

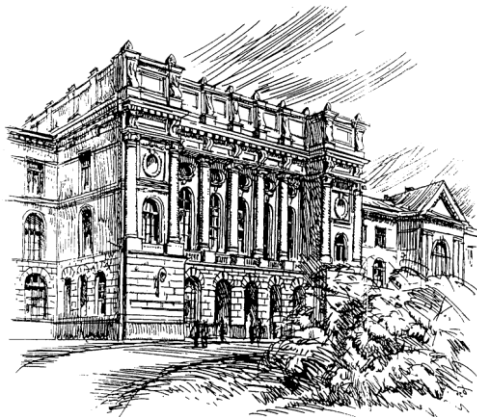
Министерство образования и науки Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ОРГАНИЗАЦИЯМИ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ**

**Сборник научных трудов
Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием**

19 – 20 марта 2015 года



**Санкт-Петербург
Издательство Политехнического университета**

2015

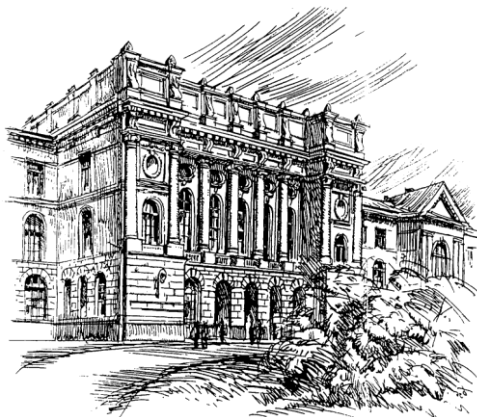
Министерство образования и науки Российской Федерации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕТРА ВЕЛИКОГО

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ
ОРГАНИЗАЦИЯМИ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

Сборник научных трудов
Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием

19 –20 марта 2015 года



Санкт-Петербург
Издательство Политехнического университета
2015

УДК 338.24

ББК 65.291.213

С 833

Стратегическое управление организациями в изменяющемся мире: сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2015. – 368 с.

Конференцию «Стратегическое управление организациями» ежегодно проводит кафедра «Стратегический менеджмент» СПб Политехнического университета Петра Великого. В сборнике научных трудов 2015 года представлены материалы, в которых рассматриваются актуальные проблемы стратегического управления и развития предприятий, отраслей, регионов и нашей страны, а также взаимосвязь стратегического управления с другими вопросами управления предприятиями.

Работы, включенные в сборник, сгруппированы по следующим тематическим направлениям: важнейшие тенденции развития РФ, ее отраслей и регионов; стратегическое управление малыми, средними и крупными предприятиями; стратегии университетов, обучение и управление персоналом; экономические и общественные науки в современном обществе и другие актуальные проблемы управления.

Научные труды представляют интерес для преподавателей высших учебных заведений, научных сотрудников, специалистов предприятий, аспирантов и студентов вузов.

Материалы печатаются в авторской редакции.

Ответственный за выпуск: к.э.н., доцент А.Н. Бурмистров

© Санкт-Петербургский государственный
политехнический университет, 2015

СЕКЦИЯ № 1
ВАЖНЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РФ,
ЕЕ ОТРАСЛЕЙ И РЕГИОНОВ

УДК 331.5

Аксенова Ольга Александровна
Aksenova O.A.
д.э.н., профессор
olgaksenova@yandex.ru

ЭКОНОМИКА И РЫНОК ТРУДА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ
ПОСЛЕДНИХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ
ECONOMY AND LABOUR MARKET IN RUSSIA: TRENDS RECENT
DECADES

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого

Аннотация: Автором приводятся результаты анализа последних тенденций развития экономики в РФ и потребностей сложившегося рынка трудовых ресурсов.

Ключевые слова: тенденции в экономике, оценки, рынок труда

Abstract: The author gives an analysis of the latest trends in the economy in the Russian Federation and the needs of the existing labor force market.

Keywords: economic trends, ranks, labor market

Итоги прошедших 14 лет позволяют выявить в экономике России несколько тенденций:

начиная с 2000, *усиление роли государства* в экономике и сращивание бизнес-элиты и чиновничества;

по вкладу отраслей в формирование совокупной добавленной стоимости отмечается значительный *рост доли оптовой и розничной торговли*, рост финансовой деятельности и *операций с недвижимостью* (аренда), при *сокращении доли сельского хозяйства и промышленного производства*.

В 2013-2014 году Россия по оценкам Всемирного экономического форума получила среди 148 стран следующие оценки: по общей конкурентоспособности 64-е место; по «эффективности рынка товаров и

услуг»- 126; по « уровень развития финансового рынка и его совершенству» - 121; «защиты прав интеллектуальной собственности» - 113; по «бремени госрегулирования бизнеса»- 120. Интересен показатель “Business sophistication”, по которому Россия занимает 107 место. Этот индикатор подразумевает «уровень сложности, изощренности, совершенства бизнеса, его соответствие современным тенденциям». Показатель очень важен, поскольку определяют возможность прорыва на новый уровень качества экономического роста. Действительно, в России происходит «упрощение» бизнеса, исчезают или сокращаются «сложные» производства, например, Станкостроение. За последние два десятка лет производство станков в России сократилось почти в 20 раз (!), с 70 до 3 тысяч. Такая же ситуация и в производстве другой сложной наукоемкой продукции, например, в приборостроении.

Кто же востребован на российском рынке труда? Какие требования предъявляет работодатель? Для ответа на этот вопрос было проведено исследование, происходящее в несколько этапов, в котором участвовали студенты старших курсов СПбПУ, кафедры УСЭС. На первом этапе собирались данные о компетенциях, на формирование которых направлено обучение по специальности «Менеджмент». На втором – на основе изучения вакансий интернет-портала spb.job.ru, собирались требования к квалификации выпускника, предъявляемые работодателем. Для анализа собранных данных использовался метод «Контент- анализ текстов», который дал следующие результаты:

- Наиболее *востребованными* навыками на исследуемом сегменте рынка труда оказались *коммуникативные навыки* – умение общаться, находить общий язык, стрессоустойчивость, а так же такие *исполнительские* навыки как ответственность, исполнительность.
- *Большая же часть навыков и умений*, на формирование которых было направлено обучение (навыки работы с информацией, навыки планирования, навыки моделирования, знания законодательства, навыки управления людьми, умения определять приоритеты, ставить цели, анализировать проблемы, креативности и поиска новых решений и пр.) получили наименьшие рейтинги или оказались вовсе *невостребованными*.

То есть для нашего незатейливого бизнеса требуются менеджеры такого «местечкового» разлива с минимальными знаниями: умей общаться с клиентом и слушайся руководителя.

Нужно ли для этого получать университетское образование? Рациональный ответ – нет. Поэтому «рациональные» студенты, воспринимают процесс обучения как вынужденную дань для получения диплома и никак не влияющий на дальнейшую карьеру. Сложившийся рынок труда поглощает и «троечников», и «фиктивных» студентов, а вот отличники

не смогут полностью проявить себя в этой экономической ситуации, и эта одна из причин, почему к переезду на долгий срок готовы 36% выпускников. Основная масса выезжающих — молодые люди в возрасте 25-35 лет, с хорошим образованием, они предпочитают работать и вести бизнес там, где их образование востребовано, и где бизнес не испытывает такого давления со стороны бюрократии.

Наши выпускники по-прежнему «overqualified» по сравнению с потребностями рынка. Надо строить экономику развития, экономику знаний, тогда у выпускников не будет возникать ощущения «когнитивного диссонанса» при столкновении с реальной действительностью.

УДК 333.32.003.121

Александрова Ариадна Иосифовна

Aleksandrova A.I.

