики, диагностики и лечения заболеваний, определяемых соответствующими установленными требованиями на основе достижений медицинской науки и практики (не только врача и его помощника, но всей системы здравоохранения в целом).

К более поздним определениям КМП следует отнести формулировку В.Ф.Чавпецова и соавторов, которыми качество медицинской помощи определяется как «содержание взаимодействия врача и пациента, основанное на квалификации профессионала, то есть его способности снижать риск прогрессирования у пациента заболевания и возникновения нового патологического процесса, оптимально использовать ресурсы медицины и обеспечивать удовлетворенность пациента от его взаимодействия с системой здравоохранения». Это определение также основывается на материалах и рекомендациях ЕРБ ВОЗ[4].

По мнению Аветиса Донабедьяна, существуют следующие показатели КМП:

- Эффективность - это соотношение реально полученного результата с результатом, который мог бы быть получен в идеальных условиях.
- Экономичность - отношение реальных затрат к нормативной стоимости.
- Адекватность - это соотношение между оказанной медицинской помощью и потребной медицинской помощью.

В практической деятельности служб здравоохранения многих стран мира внедрялось ранее, внедряется и будет внедряться великое множество вариантов анализа:

- анализ отклонения от установленной «нормы» [4];
- многофакторный анализ деятельности ЛПУ или отдельного врача;
- анализ структуры ЛПУ или системы здравоохранения;
- анализ технологий ЛПУ или системы здравоохранения;
- анализ результатов деятельности ЛПУ или системы здравоохранения;
- анализ деятельности ЛПУ по программе, составленной из комбинации перечисленных выше методов и др.

В настоящее время для контроля за качеством оказываемых услуг в отделении анестезиологии - реанимации медицинских услуг используется ряд показателей, отражающих как медицинскую, так и экономическую составляющую работы [1].

В качестве интегральных показателей в клиниках рассчитываются следующие коэффициенты [3].

- коэффициент объема медицинской помощи (Коб) – отношение количества пролеченных больных к количеству запланированных, при этом количество запланированных больных определяется исходя из числа развернутых коек в отделениях хирургического профиля (хирургическом, офтальмологическом, отоларингологическом, челюстно-лицевой хирургии), структуры оперативных вмешательств и плановой хирургической активности отделений;

- коэффициент экономичности (Кэк) – отношение плановых расходов к фактически произведенным;

- коэффициент эффективности деятельности (Кэф.д) – произведение двух коэффициентов: Коб и Кэк.

Оценка эффективности производится следующим образом: при $K_{эф.д} > 1,0$ деятельность оценивается как эффективная; при $K_{эф.д} < 1,0$ – как неэффективная.

Кроме того, используются следующие показатели:

- коэффициент результативности (Кр) – отношение количества больных, при лечении которых, достигнут запланированный результат, к общему количеству пролеченных больных;

- коэффициент уровня качества лечения (Кукл) – отношение выявленных дефектов в работе врача (I, II, III уровни экспертизы) к количеству пролеченных больных;

- коэффициент соотношения затрат (Кз) – отношение средней стоимости койко-дня, включенной в тариф на лечение, к фактической стоимости;

- интегральный коэффициент медицинской помощи (Ки) – производное от коэффициента результативности (Кр), социальной удовлетворенности (Ксу) и коэффициента соотношения затрат (Кз).

Для разработки плана мероприятий по устранению недостатков предварительно проводится оценка значимости каждого мероприятия с помощью коэффициента относительной важности (Ков).

Эффективность предлагаемых технологий оценивается как с точки зрения медицинских результатов, так и экономики.

Экономическая эффективность включает в себя, в основном, снижение расходов за счет применения более эффективных препаратов и меньшей стоимости лечения осложнений наркоза. Она рассчитывается поэтапно, с применением следующей методики расчета[3].

1) Определение размера единовременных затрат (З) на разработку и внедрение нового метода лечения:



$$З = Зр + Зв ,$$

Где Z_r – затраты на разработку;

Z_v – затраты на внедрение нового метода.

2) Определение годового экономического эффекта (Эгод):

$$\text{Эгод} = (\text{Эо} \times \text{Эн} \times \text{Зуд}) \times \text{С2}$$

Где Эо – затраты на внедрение одного метода;

Эн – нормативный показатель эффективности ($\text{Эн} = 0,15$);

Зуд – удельные затраты (затраты, поделенные на число больных, лечившихся предложенным методом);

С2 – объем внедрения (планируемое число больных на год).

3) Определение коэффициента экономической эффективности (Кэ):

$$\text{Кэ} = \text{Эгод} / З.$$

На наш взгляд, отраженные выше параметры при всей многогранности не являются достаточно объективными. В связи с тем, что многие параметры, положенные в их расчет, легко корректируются в зависимости от необходимости. Кроме того данные показатели сложны в расчетах и порой субъективны. В нашем дальнейшем исследовании данные показатели будут изучены более подробно.

Список литературы

1. Здоровье населения региона и приоритеты здравоохранения: Под редакцией О. П. Щепина, В. А. Медика - Санкт-Петербург, ГЭОТАР-Медиа, 2010 г.- 384 с.
2. Здравоохранение России. Что надо делать. Научное обоснование "Стратегии развития здравоохранения РФ до 2020". Краткая версия: Г. Э. Улумбекова - Санкт-Петербург, ГЭОТАР-Медиа, 2010 г.- 96 с.
3. Концептуальные подходы к организации деятельности отделения интенсивной терапии, анестезиологии и реанимации в современных условиях. Гайдаров Г.М., Алексеева Н.Ю., Кузьмина В.В. Журнал "Заместитель Главного Врача - 3 (2008)(1)"
4. Социальная политика. Медицинское обозрение № 8, 2008 г., с.4-5.
5. Организация и оценка качества лечебно-профилактической помощи населению: Под редакцией В. З. Кучеренко - Санкт-Петербург, ГЭОТАР-Медиа, 2008 г.- 560 с.



**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ****Покушко Р.В., Дресвянский Е.С., Покушко А.Е.****Научный руководитель: д-р экон. наук, профессор Белякова Г.Я.***Сибирский федеральный университет*

Современная социально-экономическая, морально-психологическая и духовная ситуация в России достаточно многоаспектна. Имеет место нестабильность в экономике, остро ощущается дефицит федерального бюджета, практически не снижается численность людей с доходом ниже прожиточного минимума, усиливается дифференциация населения по доходам, повышается напряженность на рынке труда, растет задолженность по выплате заработной платы, пенсий и социальных пособий, остро проявляются тенденции неблагополучия, в том числе социальные девиации.

Сокращение государственных услуг по социальному обеспечению отнюдь не приводит к уменьшению потребности граждан в социальной защите. Напротив, в условиях роста социальной дифференциации современного общества она будет возрастать. Поэтому вполне закономерно ожидать повышения значимости мер, принимаемых организациями по социальной защите граждан от жизненных трудностей.

Проблеме исследования управления социальной средой организации посвящены работы таких ученых, как Н.Г. Веселова, И.Е. Ворожейкин, Б.П. Кутырев, Г.В. Щекин и др. Особое внимание вопросам оценки уровня социального развития коллектива предприятия уделяли внимание А.П. Егоршин, А.А. Кириченко, А.Н. Комозин, Е.Н. Пшеничная, Н.В. Сверкунова и др. Аспекты социального планирования рассматриваются в работах А.М. Бабич, К.Д. Дахдуевой, Е.А. Девяткина, А.А. Корсаковой, Е. А. Кобец и др.

Но, несмотря на столь обширный список авторов, посвятивших свои работы аспектам управления социальной средой организации, социальной проблемы коллективов современных предпринимательских организаций в большей части остаются нерешенными.

Современная организация – это один из видов социальных систем, объединение людей, совместно реализующих общую цель и взаимодействующих на основе определенных принципов, норм, процедур. С управленческой точки зрения, организация есть устойчивая форма объединения людей, имеющих общие интересы, или организационная структура, которую образует большая или малая группа лиц, а также условия и способы их взаимодействия друг с другом [5, 10].

Социальная среда – более сложное понятие, чем понятие «организация», так как «социальное» может рассматриваться с широкой и узкой точек зрения.

В первом случае – это все, что относится к обществу в целом, а потому «социальное» является синонимом «общественного» в его сопоставлении с природным.

Во втором случае – это только часть общества, та его сфера, которая непосредственно связана с взаимоотношениями и взаимодействием людей, распределением материальных и духовных благ, удовлетворением специфических потребностей человека, качеством и уровнем его жизни, условиями труда, быта и досуга, предоставлением ему социальных услуг [2,6].

Михалева Е. А. под социальной средой понимает сам персонал с его различиями по демографическим и профессионально-квалификационным признакам, социальная инфраструктура организации, и все то, что, так или иначе, определяет качество

трудовой жизни работников, то есть степень удовлетворения их личных потребностей посредством труда в данной организации.

Как считают Девяткин Е.А., Корсакова А.А., к основным факторам непосредственной социальной среды организации относятся:

- потенциал и социальная инфраструктура организации;
- условия работы и охрана труда;
- социальная защищенность работников;
- социально-психологический климат коллектива;
- материальное вознаграждение труда и семейные бюджеты;
- вне рабочее время и использование досуга.

На наш взгляд, к основным составляющим социальной среды организации относятся: потенциал организации, социальная инфраструктура, условия работы и охрана труда, социальная защищенность работников, социально-психологический климат в коллективе, стимулирование трудового поведения, вне рабочее время и использование досуга.

Основу социальной среды организации образует персонал. Он обладает рядом характеристик, оценивая которые можно установить соответствие качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места. Кроме различия людей по возрасту, полу и национальной принадлежности они отличаются по своим потребностям, интересам, возможностям, поведению, вкусам. У каждого из них – свои физические и интеллектуальные способности, свое мировоззрение, образ и стиль жизни. В трудовой жизни реализуются присущие работнику свойства – его квалификация, опыт, знания, работоспособность, отношение к труду и ряд других, совокупность которых должна обеспечить такой процесс труда, который будет соответствовать определенным правовым нормам, характеризующим эталон трудовой деятельности.

Социальная среда организации тесно взаимосвязана с технической и экономической сторонами функционирования организации, составляет вместе с ними единое целое. Успешная деятельность любой организации зависит от результативности совместного труда занятых в ней работников, от их трудового потенциала, от того насколько условия труда и быта благоприятствуют удовлетворению материальных и духовных потребностей людей [1].

Основной целью управления социальной средой организации является повышение качества трудовой жизни. Этого можно достичь путем создания благоприятных условий труда и отдыха работников; повышения их образовательного уровня; повышения трудовой активности рабочих; обеспечения им безопасности на производстве, в быту, местах отдыха; удовлетворения и развития потребностей работников; укрепления здоровья и увеличения продолжительности их жизни, а также стабилизации отношений в трудовых коллективах и совершенствования социально-психологических отношений.

Достижение всего комплекса целей обеспечивает повышение качества трудовой жизни работников организации. Оно может быть достигнуто в процессе решения целого комплекса взаимосвязанных задач, таких как повышение благосостояния членов трудового коллектива, улучшение условий трудовой деятельности, создание благоприятного и стабильного социально- психологического климата в коллективе.

Основными задачами управления социальной средой организации являются: стимулирование средствами, как материального вознаграждения, так и морального поощрения эффективного труда, инициативного и творческого отношения к делу; оптимизация структуры персонала; улучшение эргономических, санитарно-гигиенических и иных условий работы, охраны труда; соблюдение социальных

гарантий и гражданских прав работников, социальное страхование; улучшение социальной инфраструктуры; рост жизненного уровня работников и членов их семей; создание и поддержание в коллективе здоровой социально-психологической атмосферы, оптимальных межличностных и межгрупповых связей, способствующих раскрытию интеллектуального и нравственного потенциала каждой личности, удовлетворенности совместным трудом [4, 8, 9].

В соответствии с этими целями и задачами формируется комплексная система управления социальной средой организации.

Управление социальной средой организации, выступая в роли регулятора поведения людей, достигает этой цели в рамках общественных связей, являющихся, по сути, управленческими отношениями. Возникают они, прежде всего, между субъектом и объектом в связи с практической реализацией функций управления. А.Н. Аверин выделил три группы функций управления социальной средой предпринимательских организаций [1].

К первой группе относятся функции, направленные на формирование и оптимизацию социальной организации коллектива, и на совершенствование его социальной структуры, то есть на прогрессивное развитие имеющихся в нем социально-профессиональных и других групп и отношений между ними (функция обогащения содержания труда, предполагающая чередование производственных функций, увеличение информационной насыщенности трудового процесса, нестандартные режимы труда, обеспечение профессионального роста работников).

Вторую группу составляют функции, направленные на удовлетворение материальных и духовных потребностей сотрудников трудового коллектива и создание благоприятных возможностей для реализации работниками своих социальных прав.

Третья группа функций управления социальным развитием предприятия включает в себя решение задач развития социально значимых качеств людей, к ним можно отнести формирование системы материальных и духовных потребностей работников, развитие трудовой, творческой и других видов общественной активности членов коллектива.

Хотя методологическая база по вопросам управления социальной средой организации представлена достаточно широко, однако, опыт формирования и управления социальной средой организации в российских организациях еще недостаточен. Только немногие крупные компании осуществляют социальную политику на системной основе в соответствии с утвержденными нормативными документами. Для достижения текущих и долгосрочных целей ими разрабатываются и реализуются программы по работе с персоналом, направленные на его формирование и мотивацию в соответствии с целями и задачами организации [6,8].

В настоящее время большинство факторов, которые оказывают влияние на мотивацию персонала, в большинстве своем либо совсем не формируют поведение сотрудников, либо формируют его таким образом, что оно идет вразрез с интересами и целями организации. Назрела необходимость в том, чтобы более эффективно воздействовать на персонал и менять его поведение в сторону увеличения продуктивности и трудовой активности. Большое число факторов, формирующих поведение персонала внутри организации, делает необходимым разработку комплексной программы по управлению каждым из этих факторов. В формировании мотивации работников, повышении его самоотдачи особое место отводится социальной политике организации. В настоящее время организации активно реализуют льготы и гарантии в рамках социальной защиты работников, установленные на вышестоящем уровне. Кроме того, предоставляются работникам и членам их семей дополнительные льготы за счет выделенных на эти цели средств. По оценкам специалистов, на многих

предприятиях выплаты, предоставляемые в дополнение к заработной плате в рамках социальных программ, достигают 50% и более совокупного дохода персонала [5,6,8].

Список литературы

1. Аверин А.Н. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации / А.Н. Аверин. -М.: РАГС, 2008. - 224 с.
2. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы на рынке транспортных услуг / Г. Л. Азоев, А.П. Челенков. — М.: ОАО Типография «НОВОСТИ», 2009. – 211 с.
3. Аршакян Д. Особенности управления социотехническими системами / Д. Аршакян // Проблемы теории и практики управления. - 2008. - №5. – С. 10-19.
4. Бабич А.М., Митник И.Е., Попков А.А. Социальные программы предприятий и их финансовое обеспечение / А. М. Бабич, И. Е. Митник, А. А. Попков // Социология власти. – Издательство Российская академия государственной службы при Президенте РФ. – 2008. - № 3. – С. 124-130.
5. Башкатова Т. Б., Свирбутович О. А. Стратегия внутренней социальной политики предприятия автомобильного транспорта / Т.Б. Башкатова, О. А. Свирбутович // Вестник Бурятского государственного университета. - 2009.- № 6а.- С. 183-185.
6. Василенко Е. Бизнес-ориентированный подход к управлению социальными программами: российский опыт / Е. Власенко // Власть. – 2008. - № 8. – С. 5-11.
7. Веселова Н.Г. Социальное управление и элементы его культуры / Н. Г. Веселова. Под ред. В.А.Трайнева. – М.: ИТК «Дашков и Ко», 2008. – 340 с.
8. Витковская Л.К. Социально ответственное предприятие: бренд, стратегия, организационная структура / Л. К. Витковская // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление.- 2009. - № 1. - С. 35-39.
9. Девяткин Е.А., Корсакова А.А. Управление социальным развитием организации: Учебное пособие, учебная программа / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. - М., 2008. - 104 с.
10. Захаров Н.Л., Кузнецов А.Л. Управление социальным развитием организации: Учебник / Н.Л.Захаров, А.Л.. Кузнецов. - М.: Инфра-М, 2009. – 263 с.



**ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КСО В КРУПНЫХ ХОЛДИНГАХ РФ
(НА ПРИМЕРЕ ОАО «РЖД»)**

**Решотка М.С.,
научный руководитель доц. Гуляева Н.П.
Сибирский федеральный университет**

В эпоху высокотехнологичного развития общества, когда во всем мире истощаются земные ресурсы, а проблема загрязнения атмосферы стоит, как никогда остро. Когда промышленное производство уходит на второй план, а на его место встает производство услуг, когда человеческий капитал признается самым ценным ресурсом, особую значимость приобретает ответственность корпораций перед обществом. И если перед малыми и средними предприятиями ставится невысокая планка, то для транснациональных компаний мировым сообществом предъявляются высочайшие требования по формированию и реализации всех форм КСО.

Каждая компания расставляет приоритеты в формах реализации КСО, а также выбирает факторы, ограничивающие территорию присутствия, исходя их специфики своей деятельности, ценностей компании, её уровня и статуса. Тем не менее, согласно исследованиям около 60% показателей реализации КСО одинаковы для всех компаний независимо от их отраслевой принадлежности[1].

В рамках данного исследования были изучены основные направления деятельности в социальной сфере крупной российской компании ОАО «Российские железные дороги» (далее «РЖД»), выявлены общие для большинства аналогичных компаний формы реализации КСО, а также определены специфические для рассматриваемой организации.

ОАО «РЖД» - крупный российский холдинг, известный во всем мире, единственным акционером которого является Правительство РФ. РЖД уникальная компания, которая осуществляет свою деятельность по различным направлениям, начиная от перевозки груза заканчивая производством и реализацией продовольственных и промышленных товаров.

Международный статус компании подталкивает её руководство к активным действиям в области КСО. С 2007 года в Обществе разработаны меры по развитию социальной сферы. Компания вступила в РСПП, присоединилась к Социальной хартии Российского бизнеса и к Глобальному договору ООН. Ежегодно публикуется нефинансовая отчетность. Последний отчет датируется 2013 годом[2].

В 2008 году компанией была разработана стратегия до 2030 года, утвержденная Правительством РФ. В состав стратегии помимо экономических, производственных и других связанных с основной деятельностью целей входят цели, касающиеся социального развития. На рисунке 1 схематично изображены основные направления устойчивого развития, предполагаемые стратегией[3].

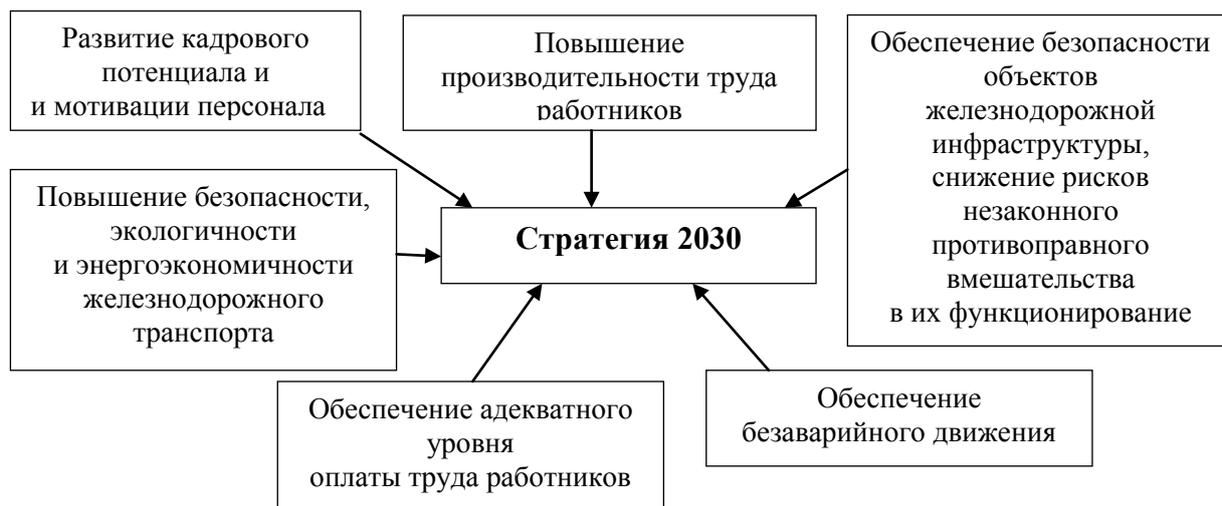


Рис. 1 - Направления развития КСО в «РЖД» согласно стратегии 2030

На представленной схеме можно отметить специфичные для ОАО «РЖД» направления развития КСО, связанные с обеспечением безопасности и безаварийности движения.

Железнодорожный транспорт признан одним из наиболее экологичных в мире видов транспорта, в первую очередь за счет меньшего энергопотребления. В России экологические преимущества железнодорожного транспорта обеспечиваются также за счет широкого применения электрической тяги, которая исключает выбросы вредных веществ в атмосферный воздух и снижает загрязнение почв тяжелыми металлами.

Не смотря на это, компания проводит масштабные инвестиционные программы, направленные на охрану окружающей среды и обеспечение экологической безопасности объектов и инфраструктуры, осуществляет внедрение прогрессивных систем управления природоохранной деятельностью в соответствии с международными стандартами.

В 2013 году количество стационарных источников выброса загрязняющих веществ в атмосферный воздух в ОАО «РЖД» составило всего 51 514 единиц, что составляет менее 1% от всех выбросов осуществляемых стационарными источниками в России[3].

Важной составляющей политики ОАО «РЖД» выступает взаимодействие с обществом, в том числе населением, федеральными и региональными органами власти, органами местного самоуправления, общественными и профессиональными объединениями и движениями, некоммерческими организациями.

После произошедших структурных изменений в результате реформирования отрасли компанией была изменена и стратегия работы: от взаимодействия на уровне Министерства путей сообщения Российской Федерации, приоритетом для которого выступают государственные интересы, к диалогу с позиции крупной корпорации, ориентированной на экономическую выгоду. При этом государственные задачи в системе приоритетов ОАО «РЖД» занимают одно из главных мест. Например, в 2013 году совместно с государством были реализованы следующие проекты: «Организация скоростного движения пассажирских поездов на участке Санкт-Петербург – Буловская Октябрьской ЖД», развитие ж/д инфраструктуры на участках Байкало-Амурской магистрали, снижение таможенной пошлины для реализации скоростных поездов

«Ласточка», предназначенных для участников Олимпийских и Паралимпийских игр 2014 года и др.

В соответствии с генеральным соглашением ОАО «РЖД» субъекты Российской Федерации взаимодействуют в социальной сфере по трем важнейшим направлениям: в области образования (лицензирование, аттестация, повышение квалификации работников), здравоохранения (предоставление населению медицинских услуг) и жилищно-коммунального хозяйства (предоставление жилья и ЖК услуг).

Одним из способов взаимодействия ОАО «РЖД» с обществом является благотворительная деятельность компании, как самостоятельно через постоянно действующие комиссии по оказанию помощи по обращениям различных некоммерческих организаций и граждан, так и посредством специально созданных специализированных фондов. В 2013 году объем благотворительной помощи, оказанной различным организациям, составил 388 млн. руб.[3]

Особое место в деятельности ОАО «РЖД» занимает ответственность перед потребителями. В компании утверждена функциональная стратегия обеспечения гарантированной безопасности и надежности перевозочного процесса, которая определяет основные принципы, направления и механизмы достижения целевого состояния в области обеспечения безопасности перевозок. По согласованию с Ространснадзором и Министерством транспорта России разработан документ, уточняющий отдельные требования положения о порядке служебного расследования и учета транспортных происшествий и иных, связанных с нарушением правил безопасности движения и эксплуатации железнодорожного транспорта событий, утвержденных приказом Министерства транспорта России от 25 декабря 2006 г. № 163. В ПТЭ существует норма о праве владельца инфраструктуры не допускать к эксплуатации железнодорожный подвижной состав, не соответствующий требованиям норм и правил. Это касается и локомотивов, и вагонов. Департаментом безопасности движения подготовлены предложения по ужесточению требований приложения 5 к ПТЭ, что позволит своевременно изымать из эксплуатации потенциально опасный подвижной состав. Еще одна форма воздействия – лицензирование, является одной из самых жестких форм государственного регулирования [3].

Подводя итоги можно сказать о том, что открытое акционерное общество "Российские железные дороги" мировой лидер в области железнодорожных перевозок, который отводит существенную роль реализации КСО как внутри компании, так и за её пределами. Помимо общих для большинства крупных корпораций направлений КСО, таких как повышение уровня жизни и компетентности свои работников, забота об окружающей среде, в компании реализуются крупные специфичные проекты, связанные с обеспечением безопасности всех видов осуществляемых перевозок. Особое значение уделяется сотрудничеству с государством, поддержке государственных проектов.