к.э.н., доцент,

aariadna@mail.ru

**ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТИ
В РОССИИ
PROBLEMS OF REAL ESTATE TAXATION IN THE RUSSIAN
FEDERATION**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: В работе выявляются проблемы налогообложения недвижимости в РФ, а также предлагаются пути решения этих проблем. Проводится сравнительный анализ налогообложения недвижимости в развитых странах с точки зрения выполнения стимулирующей, фискальной, социальной функций.

Ключевые слова: недвижимость, налогообложение, Россия.

Abstract: In the work detect problems of taxation of real estate in Russia, and offers solutions to these problems. Comparative analysis of real estate taxation in developed countries from the point of view of execution stimulus, fiscal, social functions.

Keywords: real estate, taxation, the Russian Federation.

В настоящий момент в РФ существует немало проблем в сфере налогообложения. Большие изменения затронули систему налогообложения недвижимости. В состав этой системы входит три налога: налог на имущество организаций, земельный налог и налог на имущество физиче-

ских лиц. [1] Характер взимания и начисления этих налогов, как и всех остальных, должен способствовать реализации экономических задач, стоящих перед страной. Однако, большое количество недостатков, присущих налогообложению недвижимости, фискальная направленность этих налогов затрудняет эффективное использование земель, зданий и сооружений. В качестве примера можно привести налог на имущество организаций – данный налог не стимулирует инвестиции в модернизацию основных фондов, внедрение новых технологий.

Поступал ряд предложений по поводу того, чтобы ввести в РФ реформу, смысл которой заключается в том, что будет один единый налог на недвижимость, который будут платить собственники этой недвижимости. Считается, что внедрение новых правил будет стимулировать обновление производственной базы, более эффективное использование земель и недвижимости, развитие территорий. Также рассчитывают на то, что с введением единого налога постепенно удастся вытеснить с городских земель тех землепользователей, которые не способны реализовать доходы, получаемые со своих объектов недвижимости.

Такая модель налогообложения недвижимости распространена по всему миру и имеет свои плюсы. Единый налог рассчитывается из рыночной стоимости недвижимости. [2] Приведем данные по доле налога на недвижимость в поступлениях в местные бюджеты в развитых странах.¹

Таблица 1. Процентная составляющая налога на недвижимость в бюджетах развитых стран.

Страна	Ставка налога на недвижимость
Нидерланды	95%
Канада	81%
Франция	52%
США	От 10 до 70%

В Нидерландах налог на недвижимость составляет до 95 % всех поступлений в местные бюджеты, в Канаде - до 81 %, во Франции - до 52 %. В США в зависимости от штата эта доля может составлять от 10 до 70 %. Такой налог может быть с успехом введен в РФ, так как такая система налогообложения недвижимости хорошо зарекомендовала себя по всему миру с точки зрения выполнения стимулирующей, фискальной, социальной функций.

Разберем подробнее каждую из функций:

¹ <http://www.legislation.gov.uk/>

1. Фискальная функция – данный единый налог будет обеспечивать постоянные поступления в местные бюджеты, так как именно недвижимость является постоянным объектом налогообложения, по сравнению с другими активами и доходами.

2. Стимулирующая функция – налогом будет облагаться только недвижимость, так как налогооблагаемая база будет несколько изменена (будет исключена активная часть основных фондов и товарно-материальных запасов). Это и будет являться стимулирующим фактором инвестиций в техническое перевооружение производства.

3. Социальная функция – если оценивать всю недвижимость по рыночной стоимости это неизбежно приведет к повышению налогов на здание и землю, следовательно, будет происходить стимулирование их более рационального применения и заставит владельцев недвижимости, которые используют ее неэффективно передавать ее тем, кто сможет ее использовать более рационально, с большей выгодой. На данном этапе нет зависимости величины налогообложения и размера и качества недвижимости, по причине того, что рыночная цена облагаемой недвижимости попросту не учитывается. Если брать более крупные суммы с ценной и выгодно расположенной недвижимости, то налоговая политика будет распределена справедливо.

Как уже было ранее отмечено, основополагающим принципом реформы является объединения земельного налога, налога на недвижимость и имущества физических лиц в один. Ожидается, что объединение всех трех групп налогов позволит сократить расходы на администрирование этого налога и позволит так построить налоговую политику, чтобы сделать невыгодным неэффективное использование объектом недвижимости.

Однако, в РФ существует ряд проблем, связанных с точной оценкой стоимости недвижимости, этот факт плавно перетекает в проблемы налогообложения недвижимости. Обратимся к понятию рыночной стоимости. Рыночная стоимость - это наиболее вероятная цена, за которую объект может быть продан на открытом рынке при соблюдении определенных условий. Оценкой стоимости недвижимости занимается Бюро технической инвентаризации (БТИ), однако, практика показывает, что их оценки чаще всего ниже рыночной стоимости. Предлагается ввести новую систему оценки недвижимости, при которой средняя цена будет вычисляться по некоторому множеству сделок. Таким образом, оценка недвижимости будет происходить по некоторой массовой оценке, которая будет максимально приближена к рыночной.

Хотя считается, что даже такая поправка не сделает систему налогообложения недвижимости экономически справедливым и эффектив-

ным в глазах населения, по причине того, что будет иметь свои погрешности в расчетах.

К тому же, чтобы оценить подобным образом рыночную стоимость будет необходимо продавать неоднократно этот объект при одинаковых условиях, что практически невозможно. Более того, такие данные довольно трудно собрать даже в тех странах, где годовой оборот недвижимости превышают российский.

Сложно сказать, каким же образом в других развитых странах оценивают рыночную стоимость, так как открытой информации нет.

Однако, если прочитать судебную практику, можно найти ответы на интересующие вопросы. Ни для кого не секрет, что в других странах граждане, понимающие совершенно случайную оценку рыночной стоимости, оспаривают оценки недвижимости в суде, при этом привлекают независимых профессиональных оценщиков.

Если верить данным, которые предоставлены австралийскими и французскими компетентными судьями, обычно расхождения оценке рыночной стоимости составляют примерно 10-15 %.

По мнению аналитиков, погрешность вычисления рыночной стоимости на российском рынке неравномерна и в зависимости от региона и объемов оцениваемого будет варьироваться от 30 до 1000%. Естественно, при такой погрешности нельзя говорить об объективной оценке рыночной стоимости недвижимости. Например, Постановление ФАС Уральского округа от 26.12.2013 г. № Ф09-13522/13. Это постановление гласит о том, что суд обоснованно признал, что кадастровая стоимость земельного участка с кадастровым номером 02:56:040301:35, рассчитанная органом кадастрового учета в связи с внесением 12.12.2011 г. в государственный кадастр недвижимости сведений об изменении вида разрешенного использования земельного участка, существенно превышает его рыночную стоимость, и подлежит установлению в размере 17 928 024 руб., равном рыночной стоимости, определенной по состоянию на 12.12.2011 г., с момента вступления в силу постановления суда по рассматриваемому требованию. [3] И таких примеров очень много.

На сегодняшний момент разработаны целые методики оценки объектов недвижимости для налогообложения. В качестве примера можно привести методику оценки объектов недвижимости для целей налогообложения, разработанная Госстроем России, Российским государственным центром инвентаризации и учета объектов недвижимости, ГУП «Ростехинвентаризация».

Таким образом, подводя итог, необходимо сказать, что для реализации перехода от группы налогов на недвижимость к единому, нужно разработать единую систему оценки недвижимости для целей налогооб-

ложения. После того, как такая система будет разработана, необходимо проводить на ее основе оценку всех объектов недвижимости.

Почему же ее до сих пор не создали? С этим связаны определенные трудности, в том числе связанные с тем, что оценка недвижимости для целей налогообложения является одновременно и массовой, и конкретной.

Введение налога на недвижимость станет важным шагом в реформировании системы налогообложения РФ и позволит сократить число имущественных налогов, упростить их взимание, а также улучшить администрирование, тем самым сократив расходы на него.

Но самая важная причина, по которой необходимо принять данную реформу, это то, что она сделает налогообложение прозрачным и, следовательно, приведет к развитию производства и увеличению инвестиций в него.

Ожидалось, что эта реформа будет действовать с 01 января 2014 года. Однако, Министерством финансов было заявлено, что многие инструменты для работы новой системы не готовы. Недвижимость российских и иностранных организаций облагается налогом на имущество на основании ст. 374 Налогового кодекса (НК РФ), и п. 5 Положения по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01, утвержденного Приказом Минфина России от 30.03.2001 N 26н. [4] Причем уплачивать налог нужно не, только в отношении недвижимости, которую использует налогоплательщик, объектом налогообложения является и та недвижимость, которая передана в аренду, в безвозмездное пользование, в доверительное управление или в совместную деятельность по договору простого товарищества.

Закон от 4 октября 2014 г. N 284-ФЗ [5] кардинально изменил порядок определения базы по налогу на имущество физлиц. Нововведения вступили в силу с 1 января 2015 г. и реализовали переход на уплату налога на имущество физлиц исходя из кадастровой стоимости объектов. Но пока этот переход не будет повсеместным. Согласно п. 2 ст. 402 НК (в ред. Закона N 284-ФЗ) если местные власти не успеют принять соответствующий нормативный акт (а это возможно только после утверждения субъектом РФ в установленном порядке результатов определения кадастровой стоимости объектов недвижимого имущества), то налог на имущество будет уплачиваться исходя из инвентаризационной стоимости объектов. До 1 января 2020 г. все регионы должны будут перейти на взимание налога с кадастровой стоимости. Очевидно, что кадастровая и инвентаризационная стоимость значительно различаются. Кадастровая все же значительно ближе к рыночной. Соответственно, и налоговое бремя на налогоплательщиков от такого перехода только увеличится.

К примеру, квартира площадью - 44,50 кв. м., инвентаризационной стоимостью - 137 000 руб. Налог на имущество, исчисленный за 2013 г., составил 137 руб. Допустим, что за 2014 г. из-за индексации инвентаризационной стоимости квартиры сумма этого налога составит 140 руб. Кадастровая стоимость квартиры равна 1 810 020 руб. Предположим, что местные власти приняли решение о переходе на уплату налога на имущество с кадастровой стоимости недвижимости. Ставка налога на 2015 г. - 0,1%, величина налогового вычета - стоимость 20 кв. м.

Рассчитаем налог на квартиру за 2015 г. Сумма налога исходя из кадастровой стоимости:

$$Н1 = 1\ 810\ 020 \text{ руб.} \times (44,50 \text{ кв. м} - 20 \text{ кв. м}) / 44,50 \text{ кв. м} \times 0,1\% = 996,53 \text{ руб.}$$

Считаем Н - сумму налога, которую надо будет уплатить за 2015 г.

$$Н = (996,53 \text{ руб.} - 140 \text{ руб.}) \times 0,2 + 140 \text{ руб.} = 311,31 \text{ руб.}$$

Таким образом, в 2015 г. по конкретной квартире налог вырастет на 171,31 руб. - он будет более чем в два раза больше налога за 2014 г.

А в последующие 3 года налог будет плавно расти, пока не достигнет суммы 996,53 руб. - если, конечно, не изменится кадастровая стоимость квартиры.

Однако такое резкое (в процентном отношении) увеличение налога в 2015 г. будет далеко не по всем объектам недвижимости. К примеру, по московской квартире площадью 65 кв. м с инвентаризационной стоимостью 650 000 руб. и кадастровой стоимостью 12 000 000 руб. налог за 2015 г. вырастет менее чем на 50%. За 2014 г. сумма налога, исчисленная исходя из инвентаризационной стоимости, составит 3900 руб. (при ставке 0,6%), а за 2015 г. - 5600 руб. (при ставке 0,15%). Однако через 4 года при заданных условиях налог вырастет до 12,5 тыс. руб.

Начиная с пятого года налог на имущество будет считаться исходя из кадастровой стоимости без всяких понижающих коэффициентов.

Как видим, налог на имущество вырастет. И повышение будет тем существеннее, чем больше разница между кадастровой и инвентаризационной стоимостью по конкретной недвижимости.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 146 – ФЗ // принят ГД ФС РФ 16.07.1998/ [Электронный ресурс] – КонсультантПлюс/- Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Н.В. Прокудина Налог на недвижимость: в Европе и России. / [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/http://ms.enjournal.net/files/2011/01/MS-2010-9-Prokudina-full-text.pdf>
3. Постановление ФАС Уральского округа от 26.12.2013 г. № Ф09-13522/13

4. Положение по бухгалтерскому учету "Учет основных средств" ПБУ 6/01, утвержденного Приказом Минфина России от 30.03.2001 N 26н./ [Электронный ресурс] – КонсультантПлюс/ - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

5. О внесении изменений в статьи 12 и 85 части первой и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и признании утратившим силу закона Российской Федерации "о налогах на имущество физических лиц" Федеральный закон 4 октября 2014 г. N 284-ФЗ/ [Электронный ресурс] – КонсультантПлюс/ - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

*Арутюнян Мери Артуровна
Arutyunyan M.A.*

магистрант 1 курса

*Научный руководитель: Чеберко Е. Ф.
arutyunyan.mary@gmail.com*

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ФИНАНСИРОВАНИЕ
ВЕНЧУРНЫХ ПРОЕКТОВ ПУТЕМ ПРОВЕДЕНИЯ IPO
В РОССИИ
STRATEGY FORMING OF FINANCING VENTURE PROJECTS
THROUGH PROVIDING IPO IN RUSSIA**

Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация: В докладе рассмотрена проблема одного из механизмов финансирования венчурных проектов в условиях российской экономики. Цель работы заключается в предложении способа совершенствования финансирования венчурных проектов через IPO, на основе критического анализа опыта развитых и развивающихся стран, а также исследования проблем венчурного фондового рынка России, с которыми сталкиваются венчурные предприятия.

Abstract: In this report there is examined the problem of one of the financing mechanisms of venture projects in the term of Russian economics. The survey was targeted to offer methods of improving the mechanism of financing venture projects through providing IPO, based on a critical analysis of the experience of developed and developing countries, as well as on the research of problems of the stock market in Russia, which come across venture companies.

Ключевые слова: венчурное предпринимательство, венчурные фонды, методы финансирования венчурных проектов, фондовый рынок, IPO, мировые фондовые рынки.

Keywords: venture entrepreneurship, venture capital funds, methods of financing venture projects, stock market, IPO, world stock markets.

По различным источникам венчурные фонды в России появились примерно в 1994 году. За двадцать лет был накоплен опыт венчурного предпринимательства в различных отраслях, но пока в России небольшой опыт выходов венчурных проектов на рынок, в силу неразвитости фондового рынка. Развитие венчурного предпринимательства и публичное размещение акций как две стороны одной медали - одно без другого не может существовать. Каждая сторона имеет ряд проблем, которые в основном связаны с неблагоприятным инвестиционным климатом и нежеланием делить право управления и владения.

Мнения ученых и бизнесменов расходятся, одни считают, что использование венчурного капитала предназначено только для инвестирования в инновации, последние, что венчурное финансирование распространяется на несколько основных секторов. Таким образом, в мировой практике в центре внимания проблема сферы использования средств, привлеченные венчурными фондами. Основным институтом, отвечающим за развитие венчурного предпринимательства в России является ОАО РВК. Существует ряд венчурных компаний, которые успешно провели IPO на Московской бирже: Наука-связь, Левенгук, НПО-Наука, РНТ, ИСКЧ, ДИОД, ВТОРРЕСУРСЫ, Фармсинтез и др., но отмечу, что таких компаний мало по сравнению с западными. Однако в России венчурное предпринимательство не настолько развито, чтобы уже отдавать приоритет каким-либо сферам деятельности; на данном этапе развития экономики большее значение имеет проблема выхода проекта на рынок.