Список литературы

1. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект: монография / Под общ. ред. И.Ю. Беляевой, М.А. Эскиндарова. – М.: КНОРУС, 2012
2. Социальная ответственность / Российские железные дороги [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=5085
3. Корпоративный социальный отчет 2013 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rzd.ru/dbmm/download?vp=1&load=y&col_id=121&id=74043



КЛАСТЕРНАЯ ПОЛИТИКА КАК НОВЫЙ ВИД ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИКИ

Сычева Б. А.,

научный руководитель д-р экон. наук Васильева З.А.

Сибирский федеральный университет

На сегодняшний день одной из важных задач международной политики состоит в развитии долгосрочных экономических отношений и прочных связей между различными странами. Для того чтобы достичь этих целей сегодня применяется много методов и форм взаимодействия, позволяющих активно продвигаться вперед на пути научно-экономического прогресса. Менеджмент в международных отношениях крайне важен, тем более, в условиях нестабильности экономики, что можно наблюдать сегодня в современном мире. Нет сомнений в эффективности методов взаимодействия, применяемых мировым сообществом, однако это не значит, что больше нет необходимости принимать меры для повышения их эффективности.

На западе одной из распространённых форм развития науки и экономики выступает кластерная политика. Кластер – это форма взаимодействия предприятий, направленных на достижение общих целей посредством своих инструментов, инструментов каждого предприятия по отдельности, но организованных в общую систему функционирования. Это объединение различных видов организаций: коммерческих, научных, образовательных, инфраструктурных и других, которые образуют своего рода синергию, позволяющую каждому предприятию функционировать в значительной степени эффективней, нежели, если бы каждое работало по отдельности. Кластерная политика – это новый качественный виток менеджмента и экономики, присущий современному миру. Практика данной политики начала зарождаться ещё в 1970-е гг. Тогда представители новой экономической теории сформулировали идеи, связанные с влиянием концентрации региональных предприятий на общий экономический рост.

Исследование международного опыта кластеризации показало, что к государствам, имеющим высокий уровень кластеризации экономики, можно отнести страны Западной Европы, Северной Америки, а также Япония, Индия и некоторые страны арабского мира. Наиболее наглядным примером кластера может стать, например, «Силиконовая долина», находящаяся в Штате Калифорния в США, включающая в себя штаб-квартиры 7000 технологических высокоразвитых компаний.

В советское время создавались такие агломерации, как академгородки, которые включали в себя научные и опытные предприятия, социальные объекты, объединёнными общими проектами и программами, направленные в конечном счёте на формирование научно-технического превосходства страны. В 1990-е гг. история развития кластеров связана с аспектами промышленного прогресса, и рассматривались они в контексте региональных промышленных систем. В 2000-е гг. формирование кластерной политики стало базироваться на региональных инновационных системах, то есть уже начала складываться и реализовываться стратегия инновационного развития. Таким образом, кластерная политика – это инструмент на пути реализации стратегий инновационного развития, представляющих собой набор системных мер и методов, позволяющих интегрировать принципиально новые институты, обеспечивающих генерацию инноваций не только регионального, но и мирового уровня.

Значимость кластеров в повышении конкурентоспособности предприятий, отраслей, территорий сложно переоценить. Растущая роль знаний и информации вынуждает общество формировать новые бизнес-структуры, позволяющие больше повышать конкурентоспособность экономических субъектов и их объединений посредством наиболее эффективной реализации научного потенциала его участников.

Майкл Портер в своих работах доказывал наличие связи между конкурентоспособностью организаций и их участием в национальных и глобальных цепочках ценностей. Главная проблема менеджмента состоит здесь во внедрении политики кластера не только в национальную цепочку ценностей, но и в международную, а также в обеспечении эффективного функционирования звеньев этой цепочки, отвечающей за процессы кооперации кластера на уровне стран и на уровне самих скооперированных предприятий. То есть главная цель международного менеджмента в сферах совместного ведения экономики, науки и хозяйствования в целом в кластере – это достижение общих целей, улучшение качества жизни и развитие. В целях выполнения поставленных задач, необходимо приступать к параллельному развитию с национальной и региональной кластеризацией кластеризации международной.

Таким образом, агломерирование организаций и сообществ в кластер можно рассматривать через процессы кооперации коллективного действия бизнес-групп, профессиональных ассоциаций, стремящихся реализовать свой научный потенциал, увеличить количество наукоёмких технологий, увеличить независимость организаций, расширить перечень наукоёмких изделий и таким образом повысить качество жизни общества.

Суть гипотезы состоит в том, что для прогрессивного научно-экономического развития мировому сообществу необходимо выходить на новый уровень взаимодействия. Оптимальное решение на пути к достижению общих целей по развитию наукоёмких отраслей, бизнеса, экономики, профессионализма и многого другого может стать политика кластеризации. Нынешним управленцам необходимо проанализировать опыт предшественников в развитии кластеров, определить преимущества каждой модели организации промышленных кластеров, учесть всё и сформировать качественно новую стратегию реализации странового взаимодействия, проработать сформированное стратегическое видение с пониманием глобальных экономических трендов. Это серьёзная задача, стоящая перед управленцами в современном мире, требующая достаточного профессионализма, чтобы понимание инструментов развития территориальных кластеров предоставило широкие возможности для реализации успешной промышленной стратегии. Необходимо разработать стратегию, которая позволит убедить иностранное государство инициировать обмен между кластерами и, соответственно, передислоцироваться в определённый кластер. Здесь важно хорошо понимать преимущества и недостатки кластера. Межкластерный обмен должен быть поддержан не только государствами, но и структурами, например, университетами, входящими в него, а также приглашёнными организациями. К тому же стоит учесть непосредственно и местоположение организаций кластера.

При этом наиболее перспективное направление создания кластеров в условиях современной экономики – это создание научно-производственных кластеров в объединении не только с коммерческими структурами, но и с образовательными учреждениями, университетами, исследовательскими центрами, что позволит за более короткий срок обеспечить качественно новыми результатами все заинтересованные стороны и общество в целом, так как кластерная политика в первую очередь сконцентрирована на создании принципиально новых товаров и услуг, направленных на обеспечение конкурентоспособности отрасли и предприятий в ней, а также на улучшение качества жизни общества. Очевидно также и то, что непосредственно важную роль в реализации такой политики играет деятельность государства, то есть та деятельность, которая заключается в том, чтобы обеспечить эффективное взаимодействие основных участников такого рода инновационно-коммерческой деятельности, а также концентрировать денежные средства и другие ресурсы на проектах и программах, повышающих инновационно-научную инициативу и привлекательность, и, соответственно, конкурентоспособность экономики в целом. Другими словами, кластерный подход кардинально меняет содержание государственной промышленной



политики. В этом случае усилия правительства не направлены на поддержку отдельных предприятий и отраслей, а направлены на поддержку взаимоотношений между всеми конкурентными силами, между производителем и покупателем, между производителем и правительственными институтами. Как считает Майкл Портер: «Главная задача правительства – улучшение инфраструктуры и устранение неблагоприятных условий, затем его роль должна концентрироваться на устранении ограничений к развитию инноваций». При этом нет необходимости создавать кластер с нуля, лучше направить усилия на поддержку и развитие уже имеющихся.

Список литературы

1. Кетелс К., Портер М. и др. Конкурентоспособность на распутье: направления развития российской экономики. – М.: Центр стратег. разраб., 2007. С. 17.
2. Porter M.E. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy // *Economic Development Quarterly*. 2000. Vol. 14. № 1. Pp. 15–34.
3. Денисов Г.А., Анализ международного опыта выделения экономико-технологических кластеров // *Новые технологии*. 2010. № 2. С. 104-106.
4. Алейникова И.С., Воробьев П.В., Исакидис В.А., Кадочников С.М., Кожин Д.Е., Коробейникова А.В., Лопатина Т.А., Михно М.В., «Модели организации региональных промышленных кластеров: обзор международного опыта» // *Современная конкуренция*. 2009. № 1 (13). С. 119-133.
5. Черкасов М.Н., Международные инновационные кластеры как новая эффективная форма ведения бизнеса // *Russian Journal of Management*. 2014. Т. 2. № 1. С. 27-31.
6. Соч А., Международный опыт формирования кластеров // *Космополис*. 2006. № 2. С. 118-135.
7. Алейникова И.С., Воробьев П.В., Исакидис В.А., Кадочников С.М., Кожин Д.Е., Коробейникова А.В., Лопатина Т.А., Михно М.В., Модели организации региональных промышленных кластеров: обзор международного опыта // *Современная конкуренция*. 2009. № 1 (13). С. 119-133.