США является мировым лидером в сфере венчурного предпринимательства и занимает 40% рынка, но не лидером среди площадок для выхода венчурных проектов как сектор альтернативных инвестиций Лондонской фондовой биржи (AIM) в Великобритании. Где больше риска, там больше денег, и это подтверждают данные средней капитализации компаний на AIM – 30 млн. фунтов, а средний объем привлеченного капитала при размещениях через IPO – около 10 млн фунтов. Среди мировых фондовых рынков существуют площадки, которые предъявляют более мягкие и гибкие условия для проведения IPO малыми компаниями (AIM, Mothers, BSE и др.). Российская биржа, безусловно, имеет свои преимущества: требует меньших затрат (5-10% привлеченных средств, что в 1,5-2 раза меньше по сравнению с другими рынками), меньше и сроки подготовки и проведения размещения на внутреннем рынке (4-10 мес., в то время как в Великобритании – 7-18 мес., в США – 10-24 мес.), высокая узнаваемость бренда эмитента, более лояльные требования к комплекту документов при размещении ценных бумаг и объему раскры-

ваемой информации и др. Но инвесторы пока обходят стороной наш фондовый рынок, потому что он пока не сформирован, андеррайтеры спекулируют в интересах определенных людей, но что хуже, так то, что собственники компаний не хотят отдавать управление компании в чужие руки. Пока перспектива рынка IPO для российских компаний не ясна. Наметилась общемировая тенденция оттока инвесторов с рынков развивающихся стран.

Развитие венчурного предпринимательства и публичное размещение акций как две стороны одной медали, и одно без другого не может существовать. Но и не нужно слепо перенимать опыт других стран; у каждой страны свой путь развития, и Россия не исключение в этом. Поэтому нужно разработать методы совершенствования финансирования венчурных проектов через IPO, предварительно изучив опыт развитых и развивающихся стран, а также выявить все проблемы, с которыми сталкиваются компании при желании провести IPO на российской бирже. В докладе анализируются следующие ключевые моменты:

- особенности законодательства в сфере венчурного предпринимательства в России;
- основные критерии выбора площадки для проведения IPO венчурных проектов;
- специфика процесса публичного размещения акций на российской фондовой бирже;
- основные стратегические решения по улучшению финансирования венчурных предприятий путем выхода на открытый рынок.

УДК 338

Бачило Елена Петровна
преподаватель, высшая категория
ping62@mail.ru

НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА КАК ФАКТОР РЕФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ»

г. Санкт Петербург, ГБОУ СПО «Колледж Олимпийского резерва №1»

Аннотация: В данной статье раскрывается актуальность реформирования отрасли «Физическая культура и спорт» в современных условиях, значение федеральных законов для развития отрасли. Особое внимание

уделено вопросам обеспечения Федеральными законами развития массового и детско-юношеского спорта.

Ключевые слова: физическая культура и спорт, массовый спорт, детско-юношеский спорт, федеральная целевая программа, физкультурно-спортивные сооружения.

Актуальность реформирования отрасли «Физическая культура и спорт» определяет достижение главной цели – высокой социально-экономической результативности в плане улучшения состояния здоровья и физического совершенствования населения и, в первую очередь, подрастающего поколения.

Поэтому совершенствование и модернизация отрасли «Физическая культура и спорт» на основе принятия комплекса законодательных, организационно-экономических, финансовых мер по преодолению негативных тенденций социально-экономического развития, а также по разработке и реализации стратегий экономической, инновационной, организационной физкультурно-оздоровительной и спортивной направленности является актуальной проблемой в современных условиях.

В последнее время в стране наблюдается позитивная динамика по показателям состояния сферы физической культуры и спорта, а именно:

- рост сети физкультурно-спортивных сооружений, также рост числа занимающихся физической культурой и спортом;
- увеличение объема финансирования физической культуры и спорта из федерального бюджета;
- рост затрат на одного человека, занимающегося физической культурой и спортом, рост средних затрат на одного учащегося в спортивной школе;
- количество клубов физической культуры и спорта, спортивных площадок по месту жительства, также физкультурно-оздоровительных центров предприятий и организаций.

Указанные тенденции не носят случайного характера, так как обеспечены новым Федеральным законом «О физической культуре и спорте в РФ» от 4 декабря 2007г., а также федеральной целевой программой «Развитие физической культуры и спорта в РФ на 2006-2015гг.» (ФЦП) и Концепцией развития детско-юношеского спорта на 2009-2015гг.

Закон о физической культуре и спорте поднимает социальную значимость массового спорта, провозглашает принципы содействия развитию детско-юношеского спорта, спорта инвалидов. Закон о спорте решает многие вопросы самостоятельно. Но есть значимая часть, которая требует изменений в других Федеральных законах. Например, необходимы изменения в налоговом законодательстве, для того чтобы заработал ме-

ханизм налоговых льгот бизнесу, который помогает детскому, инвалидному и массовому спорту.

Главная цель ФЦП – создать необходимые условия и увеличить число россиян, регулярно занимающихся спортом, с 11 до 30 %. Также на основе ФЦП была разработана подпрограмма «Результат», частью которой стало развитие детско-юношеского спорта. Так, 40 миллиардов рублей было выделено государством на строительство физкультурно-спортивных сооружений, в частности, десяти центров для одаренных спортсменов, в том числе в Сочи, десяти школ-интернатов для особо одаренных детей, олимпийского трамплина, ледового дворца для фигурного катания и т.д.

Важным политическим аспектом ФЦП является то, что презентация ФЦП стала убедительным аргументом для опытных членов МОК в выборе Сочи в качестве столицы Олимпиады 2014г. Гонку выиграл город, в котором не было ни одного спортивного объекта необходимого уровня. Государственная программа развития спорта стала весомым аргументом в международных переговорах, иллюстрацией действенной социальной и экономической политики в нашей стране.

Основные задачи Концепции развития детско-юношеского спорта на 2009-2015гг. – совершенствование мер по поддержке развития детского спорта, оптимизации системы физического воспитания в школах. В частности, должна осуществляться поддержка деятельности детских спортивных организаций, создание необходимых условий для подготовки спортивного резерва. Основными направлениями развития детско-юношеского спорта является модернизация материально-технической базы, кадрового обеспечения, создание условий для развития детско-юношеского спорта по месту жительства.

В настоящее время в России имеются все возможности для дальнейшего развития физической культуры и спорта, в том числе правовые, организационно-управленческие, материально-технические. Занятия физической культурой и спортом должно стать потребностью самого человека. Приоритетным является детский спорт, прежде всего – система физического воспитания в школе. Основными направлениями реформирования в развитии физической культуры и спорта должно стать создание национальной системы развития массового спорта, выстраивание системы информационно-пропагандистской политики, изменение законодательной базы в соответствии с изменяющимися современными условиями.

Белов Сергей Александрович
Belov S.A.
sergey.belov@mail.ru
Калинина Ольга Владимировна
Kalinina O.V.
д.э.н., профессор
olgakalinina@bk.ru

**АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО
СЕКТОРА В 2015 ГОДУ**
**THE ANALYSIS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF THE
BANKING SECTOR IN 2015**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: Рассмотрены особенности и тенденции развития банковской деятельности в условиях кризиса. Приведены базовый и негативный сценарии функционирования сектора коммерческих банков в нашей стране.

Ключевые слова: Банковский сектор, кредитование, коммерческие банки, сценарий развития.

Abstract: Features and tendencies of development of bank activity in the conditions of crisis are considered. Basic and negative scenarios of functioning of sector of commercial banks are provided in our country.

Keywords: Banking sector, crediting, commercial banks, scenario of development

По прогнозам рейтинговых агентств по результатам 2015 года активы банковского рынка покажут прирост только в 8%, а кредитный портфель – 7%. Увеличение этих показателей будет происходить исключительно за счет кредитования крупного бизнеса. В совокупности с увеличением стоимости фондирования и падением качества кредитных портфелей это приведет к получению банками убытка в размере 400 млрд. рублей [2].

В условиях сложившихся финансовых условиях пребывания России на мировом банковском рынке, а также внутренней и внешней экономической среды, можно предположить, что в 2015 году ключевыми рисками для банковского сектора станут снижение процентной маржи и ухудшение качества кредитного портфеля.

В конце 2014 года банки столкнулись с огромным влиянием двух видов риска: процентного и ликвидности. Влияние этих рисков прежде

всего связано с нестабильностью финансового и валютного рынков. Банки вынуждены были вносить большее обеспечение своих сделок, что повлияло на резкое снижение уровня ликвидности. В то же время, чтобы предотвратить активное вложение населения и юридических лиц в валютные финансовые инструменты, участники банковского сектора вынуждены были начать динамическое и в ряде случаев резкое изменение процентных ставок по своим продуктам.

Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА» отмечает, что «если риск ликвидности в значительной степени проявился в конце прошлого года, то последствия реализации риска процентной ставки будут проявляться минимум до середины текущего года. Еще одним вызовом банковскому сектору уже в 1 полугодии станет ожидаемое ухудшение качества кредитов, прежде всего в сегменте крупного бизнеса» [2].

В целях сохранения и поддержания банковского сектора экономики Правительством Российской Федерации было принято решение об оказании государственной поддержки наиболее крупным банкам. Однако стоит отметить, что проблемы с обслуживанием своих обязательств и устойчивостью могут возникнуть у достаточно существенного количества банков, поэтому многим данной государственной поддержки может не хватить.

Прогнозы банковских экспертов уже подтверждаются статистикой. Так, согласно сообщению Банка России, в январе 2015 года деятельность банковского сектора в целом была убыточной; кредитными организациями получен убыток в размере 24 миллиарда рублей. Резервы на возможные потери банков увеличились с начала 2015 года на 7%, или на 284 млрд. рублей. Для сравнения: среднемесячный прирост резервов в 2014 году составлял 100 млрд. рублей [3].

Таким образом, уже сейчас наблюдается резкое ухудшение кредитных портфелей банков. Самый быстрый рост просрочки наблюдается в сегменте необеспеченных кредитов. Просроченная задолженность по кредитам наличными уже достигла 18,5%. Задолженность по кредитным картам составляет около 15%, также значительный рост показывает сегмент автокредитов – просрочка в нем достигла почти 11%. Рост просроченной задолженности наблюдается и в ипотечном сегменте, он достиг 3,5%. При этом доля просроченных ипотечных кредитов в валюте превышает 12,5% [1].

В сложившейся экономической ситуации рост просроченной задолженности легко объясним: происходит резкий рост безработицы (ожидается, что к сентябрю 2015 году в Санкт-Петербурге будет около 15000 безработных), постоянные высокие темпы инфляции и падение реальных доходов населения.

Поэтому в целях сохранения наиболее крупных банков и недопущения обвала банковского сектора экономики было принято решение о государственной поддержке ряда банков путем докапитализации из различных фондов. Однако открытым остается вопрос о том, что фактически банки получают двойную плату по выданным кредитам.

Также существенное влияние на банковский рынок будет оказывать динамика мировых цен на нефть. РА «ЭКСПЕРТ» было разработано три сценария развития банковского сектора в 2015 году: базовый, негативный и позитивный [2]. Базовый сценарий предполагает среднегодовую цену на нефть 50 долларов за баррель. Пока, на наш взгляд, данный сценарий является наиболее вероятным, учитывая сложившуюся динамику цен на нефть.

По базовому сценарию, в 2015 году активы банков прибавят около 8%, совокупный кредитный портфель – 7%. Ключевые сегменты банковского кредитования, за исключением кредитов крупному бизнесу, ожидает сокращение.

Ухудшение качества портфелей будет наблюдаться в 2015 году на всех кредитных сегментах при реализации любого из трех сценариев.

Резкое снижение процентной маржи и рост отчислений в резервы по проблемным ссудам приведут к получению банковским сектором убытка по итогам 2015 года в размере 400 млрд. рублей (базовый сценарий).

Реализация базового и негативного сценариев приведет к значительному росту рыночной доли банков с госучастием в капитале. РА «ЭКСПЕРТ» считает, что до 90% объемов всех выданных ипотечных кредитов в 2015 году будет приходиться на Сбербанк (63%, в 1 полугодии 2014 года – 52%) и ВТБ (27%, в 1 полугодии 2014 года – 21%). Таким образом, значительно вырастет доля банков с госучастием и на рынке кредитования крупного бизнеса, во многом благодаря программе докапитализации через ОФЗ.

Хотя в данную программу попали крупные частные банки, нельзя ожидать очень высокого спроса с их стороны на данный инструмент вследствие большого числа требований. Вместе с тем продолжит снижаться активность банков с госучастием на рынке кредитования МСБ из-за сворачивания так называемых «кредитных фабрик», за счет которых они показывали высокие темпы роста в 2011–2012 годах. Как следствие, в 2015 году будет наблюдаться рост доли на этом рынке крупных частных банков, а также небольших региональных банков.

Литература:

1. Аналитические материалы сайта Эксперт.online: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2015/02/16/net-sil-platit/>.

2. Банковский сектор в 2015 году: голодные игры: аналитические материалы РА «Эксперт»: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.raexpert.ru/researches/banks/prognoz_2015.

3. Шохина Е. Когда закончится банковский кризис: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/2015/02/13/banki-utopayut-v-ubyitkah/>.

УДК 334.6

Гамова Екатерина Евгеньевна

Gamova E.E.

канд. экон. наук, доцент,

eeamova@mail.ru

АНАЛИЗ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ АПК И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПЕРСПЕКТИВУ

г. Йошкар-Ола, Поволжский государственный технологический университет

Аннотация: В статье рассматриваются федеральные и региональные программы развития АПК и сельского хозяйства на примере Республики Марий Эл на период 2013-2020 гг., анализируются основные индикаторы реализации и эффективности данных программ, делаются выводы.

Abstract: This article discusses the Federal and regional programs of development of agribusiness and agriculture in the Republic of Mari El for the period 2013-2020, analyzes key indicators of the implementation and effectiveness of these programs, conclusions.

Ключевые слова: Программы развития АПК и сельского хозяйства, индикаторы роста и эффективности, объем финансирования и источники финансирования программ, ожидаемые результаты реализации программ.

Keywords: Program of development of agriculture and rural economy, indicators of growth and efficiency, funding and sources of funding programmes, the expected results of implementing programs

В 2012 г. была принята Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продук-

ции, сырья и продовольствия в РФ на 2013-2020 гг., с условием разработки идентичных программ на региональном уровне. Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Марий Эл разработало свою региональную программу, учитывающую специфику преимущественно аграрного региона, его финансовые возможности и источники финансирования за счет бюджетов всех уровней, табл. 1.

Сравнение показателей Программ развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в РФ и РМЭ на 2013-2020 гг.

Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в РФ на 2013-2020 гг., в тыс.р.		Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Республике Марий Эл на 2013-2020 гг., в тыс.р.	
Объем финансирования Программы за счет средств федерального бюджета всего: В том числе по годам	1 509 745 406, 93	Объем финансирования Программы всего:	14 708 364,5
в 2013 г.	158 942 948,0	Из них за счет средств: Республиканского бюджета Республики Марий Эл	5 191 706,5
в 2014 г.	161 998 547, 3	Федерального бюджета (при условии выделения средств из федерального бюджета)	9 393 673,0
в 2015 г.	175 419 198,5	Местных бюджетов (при условии выделения средств из местных бюджетов)	119 985,0
в 2016 г.	185 964 557,01		
в 2017 г.	194 733 294,62		
в 2018 г.	203 515 499,33		
в 2019 г.	211 251 498,72		
в 2020 г.	217 919 863,45		
Прогнозная оценка бюджетного финансирования Программы за счет средств консолидированных бюджетов субъектов РФ	777 567 275,13		

Ожидаемы результаты реализации Программы	
Повышение удельного веса российских продовольственных товаров в общих ресурсах продовольственных товаров с учетом структуры переходящих запасов к 2020 г:	Повышение удельного веса продовольственных товаров в общих ресурсах продовольственных товаров с учетом структуры переходящих запасов к 2020 г:
- зерна – до 99,7 %	- картофель – до 97,5 %
- свекловичного сахара – до 93,2 %	- мясо и мясопродукты – до 97,9 %
- растительного масла – до 87,7 %	- молоко и молокопродукты – до 87,7 %
- картофеля – до 98,7 %	
- мяса и мясопродуктов – до 88,3 %	
- молока и молокопродуктов – до 90,2 %	
Увеличение производства продукции с\х в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в 2020 г. к 2012 г. на 20,8 %, пищевых продуктов на 35,0 %.	Увеличение производства продукции с\х в хозяйствах всех категорий (в сопоставимых ценах) в 2020 г. к 2012 г. на 47%, пищевых продуктов на 22,6 %.
Обеспечение среднегодового темпа прироста инвестиций в основной капитал сельского хозяйства – 4,5 %	Обеспечение среднегодового темпа прироста инвестиций в основной капитал сельского хозяйства – 19,9 %
Повышение среднего уровня рентабельности сельскохозяйственных организаций не менее, чем до 10-15 % (с учетом субсидий)	Повышение среднего уровня рентабельности сельскохозяйственных организаций не менее, чем до 12 % (с учетом субсидий)
Доведение соотношения уровней заработной платы в сельском хозяйстве и в среднем по экономике страны до 55 %	Доведение к 2020 г. уровня среднемесячной заработной платы на 1 работающего в сельском хозяйстве до 27,9 тыс.р.

Как видно из табл. 1 объем финансирования федеральной Программы до 2020 г. составляет более 1,5 трлн. р. с увеличением сумм финансирования к 2020 г., региональной программы – почти 15 млрд. р., в том числе большая часть за счет федерального бюджета (64%), меньшая – за счет регионального и местного бюджетов (35% и 1% соответственно). Конечно, в свете продолжающегося кризиса в финансовой и бюджетной сфере эти бюджетные расходы, скорее всего, будут пересмотрены (секвестированы), так как бюджетная система находится в ситуации дефицита источников поступления финансовых ресурсов, и особенно это касается нижестоящих бюджетов – региональных и муниципальных.

Ожидаемые результаты реализации обеих Программ находятся примерно в одинаковом диапазоне, но темпы прироста инвестиций в основной капитал республики почти в 4,5 раз больше, чем по условиям федеральной Программы, что отвечает тренду последних лет в экономике РМЭ (первое место в течение ряда лет по темпам роста инвестиций среди регионов ПФО). Увеличение заработной платы работникам АПК и

сельского хозяйства является в региональной Программе одним из ключевых индикаторов ее эффективности, так как одной из главных проблем отрасли является диспаритет цен и зарплат в промышленности и сельском хозяйстве региона (хотя конкретная величина зарплаты к 2020 г. будет выглядеть наверняка иначе с учетом девальвации российского рубля и среднегодовой инфляции). В условиях существующего сегодня довольно малого горизонта прогнозирования и планирования проблематично давать оценку выполнимости заявленных целей и показателей, хотя стратегические направления развития отраслей АПК и сельского хозяйства РФ и РМЭ, безусловно, являются правильными.

Литература:

1. Гамова, Е.Е. Основные прогнозы и перспективы развития молочной отрасли после вступления РФ в ВТО//Интеграция экономики в систему мирохозяйственных связей: сборник научных трудов 18 Межд. науч.-практ. конф.- СПб: Изд-во СПбГТУ, 2013. С. 191-193
2. Гамова, Е.Е. Финансово-экономический анализ деятельности сельскохозяйственных организаций Республики Марий Эл// Вестник Университета. Москва: ФГБОУ ВПО «Государственный университет управления». - 2013.- № 16, С.32-41
3. Гамова, Е.Е. Аграрная политика в Республике Марий Эл//Вестник ПГТУ. Серия «Экономика и управление. Йошкар-Ола: ФГБОУ ВПО ПГТУ – 2013 - №1, С66-80
4. О государственной поддержке сельского хозяйства: закон Республики Марий Эл [от 03.12.2004 г. №54-З]// Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aris.mari.ru/>- 01.11.2012
5. О республиканской целевой программе «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Республике Марий Эл на 2009 - 2012 годы»: закон Республики Марий Эл [от 21.10.2007 г. № 70- З]// Официальный сайт Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Марий Эл [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://aris.mari.ru/>- 01.11.2012

**ХАРАКТЕРИСТИКА РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ
ПОЛИТИКИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**CHARACTERISTICS OF REGIONAL CLUSTER POLICY IN ST.
PETERSBURG**

НОУВПО «Институт бизнеса и политики»

Ключевые слова: кластер, анализ, инновации, регион

Keywords: cluster analysis, innovation, region

С уверенностью можно сказать, что существенную роль в развитии региональной экономики играют принципы ее кластеризации [1-5], где все большее значение приобретает государственное участие в регулировании рассматриваемых процессов [6]. Проведенный автором анализ методологии региональной кластерной политики показал, что наиболее распространенной формой ее реализации является каталитическая и поддерживающая, которые предполагают поддержание и развитие тех кластеров в регионе, которые сформировались благодаря сложившимся региональным факторам: географическим, историческим, технологическим. По генезису такая кластерная политика создается «снизу вверх», т.е. ее инициаторами выступают предприниматели или региональные власти. Данная форма кластерной политики является либеральной и соответствует принципам рыночной экономики. Подобная политика является широко распространенной в мире, однако основной проблемой ее реализации является разработка этапов механизма кластерной политики, включающих определение кластерной структуры региона, уровня развития кластеров региона, сдерживающих факторов и «узких мест» региональной среды. Для решения этой проблемы необходимо использование теоретически обоснованных методов идентификации региональных кластеров.

Анализ региональной кластерной политики Санкт-Петербурга [3] позволяет сделать вывод, что эта политика является важным элементом стратегии регионального развития. При этом Санкт-Петербург входит в число субъектов РФ, отличающихся высоким уровнем нормативно-правового обеспечения в этой сфере. Региональную кластерную политику Санкт-Петербурга можно охарактеризовать как секторную, технологическую и инновационную, ориентированную на поддержку наиболее крупных и технологичных отраслевых секторов. По масштабам поддержки

проводимая политика является тактической, ориентированной на финансирование частного сектора или в рамках федеральных целевых программ, со слабым региональным финансированием, главный недостаток которого отсутствие критериев и результатов оценки эффективности расходования бюджетных средств. По степени концентрации усилий кластерную политику Санкт-Петербурга можно охарактеризовать как концентрированную, сосредоточенную на поддержке немногочисленных сильных и устойчивых региональных кластеров. Однако главная проблема эффективности этой поддержки - отсутствие объективной оценки степени силы и устойчивости развиваемых кластеров. Таким образом, можно сделать вывод о том, что для ликвидации трудностей реализации кластерной политики в регионе и стабилизации процесса кластеризации требуется разработка и применение научно-обоснованных методов при выявлении и анализе развиваемых региональными властями кластерных групп.