**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ РЕГИОНАЛЬНОГО
УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ АЗИАТСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)**

Тетерин Ю.А.

научный руководитель канд. экон. наук Руйга И.Р.

Сибирский федеральный университет

Сегодня Красноярский край – это один из крупнейших промышленных регионов Российской Федерации, занимающий лидирующие позиции по показателям валового регионального продукта (ВРП), объему инвестиций и экспорта. Можно утверждать, что данные результаты развития краевой экономики достигнуты за счет сформированного в период реформ горно-металлургического комплекса, ориентированного на экспорт, а также за счет крупных инвестиционных проектов государственного значения (освоение Ванкорской группы нефтегазовых месторождений).

Инвестиционная привлекательность Красноярского края во многом обусловлена природно-сырьевой и промышленной компонентой, что позволяет краю входить в число 10 регионов-лидеров по объемам инвестиций в основной капитал. В целом, инвестиционный процесс в крае характеризуется высокой динамикой, однако, начиная с 2013 г. наблюдается снижение физического объема инвестиций на 3,9%, а в 2014 г. – на 12,1%. Объективными причинами отрицательной динамики является завершение общестроительных работ и выход на стадию производства продукции по ряду крупнейших проектов: ЗАО «Ванкорнефть», ОАО «Богучанская ГЭС», «Богучанский алюминиевый завод». Кроме этого отмечено снижение инвестиционной активности крупнейшего на территории края промышленного предприятия ОАО «ГМК «Норильский никель» [1].

На фоне общего снижения инвестиционной активности в Красноярском крае наблюдаются следующие негативные для региональной экономики явления:

- снижение темпов роста ВРП;
- снижение индекса промышленного производства;
- устойчивая отрицательная динамика внешнеторгового оборота;
- нарастающая тенденция усиления дефицитности регионального бюджета.

Кроме этого, имеющийся комплекс социально-экономических, промышленных, инвестиционных и инфраструктурных проблем предопределяет для региона «образ будущего» как экономически ординарного и «несамостоятельного», имеющего преимущественно сырьевую парадигму развития в «угоду» сырьевым госкорпорациям, для которых край является исключительно территорией присутствия.

Таким образом, сегодня крайне необходимым становится нахождение собственного пути выхода из данного неблагоприятного положения, причем без расчета на федеральные инвестиции или запуск крупных проектов госкорпораций.

В условиях санкций, когда экономика России все больше начинает «смотреть» на Восток, существует предпосылки для встраивания территорий Сибири в систему внешнеэкономических связей быстро растущего азиатского рынка с его абсолютным лидером – Китаем.

Во многом, дальнейшее развитие общего экономического пространства большой Азии будет определять глобальный мировой инфраструктурный мегапроект КНР, анонсированный в 2013 г. как «Один пояс, один путь». В рамках реализации данного проекта предусматривается создание двух транспортных коридоров: «Экономического

пояса Шелкового пути» (ЭПШП, развитие торговли на сухопутных территориях, связывающих Китай с Европой) и «Морского Шелкового пути XXI века» [2].

В рамках данного инфраструктурного проекта у Красноярского края не просматриваются явные конкурентные преимущества для безусловного вхождения в него, кроме одного – наличия в регионе «точек примыкания» к Северному морскому пути (СМП), портов Дудинки и Игарки, практически единственных на всей азиатской части маршрута. Однако нужно понимать, что СМП сегодня не входит в проект Нового шелкового пути (НШП), однако, является кратчайшим маршрутом из Азии в Европу. Китай, безусловно, заинтересован в развитии СМП (по некоторым оценкам к 2020-2025 гг. по этому маршруту может быть отгружено до 15% китайского экспорта [3]).

Именно в рамках данного инфраструктурного мегапроекта может быть осуществлено «встраивание» Красноярского края в систему внешнеэкономических связей со странами Азии, через формирование в регионе суверенного производства, ориентированного на экспорт продукции в КНР и ведущие страны БРИКС и ШОС с учетом промышленного и ресурсного потенциала, а также их индивидуального геополитического и геоэкономического положения, что в дальнейшем позволит решить проблему глубокой стагнации экономики региона и вывести его на путь прогрессивного социально-экономического развития.

В рамках реализации стратегической цели «азиатского встраивания» главной задачей на региональном уровне является преодоление депрессивного состояния экономики и построение в крае современной динамичной индустрии, что в значительной степени перекликается с федеральным проектом «Новой индустриализации», разработанным федеральным объединением «Деловая Россия» и поддержанным Президентом Российской Федерации. В рамках непосредственной реализации данного проекта предложен новый подход к проектному управлению. «...Очень важно выстроить правильную и эффективную систему управления «Дорожной картой» «Новой индустриализации», она должна быть построена на новых принципах проектного управления, с обязательным условием отделения функций управления развитием от функций управления текущими процессами в экономике. Её администрированием должны заниматься профессиональные управленцы, а не чиновники, которые её успешно похоронят. Необходимо создать Администрацию Развития, в числе первоочередных задач которой станут: отбор проектов; разработка с привлечением экспертов стратегии их реализации; подготовка мер государственной поддержки каждого из проектов в отдельности...» (Выступление Б.Ю.Титова на XII Съезде «Единой России», сентябрь 2011 года) [4].

Рационально транслировать данный подход для формирования организационной структуры на региональном уровне.

Управление текущими процессами в экономике осуществляет традиционная ветвь исполнительной власти – Правительство Красноярского края, т.е. сотрудники административного аппарата, изначально мотивированные на регламентированное исполнение инструкций и указаний с отчетностью как конечной целью деятельности.

Управление развитием осуществляет принципиально новая ветвь - Администрация развития. В ее состав входят профессиональные управленцы исключительно из делового сообщества, имеющие опыт выживания в агрессивной среде, обладающие устойчивыми навыками выработки нестандартных решений и принятия полной личной ответственности за их исполнение, с практическим результатом как конечной целью деятельности. Применяя положительный опыт «Нового курса» Ф.Д. Рузвельта, количественный состав данной Администрации должен быть очень ограниченный (1-2 человека на каждое направление) [4].

Данные принципы обеспечивают устойчивость по целеполаганию процесса ликвидации экономической отсталости и дальнейшего построения в крае устойчивой динамичной индустрии, и при этом не позволяют превратить этот процесс в бессрочную профессиональную сферу деятельности госслужащих как источник их жизнеобеспечения.

Единственный участник Администрации развития из традиционной ветви исполнительной власти – ее руководитель в ранге заместителя Губернатора с соответствующими полномочиями. Остальные участники Администрации развития имеют статус советников Губернатора на общественных началах.

Данный статус необходим для сопряжения текущей деятельности работников Администрации развития с деятельностью работников традиционных ветвей исполнительной власти, а также для координирующего единого центра как управления развитием так и управления текущими процессами в лице Губернатора.

Таким образом, для решения поставленных задач, необходимо создание следующих специализированных институтов развития (таблица 1).

Таблица 1 – Специализированные институты развития*

Институт развития	Краткая характеристика
Корпорация инфраструктурных инвестиций	Специализированная краевая организация по инфраструктурной интеграции с глобальным проектом «Новый шелковый путь» и другими инфраструктурными проектами БРИКС и ШОС.
Корпорация развития инвестиционной сферы Красноярского края	Специализированная краевая организация по привлечению инвестиций и работе с инвесторами в формате государственно-частного партнерства [5].
Краевая экспортная компания	Единая краевая компания-оператор, осуществляющая закупку экспортной продукции субъектов МСП на основании долгосрочных контрактов для дальнейшего централизованного экспорта данной продукции в КНР и ведущие страны БРИКС и ШОС.
Краевая региональная транспортная компания	Единая региональная транспортная компания для сохранения конкурентоспособных транспортных расходов при доставке продукции субъектами МСП в КНР и ведущие страны БРИКС и ШОС.
Красноярское региональное агентство поддержки МСП и экспорта	Специализированная краевая организация по аккредитации субъектов МСП, сертификации продукции субъектов МСП в КНР и ведущие страны БРИКС и ШОС, субсидированию субъектам МСП их участия в международных промышленных выставках КНР и странах БРИКС и ШОС. Агентство будет осуществлять непосредственное взаимодействие с торгово-промышленной палатой, Российским агентством поддержки малого и среднего предпринимательства и торговыми представительствами России за рубежом.
Ассоциация «Клуб экспортеров Красноярья»	Системообразующий институт, призванный обеспечить единую стратегическую ориентированность действий краевых экспортеров на рынках КНР и ведущих странах БРИКС и ШОС. Ассоциация осуществляет свою деятельность во взаимодействии с органами исполнительной власти Красноярского края, ГНИ, таможенной службы.
Корпорация образования	Совокупность корпоративных структур частного капитала государственного сектора, поставляющая на рынок вполне определенный, пользующийся спросом товар – образованных людей, адаптированных к современным особенностям экономики и культуры КНР, ведущих стран БРИКС и ШОС.