Литература

1. Закон Санкт-Петербурга от 8 июня 2009 г. N 221-47 "Об основах промышленной политики Санкт-Петербурга" (Принят Законодательным Собранием Санкт-Петербурга 13 мая 2009 года)
2. «Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации» (утв. Минэкономразвития РФ 26.12.2008 N 20615-ак/д19).
3. Кудрявцева Т.Ю., Жабин Н.П. Результаты исследования кластерной структуры экономики Санкт-Петербурга// Общество, среда, развитие, 2014. № 3.
4. КЭРППиТ Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://www.cedipt.spb.ru>
5. Родионов Д.Г. Экономико-организационные проблемы экономической безопасности развития машиностроения в условиях вступления России во Всемирную торговую организацию // Мир экономики и права. – 2012. - №2. – с. 16-19.
6. Родионов Д.Г. К теоретической оценке государственного и негосударственного регулирования рыночной экономики // Проблемы современной экономики. – 2003. – №3-4. – с. 55-57.

**РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
РАЗВИТЫХ КЛАСТЕРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА**

**RESULTS OF THE ANALYSIS OF ECONOMIC INDICATORS
DEVELOPED CLUSTERS OF ST. PETERSBURG**

НОУВПО «Институт бизнеса и политики»

Ключевые слова: Региональная кластерная политика, кластер, динамика.

Keywords: Regional Cluster Policy, cluster, dynamics

Анализ современной экономической литературы наглядно показывает, что существенную роль в развитии региональной экономики играют принципы ее кластеризации [1-9], где все большее значение приобретает государственное участие в регулировании рассматриваемых процессов [10]. В результате применения методологии Европейской кластерной обсерватории и идентификации значимых кластерных групп в регионе Санкт-Петербург за 2012 г. [8], были получены следующие результаты. Кластерные группы «Биофармацевтика», «Информационные технологии», «Аналитические инструменты», «Научно-исследовательская деятельность», «Коммуникационное оборудование» и «Аэрокосмическая техника» являются значимыми в регионе. Данные высокотехнологичные и наукоемкие группы тесно связаны и образуют одну мета кластерную группу. Государственная поддержка развития одной из таких групп, будет оказывать влияние, как на саму группу, так и на другие значимые кластерные группы Санкт-Петербурга. Кластерные группы «Пластмассы», «Торговля» и «Кожаные изделия» являются значимыми в регионе, но менее связанными с другими высоко сконцентрированными в регионе видами деятельности.

С целью обоснования мероприятий региональной кластерной политики Санкт-Петербурга проведенное исследование было дополнено анализом состояния отраслей, входящих в значимые кластерные группы региона за 2007-2012 г.

Таблица 3.7. Динамика экономических показателей развитых кластеров Санкт-Петербурга

Кластер	Прибыль от продаж	Долгосрочные инвестиции	Наличие основных фондов	Среднемесячная номинальная начисленная з/п	Численность занятых
Биофармацевтика	Рост	Рост	Рост	Рост	Рост
Информационные технологии	<u>Спад</u>	Рост	Рост	Рост	Рост
Аналитические инструменты	Рост	Рост	<u>Спад</u>	Рост	<u>Спад</u>
Коммуникационное оборудование	<u>Спад</u>	Рост	<u>Спад</u>	Рост	<u>Спад</u>
Аэрокосмическая техника	<u>Спад</u>	Стагнация	<u>Спад</u>	Рост	<u>Спад</u>
Научно-исследовательская деятельность	Стагнация	Рост	Рост	Рост	Рост
Пластмассы	Рост	Рост	Рост	Рост	<u>Спад</u>
Кожаные изделия	<u>Спад</u>	<u>Спад</u>	Стагнация	Рост	Рост
Торговля	Рост	Рост	Рост	Рост	Рост

По уровню экономической эффективности лидирует кластерная группа «Биофармацевтика», «Научно-исследовательская деятельность» и «Торговля» отрасли входящие в эти кластеры отражают положительную динамику следующих экономических показателей за 2007-2012 г.: уровень прибыли, инвестиций, занятости и заработной платы и стоимость основных производственных фондов. Далее по снижению уровня экономической эффективности следуют кластер «Информационные технологии», характеризующийся положительной динамикой всех показателей кроме уровня прибыли и кластер «Пластмассы» кроме динамики занятости. Кластер «Аналитические инструменты» демонстрирует снижение стоимости основных производственных фондов и уровня занятости. Кластер «Кожаные изделия» имеет отрицательную динамику прибыли и уровня инвестиций. Кластеры «Коммуникационное оборудование» и «Аэрокосмическая техника» характеризуются снижением уровня прибыли, занятости и стоимости основных производственных фондов.

Результаты анализа состояния отраслей, входящих в значимые кластеры Санкт-Петербурга, позволили обосновать мероприятия региональной кластерной политики в рамках двух следующих направлений: инвестирование в инфраструктурные отрасли значимых кластеров региона и инвестирование в отстающие отрасли значимых кластеров региона.

В результате разработан алгоритм обоснования мероприятий региональной кластерной политики, являющийся составной частью этой политики и включающий следующие этапы, апробированные в данном исследовании на примере Санкт-Петербурга: идентификация развитых кластеров региона, анализ динамики состояния их отраслей и обоснование направлений инвестирования в смежные и отстающие отрасли развитых кластерных групп региона.

Список литературы

7. Enright M.J. Regional Clusters: What we know and what we should know. Paper prepared for the Kiel Institute International Workshop on Innovation Clusters and Interregional Competition, 2002. – P. 18.
8. Feser E. J., Sweeney S. H. A Test for the Coincident Economic and Spatial Clustering of business Enterprises. *Journal of Geographical Systems*. 2000. Vol. 2. P. 349–373.
9. Lindqvist G. Disentangling Clusters. Agglomeration and Proximity Effects, Elanders, Vällingby 2009 -308 p.
10. Porter M.E. The Economic Performance of Regions // *Regional Studies*. Carfax Publishing, 2003. Vol. 37, № 6/7. P. 549–578.
11. Solvell O., Lindqvist G., Ketels Ch. The Cluster Initiative Greenbook. The Competitiveness Institute/VINNOVA, Gothenburg, 2003. – 94 p.
12. Киселев А.Н., Куценко Е.С., Карнаух А.П. Определение приоритетных направлений для формирования и развития кластеров малых и средних предприятий в региональной экономике (на примере города Москвы) // http://www.virtass.ru/admin/pics/25_02_IO.pdf
13. Кудрявцева Т.Ю., Жабин Н.П. Построение алгоритма определения кластеров в экономике региона// *Научно-технические ведомости СПбГПУ, Экономические науки*, 2014. № 3.
14. Кудрявцева Т.Ю., Жабин Н.П. Результаты исследования кластерной структуры экономики Санкт-Петербурга// *Общество, среда, развитие*, 2014. № 3.
15. Родионов Д.Г. Экономико-организационные проблемы экономической безопасности развития машиностроения в условиях вступления России во Всемирную торговую организацию // *Мир экономики и права*. – 2012. - №2. – с. 16-19.
16. Родионов Д.Г. К теоретической оценке государственного и негосударственного регулирования рыночной экономики // *Проблемы современной экономики*. – 2003. – №3-4. – с. 55-57.

Жердева Елена Андреевна
ZherdevaLenchik@mail.ru
Иванов Максим Владимирович
к.э.н., доцент

ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕХАНИЗМА УСТАНОВЛЕНИЯ СТАВКИ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ КАК КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

Аннотация: В данной статье анализируется механизм установления ставки рефинансирования как рычага влияния государством на экономику, выявляются проблемы и выносятся предложения по улучшению данного механизма.

Ключевые слова: Кредитно-денежная политика (КДП), ставка рефинансирования, инфляция, экономика, государство.

В современной экономической ситуации очень важно понимать рычаги воздействия на экономику России. Ставка рефинансирования считается одним из этих рычагов, важнейшим параметром, влияющим на деятельность банковской системы и отражающим ее текущее состояние, инструментом кредитно-денежной политики.

В законодательстве установлено, что формы, порядок и условия рефинансирования устанавливаются Банком России. Таким образом, учетная ставка Центрального банка не формируется напрямую рыночными механизмами.