*составлено по материалам [4]

Все организационные структуры изначально ориентированы на практические результаты как конечную цель деятельности, поэтому построены по принципу государственно-частного партнерства (ГЧП). Создание благоприятных условий для развития ГЧП в сфере предпринимательства необходимо осуществлять на основе:

1) налаживания эффективного взаимодействия крупных промышленных и внешнеторговых предприятий, синдицированных промышленных групп и торговых объединений МСП с федеральными и региональными органами власти;

2) создания и развития инфраструктуры обслуживания предпринимательских структур;

3) формирования механизмов государственной поддержки предприятий промышленности и внешней торговли;

4) расширения практики заключения соглашений о стратегическом партнерстве между исполнительными органами государственной власти Красноярского края и собственниками крупных промышленных и внешнеторговых предприятий, а также ведущими собственниками синдицированных промышленных групп и торговых объединений МСП;

5) инициирования подписания аналогичных соглашений на уровне местного самоуправления;

6) антирейдерства;

7) совершенствования системы социального партнерства органов власти, общественных организаций, промышленных и внешнеторговых предприятий края, краевых синдицированных промышленных групп и торговых объединений МСП [4].

Социальная ответственность бизнеса рассматривается через призму достижений устойчивого развития самостоятельных и ответственных компаний, способствует достижению социального равновесия и социальной справедливости, безопасности и благополучия граждан.

Стратегия социальной ответственности бизнеса трансформируется в экономическую устойчивость предприятий, конкурентоспособный уровень производительности труда и соответствующий ему уровень заработной платы, выплату налогов, качество товаров и услуг, дополнительные рабочие места и безопасную рабочую среду, развитие профессиональных компетенций и производственной культуры персонала.

Таким образом, формирование специализированных институтов развития в рамках предлагаемой Концепции будет способствовать решению основной сегодняшней проблемы Красноярского края – преодолению промышленно-технологического и социально-экономического упадка, выходу краевой экономики из состояния регресса, оживлению предпринимательской среды в крае и появлению у региона перспективы современного развития.

Список литературы

1. Руйга И.Р. Особенности функционирования механизмов активизации инвестиционной деятельности в Красноярском крае // *Фундаментальные исследования*. - 2015. - №10-2. – С. 404-409.

2. Формирование «Шелкового меридиана Сибири» в условиях реализации глобального мегапроекта Нового Шелкового пути / Руйга И.Р., Пиманов Ю.В., Анисимов П.Е., Богомолов В.А., Веккесер Э.К., Васильев А.В. *Экономика и предпринимательство*. 2015. № 11-1 (64-1). С. 186-194.

3. К Великому Океану - 2, или российский рывок к Азии. Доклад Международного Дискуссионного клуба «Валдай» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://vid-1.rian.ru/ig/valdai/Twd_Great_Ocean_2_Rus.pdf (дата обращения 01.08.2015).

4. Руйга И.Р., Пиманов Ю.В., Анисимов П.Е., Богомолов В.А., Веккесер Э.К., Васильев А.В. Формирование специализированных институтов развития Красноярского края в условиях встраивания региона в глобальный мегапроект «Новый шелковый путь» // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 11-6. С. 1241-1248.



РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО КРИЗИСА

Трухина Т.Г.

научный руководитель канд. филос. наук, доц. Э.В. Савина

Сибирский федеральный университет

Сегодня франчайзинг, как способ развития малого бизнеса, очень востребован во всём мире. Его распространение способствует не только созданию новых рабочих мест и дополнительным налоговым поступлениям, но и улучшению качества обслуживания, формированию цивилизованного рынка, и более высокому уровню предпринимательской деятельности. На текущий момент в России работает более 1 тыс. франчайзеров, продавцов франшиз, и более 33 тыс. франчайзи, компаний — покупателей франшиз. Стоит отметить что за последние 5 лет рынок франчайзинга в стране удвоился, что говорит о прогрессирующем росте развития данного сегмента рынка.

Но несмотря на хорошие перспективы развития франчайзинга в России, темпы его продолжают оставаться на более низком уровне по сравнению со странами Запада. Одной из главных причин этого является нестабильность экономики страны. Постоянные скачки в развитии отечественной экономики приводят к колебаниям покупательского спроса на все виды товаров.

Однако многие специалисты и в период кризиса оценивают покупку франшизы как очень привлекательную модель предпринимательства. Любой вид бизнеса предполагает риски, а в кризисные моменты как никогда более актуален вопрос их минимизации, в чем и помогает франчайзинговая схема сотрудничества. «Одним из проявлений кризиса стал, как ни парадоксально на первый взгляд, рост спроса на франшизы, – говорит глава российской ассоциации франчайзинга (РАФ) и президент холдинга «Г.М.Р. Планета Гостеприимства» Мераб Бен-Эл (Елашвили). – Для инвесторов они привлекательны как средство сохранения капитала, обеспечивающее более высокую доходность, чем депозиты или недвижимость». «Кризис – это время подъема франчайзинга, – полагает генеральный директор компании ЕМТГ, учредитель рейтинга франшиз GOLDEN BRAND, член совета директоров РАФ, член президиума правления НП «ОПОРА» Екатерина Сойак – У франчайзинговых компаний (у настоящих франчайзеров, я имею в виду) лучше отлажена бизнес-модель, более грамотно выстроены все без исключения бизнес-процессы, поэтому в кризисные времена они начинают поглощать независимый бизнес, а последнему все сложнее становится конкурировать» [4].

Сегодня в России можно наблюдать региональное распределение франшиз. Это связано с тем, что большинство бизнесменов после внедрения той или иной компании в крупные города, стремятся продвигать ее в регионах. Благодаря этому франчайзинг быстрее распространяется по стране, охватывая все больше территорий и количество потребителей. За последние несколько лет регионы сыграли важную роль в расширении бизнеса по франшизе.

Франчайзинг в России развивается во многих направлениях. Большую часть отечественного франчайзинга занимает розничная торговля (см. Рисунок 1). Стремительными темпами растет сфера общественного питания и фастфуда, и уже сейчас занимает четверть рынка франшиз. Вслед за этими двумя франчайзинговыми лидерами страны следует активно расширяющаяся сфера услуг (салоны красоты, фитнес-клубы и медицинские услуги).



Рис. 1 - Распределение объектов франчайзинга по отраслям в % (по данным РАФ), 2015г.

Влияние кризиса по-разному отразилось на каждой из этих сфер деятельности. Наиболее чувствительной кризису оказалась розничная торговля. Снижение спроса наблюдается среди франчайзинговых предложений магазинов одежды, обуви, аксессуаров. Причина - наибольшая уязвимость к кризисным явлениям: падению рубля, повышению цен и одновременно замедлению роста зарплат, растущей закредитованности населения. По данным представленным на интернет портале «Buy Brand Inform» в 2015 году российский рынок покинули 11 международных брендов (большинство из fashion-сегмента), и 35 российских торговых сетей, 18 из них — с торговой концепцией. Но не смотря на это особой популярностью в сегменте франшиз розничной торговли продолжают пользоваться продуктовые магазины (прежде всего, форматов дискаунтеров, например «Пятерочка»), а также магазинов фиксированных цен (Fix Price). Спрос на такие франшизы по сей день остаётся на стабильно высоком уровне.

Прошедший год был достаточно трудным и для российских заведений общепита. В кризис еще больше увеличился размер вложений (в следствии роста курса иностранной валюты), увеличились операционные издержки рестораторов из-за продуктовых санкций, при этом спрос упал (у потребителей стало меньше денег). В первую очередь, на себе это почувствовали бары и рестораны, в которых средний чек на порядок выше, чем в других заведениях. Бизнес испытывает трудности в развитии, соответственно, франшизы почти не продаются. Относительно стабильной ситуация остаётся у российских предприятий, которые предлагают франшизы демократичных кафе с уровнем вложений до 5–6 млн руб. Фастфуд оказался весьма благодатной нишей для франчайзинга, сегодня в России больше половины всех заведений открыты по этой схеме,. Это один из немногих сегментов рынка, который практически ничего не потерял во время кризиса.

Результаты исследования «Российский сетевой рынок общественного питания 2015» показали, что более половины новых заведений (891) в стране были открыты зарубежными сетями. Самой активной оказалась шведская компания Sibylla, открывшая в России 539 новых точек. Что касается российских сетей, лишь 30% из них задействуют франчайзинг. В общей сложности не смотря на кризис в России в течение года, с мая 2014 по май 2015 года, открылось более 1580 сетевых ресторанов, кафе и баров, подсчитали эксперты РБК.research.

Наиболее устойчива к кризису оказалась сфера услуг. Активнее всего увеличивается число франшиз в секторе оказания услуг бизнесу, например бухгалтерские и юридические услуги и пр. Растет доля франшиз и в секторе услуг населению, в первую очередь это здравоохранение и образовательные центры. Все более популярными становятся франшизы в секторе кредитования, ипотечного брокериджа и микрофинансирования.

Что касается города Красноярска, то его рынок, как и любого города-миллионника, привлекает внимание франчайзеров. Местные инвесторы год от года всё больше проявляют свой интерес к франчайзингу. Однако по данным каталога франшиз «Franshiza.ru», из Красноярска поступает порядка 2-3% от общего числа заявок на франшизы, что является низким показателем по сравнению с регионами лидерами (такими как Новосибирская область, Краснодарский край и Свердловская область).

Одной из особенностей рынка в Красноярск является присутствие большого числа франшиз из ближайших регионов, таких как Новосибирск, Кемерово и Барнаул. И стоит отметить, что на локальном уровне известность таких брендов выше, чем московских. На сегодняшний день в Красноярске можно насчитать порядка 40 компаний, предлагающих приобрести франшизу, но не все из них удовлетворяют требования качественной франшизы, например, не каждая компания имеет зарегистрированный товарный знак, наличие собственной сети, описание бизнес-процессов и стандартов работы сети.

Пока в этом направлении наиболее быстро развиваются кофейни и сети быстрого питания. Яркий пример – сеть кофеен «Green House». Быстро развивающаяся сеть в Красноярске успешно продаёт свои франшизы, и сейчас работают в Абакане и Санкт-Петербурге. Еще одним направлением являются проекты квест-румов, к примеру "Тайные комнаты". На сегодняшний день в Красноярске их открыто семь, франшизы были проданы в города Томск и Омск.

В целом интерес франчайзеров и франчайзи на российском рынке к франчайзингу не ослабел. Многие бизнесмены находят в этом бизнес-инструменте надежный способ приумножить и сохранить свои финансы. Покупка франшизы позволяет начинающим предпринимателям строить свой бизнес не с нуля, а по проверенным схемам, что является ее главным преимуществом в период экономической нестабильности. Кроме того, франчайзи всегда будет иметь поддержку и получать квалифицированную помощь в рамках партнерского соглашения. Во время кризиса франчайзеры стремятся сделать свои предложения привлекательнее для потенциальных покупателей следующими способами: снижение размера паушального взноса, разработка новых форматов магазинов (с целью снизить уровень инвестиций в проект), а также специальные условия поставки своей продукции – все это предоставляет возможность купить франшизу на более выгодных условиях. Ещё одним немало важным плюсом открытия бизнеса в кризис является понижение спроса на торговые площади. Арендодатели идут навстречу клиентам, прежде всего отказываясь от арендных контрактов в евро и долларах. Поэтому шансы найти хорошее помещение по выгодной цене гораздо выше, чем до кризиса. Многие известные бренды готовы продавать свой опыт и бренд в обмен на регулярные отчисления от прибыли или просто расширение. Так, например, в скором времени ожидается открытие десятков ресторанов «McDonald's» в Сибири.

2015 год показал несколько ярких трендов, серьезно меняющих рынок готового бизнеса.

- Во-первых, банки практически прекратили выдавать кредиты франчайзи. Исключением является активность "Сбербанка" на рынке франчайзинга, у которого уже порядка 70 франчайзинговых партнеров. Причем банк не только кредитует



предпринимателей по гибким условиям, но и выступает с предложением развивать собственное дело на основе уже разработанного бизнес-плана.

- Во-вторых, франчайзинг начал развитие в новых отраслях: строительстве, ветеринарии и агросекторе.
- В-третьих, франчайзеры активно продвигают свой продукт не только в соцсетях, но и в Глобальной сети в целом. Недавно прошла презентация совместного проекта компании Google и РАФ по продвижению франшиз. Россия стала четвертой страной в мире, где владельцы национальных концепций заручились поддержкой глобального интернет-сервиса.
- В-четвертых, некоторые успешные опытные российские франчайзеры расширяют географию и начинают осваивать зарубежные рынки, причем, уже не ограничиваясь странами СНГ.

В РАФ ожидают, что в 2016 году рынок не замедлит темпы роста, а к 2025г. в стране будут активно предлагать свой продукт в 2 раза больше франчайзеров (см. Таблица 1).

Таблица 1 - Прогноз развития франчайзинга в России (по данным РАФ)

Годы	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2025
Франчайзеры (кол-во)	890	485	595	670	750	880	больше 1000	2500
Франчайзи (кол-во)	8400	8600	22800	25000	27000	29900	33500	400000
Занятость, чел.	277480	н/д	327426	н/д	н/д	506 тыс.	н/д	4 млн.

Наиболее перспективными отраслями для развития франчайзинга на ближайшие годы будут - частная медицина, IT и интернет, образование, юридическая помощь и услуги населению, агентства недвижимости и риэлтерский бизнес.

Кризис можно рассматривать как положительный стимул, так и отрицательный. Для одних он обернется крахом, а для других толчком к новому росту. Сегодня в России есть все необходимое для развития франчайзинга, главное, направить этот бизнес в нужное русло и заручиться поддержкой государства. Это может способствовать росту экономического состояния страны, и в разы увеличить уровень жизни населения.

Список литературы

1. Сайт "Российская ассоциация франчайзинга" [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rusfranch.ru/>
2. Франшиза в кризис: какие самые популярные и выгодные // Генеральный директор [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gd.ru/articles/8009-franshiza-v-krizis>
3. Солак Е. Франчайзинг в кризис [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://franshiza.restoranoff.ru/pervye-litca/item/8-franchaizing-v-krizis>
4. Шаклеина М. Кризис и франчайзинг - плюсы и минусы [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.restoratorchef.ru/2015/jurnal_restorator_shef_aprel_2015/krizis_i_franchayzing_-_plyusy_i_minusyi/#

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ И КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Хоменко В.В.

научный руководитель доцент, канд. филос. наук Гуляева Н. П.

Сибирский федеральный университет

Научно-технический прогресс XXI века все набирает обороты. Немаловажным обстоятельством данного процесса является увеличение объемов использования всех доступных человечеству ресурсов: начиная от недр земли и заканчивая трудовыми ресурсами. Потребительское отношение разрушает окружающую среду и сводит к нулю шансы на ее восстановление. Но инновации – это залог развития экономики, повышения уровня жизни населения и конкурентоспособности страны в целом. И, по мнению автора, инновации возможно сделать безопасными для будущих поколений, стоит только уделить этому факту должное внимание.

Одним из нововведений в инновационную жизнь Красноярского края является внедрение, как на федеральном, так и на региональном уровнях, такого механизма перехода на инновационное развитие, как технологическая платформа [2].

Концепция РТП изложена в «Рекомендациях по разработке проекта реализации технологической платформы» [3]. В данном документе технологическая платформа определяется как «коммуникационный инструмент, направленный на активизацию усилий по созданию перспективных коммерческих технологий, новых продуктов (услуг), на привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон (бизнеса, науки, государства, гражданского общества), совершенствование нормативно-правовой базы в области научно-технического, инновационного развития» Основная функция отечественных технологических платформ заключена в создании частно-государственного партнерства и объединении усилий в сфере научно-технологического и инновационного развития российской экономики.

Целью исследования будет являться рассмотрение данных технологических платформ с точки зрения корпоративной социальной ответственности, так как данный механизм перехода на инновационной развитие подразумевает участие крупных промышленных производственных предприятий.

В Красноярском крае, в соответствии со Стратегией инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года, обозначены 13 направлений для формирования региональных технологических платформ, ориентированных в первую очередь на технологическую модернизацию существующих отраслей экономики края [5]. На данный момент по 9 из вышеназванных направлений созданы региональные технологические платформы [4].

Несомненно, скорость создания региональных технологических платформ в Красноярском крае является ярким и положительным показателем вовлеченности региона в инновационную деятельность страны. Так же можно заметить, создание и оформление технологических платформ имело следующую тенденцию: 8 из 9 РТП были созданы в первые два года действия Стратегии инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года.

Для дальнейшего рассмотрения сути РТП отберем наиболее «жизнеспособные» платформы по формальным факторам отбора: наличию Паспорта ТП, Меморандума об образовании и публикации документов на сайте организации-координаторе РТП. В таблице 1 произведена оценка соответствия РТП формальным критериям отбора.

Таблица 1 – Технологические платформы Красноярского края

№	Наименование РТП	Организация - координатор РТП	Формальные критерии отбора		
			Паспорт РТП	Меморандум об образовании РТП	Наличие сайта (блока)
1	«Информационно – телекоммуникационные и космические технологии для инновационного развития Сибири»	ФГБОУ ВПО «СибГАУ им. ак. М.Ф. Решетнева»	+	+	-
2	«Продовольственная безопасность Сибири»	ФГБОУ ВПО «КГАОУ»	+	+	-
3	«Энергетика, энергоэффективность и энергосбережение»	ФГАОУ ВО «СФУ» (ПИ)	+	+	-
4	«Инновационные технологии комплексного использования лесных ресурсов»	ФГБОУ ВПО «СибГТУ»	+	+	блок
5	«Инновационные технологии строительного комплекса. Новые материалы и конструкторские решения»	ФГАОУ ВО «СФУ»	+	+	-
6	«Комплексное освоение месторождений твердых полезных ископаемых»	ФГАОУ ВО «СФУ» (ИГДГиГ)	+	+	блок
7	«Инновационные технологии в металлургии»	ФГАОУ ВО «СФУ» (ИЦМиМ)	+	+	блок
8	«Трансляционная медицина»	ГБОУ ВПО «КрасГМУ им. проф. В.Ф. Войно-Яснецкого»	+	+	-
9	«Образовательные инновационные технологии для экономического и социокультурного развития Красноярского края»	ФГБОУ ВПО «КГПУ им. В.П. Астафьева»	+	+	-

По итогам отбора остается три региональных технологических платформы. Обратим внимание, что деятельность данных платформ напрямую основана на использовании природных ресурсов территории присутствия в том или ином аспекте. Обратим внимание и на то, что участниками данных платформ являются такие крупные предприятия, как ОАО «Красцветмет», ОАО «КраМЗ», ОАО «СУЭК-Красноярск», а так же еще 45 различных предприятий лесопромышленной, добывающей и металлообрабатывающей отраслей.

Очевидно, что жизнедеятельность задействованных в РТП предприятий отражается на окружающей среде. Из изложенного следует, что наиболее важным критерием будет являться экологический, так как экологическая обстановка в Красноярском крае ухудшается: в городе 10-кратное превышение нормы Индекса

загрязнения атмосферного воздуха [7]. Не исключено, что развитие инноваций может еще более усугубить ситуацию: нередко выгода от производства прельщает больше, чем сохранение природного баланса и гармонии.

Для оценки присутствия аспектов корпоративной социальной ответственности в программах РТП выделим пять критериев и с помощью экспертных оценок подведем итог. Количество баллов за соответствие каждому критерию выставлено в зависимости от влияния на экологию фактора, положенного в основу критерия, или же за компенсацию вреда, причиняемого в последствии функционирования предприятий.

Критерий 1: разработка ресурсосберегающих технологий – 5 баллов;

Критерий 2: разработка рационализации использования ресурсов – 5 баллов;

Критерий 3: разработка технологий предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера – 10 баллов.

Критерий 4: разработка новых образовательных программ (критерий подразумевает увеличение человеческого потенциала и образование резерва кадров, а как следствие снижение уровня безработицы) – 3 балла;

Критерий 5: Развитие социальной и транспортной инфраструктуры на территориях присутствия – 8 баллов.

Итоги оценки занесены в таблицу 2. Информационной базой для оценки послужили Паспорта технологических платформ.

Таблица 2 – Оценка РТП Красноярского края

РТП	Критерии					Итого
	1	2	3	4	5	
«Инновационные технологии комплексного использования лесных ресурсов»	5	5	0	3	0	13
«Комплексное освоение месторождений твердых полезных ископаемых»	5	5	10	3	8	31
«Инновационные технологии в металлургии»	5	5	5	3	0	18

Таким образом, по итогам таблицы, можно сделать вывод, что при разработке региональных технологических платформ уделяется внимание аспектам корпоративной социальной ответственности: в Паспортах всех трех региональных технологических платформ оговорены ресурсосберегающие технологии и обозначена разработка технологий предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций.

Полученные данные так же свидетельствуют о том, что промышленные компании, входящие в состав РТП, озабочены состоянием окружающей среды и заинтересованы в финансировании проектов по ее сохранению.

Наибольшим потенциалом в области корпоративной социальной ответственности, по итогам таблицы 2, обладает региональная технологическая платформа «Комплексное освоение месторождений твердых полезных ископаемых».

Рассмотрим деятельность наиболее крупного представителя данной платформы (ОАО «СУЭК-Красноярск»), чтобы убедиться в возможности соблюдения принципов корпоративной социальной ответственности. За основу оценки примем наличие каких-либо положительных аудитов, сертификатов соответствия международным и (или) российским стандартам социальной ответственности, охраны технологии и труда.

По данным, представленным на сайте компании, «СУЭК» добровольно сертифицирует производственные процессы и процессы управления на соответствие международным стандартам. Компания имеет сертификаты «Системы менеджмента профессиональной безопасности и охраны здоровья, труда», «Системы экологического менеджмента» и «Системы менеджмента качества». В 2013 году инспекционный аудит

подтвердил соответствие системы управления АО «СУЭК-Красноярск» требованиям международных стандартов ISO и OHSAS [1].

Исследуя деятельность более мелких участников РТП «Комплексное освоение месторождений твердых полезных ископаемых», не прослеживается тенденция интереса компаний к корпоративной социальной ответственности. Только на сайте группы компаний ООО «Новоангарский обогатительный комбинат», ОАО «Горевский ГОК» обнаружена информация о том, что одним из приоритетных направлений работы ГОК и НОК является минимизация негативного воздействия на окружающую среду: в структуре компании действует специализированный экологический отдел [6].

Таким образом, руководящей группе РТП «Комплексное освоение месторождений твердых полезных ископаемых» стоит задуматься о приобщении всего массива привлеченных компаний к нормам корпоративной социальной ответственности, так как основы ее уже заложены в суть данной платформы, стоит только их развивать.

Подводя итог, стоит сказать, что инновационная деятельность может быть безопасной, если озаботиться решением данной задачи в самых истоках зарождающихся технологий.

Список литературы

1. Дополнительная информация о компании «СУЭК». Сайт «СУЭК». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://suek-krasnoyarsk.ru/o_kompanii/inform.
2. Порядок формирования перечня технологических платформ. Протокол заседания Правительственной комиссии по высоким технологиям и инновациям № 4 от 03.08.2010 г. НИУ ВШЭ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/org/hse/tp/about>.
3. Рекомендации по разработке проекта реализации технологической платформы. Министерство экономического развития РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/innovations/formation/doc20101026_01.
4. Региональные технологические платформы Красноярского края. Красноярский край (официальный портал). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krskstate.ru/innovation_science/infrastruktur/rtp.
5. Стратегия инновационного развития Красноярского края на период до 2020 года «Инновационный край – 2020». Красноярский край (официальный портал). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.krskstate.ru/innovation_science/strategy.
6. О компании. Группа компаний «Горевский ГОК», «Новоангарский обогатительный комбинат». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nokgroup.ru/nok/about>.
7. Экологическая обстановка в Красноярске. Интервью депутата горсовета К. Сенченко. ТРК «7 канал». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.trk7.ru/news/50323.html>.