Из самого определения ставки рефинансирования вытекает ее влияние на выдаваемые кредиты банками другим организациям и юридическим лицам.

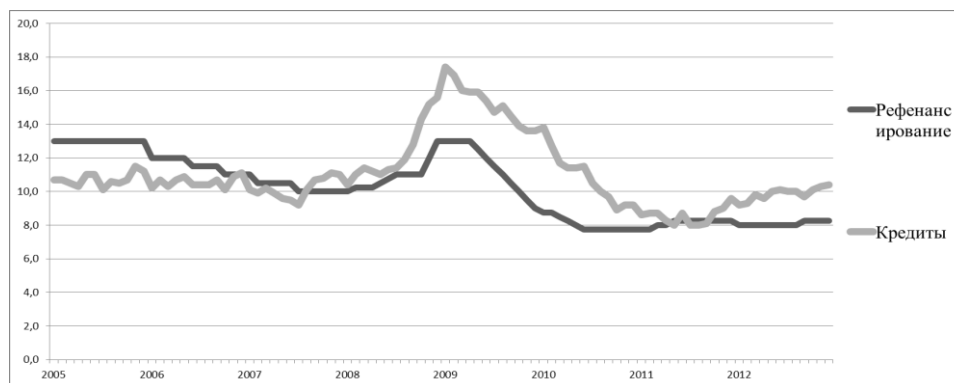


Рис. 1. Сравнение ставки рефинансирования и ставки по кредитам

Сравнивая ставку по кредитам, выдаваемым кредитными организациями нефинансовым организациям по России в целом (исключая Сбербанк), и ставку рефинансирования по месяцам за года от 2005 до 2012 (рис.1), можно заметить, что взаимосвязь слабая, так как коэффициент корреляции равен 4,5. Таким образом, уменьшение ставки рефинансирования не ведет к сильному снижению процентов по кредитам в целом. Это только добавляет прибыль кредитным организациям, которые не меняют свои ставки по кредитованию юридических и физических лиц.

Очень важным остается влияние данной ставки на инфляцию. При сравнении уровня индекса потребительских цен на товары и услуги по стране (он является основным инструментом для расчета инфляции) и уровня ставки рефинансирования по месяцам с 2005 года по 2013 коэффициент корреляции примерно равен 0,49. Следовательно, ставка рефинансирования имеет взаимосвязь с инфляцией, но в качестве действенного экономического регулятора выступать не может.

В странах с развитой экономикой ставка рефинансирования ниже показателя официальной инфляции. Так, например, за последние 4 года, в США, разница между данными ставками составляла минимум 1%. Это не применимо к России из-за нестабильной экономики. Ставка в России выше официального уровня инфляции последние 10 лет.

Дугужев в своей работе говорит о том, что снижение ставки рефинансирования на максимально возможный низкий уровень приводит к возникновению «ликвидной ловушки». Это одно из предположений Кейнса о том, что население страны начинает сберегать наличность из-за ожидания дефляции. Таким образом, монетарные власти оказываются неспособными стимулировать инвестиции уменьшением реальных процентных ставок.[1]

Помимо данной теории Кейнс сформировал идею трансмиссионного механизма, согласно которой можно выделить несколько каналов, по которым импульс денежно-кредитных изменений влияет на инфляцию. Это канал процентной ставки, канал благосостояния, канал финансового акселератора, канал валютного курса и монетаристский канал.[2]

Из-за того, что домохозяйства не заинтересованы в кредитовании и не составляют должную часть в денежной массе Центральный Банк России не может влиять на инфляцию через канал процентной ставки.

Проанализировав работы Моисеева [3] предложено отказаться от влияния на ставку рефинансирования как кредитно-денежную политику государства и уделить внимание операциям на открытом рынке.

Литература

1. Дугужев И. Б. Реальная ставка рефинансирования. [Электронный ресурс]: Вестник Адыгейского государственного университета.

Серия 5: Экономика. : сетевой журн. 2013. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/realnaya-stavka-refinansirovaniya> (дата обращения 01.11.2014)

2. Д.И. Кондратов. Трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики Европы . [Электронный ресурс]: Финансы : учебник. 2010. URL: <http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=books/sa2010/08> (дата обращения 02.11.2014)

3. Моимеев С. Р. Трансмиссионный механизм денежно-кредитной политики // Финансы и кредит, 2002. №18.

УДК 334.78

Несмачных Ольга Викторовна
Nesmachnykch O.V.

доцент, к.э.н.
olgavictorovnaeuf@ya.ru

**УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ
КЛАСТЕРОВ**
**CONDITIONS AND FACTORS HAVING IMPACT ON FORMATION
OF CLUSTERS**

г. Санкт-Петербург, Национальный минерально-сырьевой университет
«Горный»

Аннотация: В статье проанализированы основные условия и факторы, оказывающие влияние на формирование кластеров. Проведено сравнение условий формирования кластеров в России и за рубежом.

Abstract: In article the main conditions and factors having impact on formation of clusters are analysed. Comparison of conditions of clusters formation in Russia and abroad is carried out.

Ключевые слова: кластер, эффективность, конкурентоспособность, условия формирования, государственное участие.

Keywords: cluster, efficiency, competitiveness, formation conditions, state participation

В современной экономике интеграционные процессы становятся неотъемлемой частью развития бизнеса. Для того, чтобы выживать в условиях жесткой международной конкуренции, эффективно использовать ресурсы, осуществлять инновационное развитие, предприятиям

необходимо создавать интеграционные структуры, позволяющие достичь эти цели.

Среди многообразия организационных форм интегрированных компаний одной из самых популярных инновационных структур в мировой экономике является кластер. Появление кластеров, как одной из инновационных форм интеграции, – естественный результат эволюции организационных форм интегрированных структур с точки зрения перехода от жестких форм объединения к более мягким.

Совокупность кластерных объединений весьма неоднородна. Кластеры различаются по целям формирования, по наличию субъекта управления, по характеру формирования добавленной стоимости и т.д. В зависимости от принадлежности к той или иной группе, различны факторы формирования кластеров, методы управления их функционированием и развитием, а также способы управляющего воздействия.

Понятие кластера в России отличается от интерпретации этого понятия в европейской экономике. Важнейшая причина двойственности понимания сущности кластера заключается в различных условиях формирования кластерных структур в России и за рубежом. За рубежом преобладают естественные кластеры, созданные в форме добровольного союза компаний без юридического объединения для сотрудничества в условиях кооперации и реализации общих проектов. Инициатором создания кластера является крупное предприятие или научный центр. Примером развития такого кластера может послужить развитие Кремниевой долины, созданной на базе Стэндфордского университета.

В России кластеры создаются в большей степени при внешнем воздействии и контроле государства, т.е. инициатором создания является государство. Механизм формирования добавленной стоимости сохраняется тем же, что и в предыдущей форме, но условия формирования другие, необходимо учитывать интересы не только бизнеса, но и государственные цели и задачи, что меняет механизм взаимодействия участников кластера. Примером такого кластера может послужить центр «Сколково», созданный под эгидой государства.

Для анализа причин возникновения различных форм образования кластеров, необходимо выявить базовые условия и факторы их формирования. Первая группа – региональные факторы, определяющие предпосылки и условия формирования кластера. К ним относятся наличие совокупности предприятий, взаимодействующих в рамках бизнес-процессов, использующих конкурентные преимущества территории и ориентированных на динамично развивающиеся сегменты рынка; наличие в регионе значительного числа малых и средних предприятий, использующих различные, но с некоторыми общими чертами технологии и/или специализирующихся на выпуске одного или нескольких видов

изделий, наличие научных организаций, доступа к финансовым и другим ресурсам, хорошо развитая инфраструктура и др.

Отраслевые факторы определяют степень концентрации и специализации предприятий конкретной отрасли на географической территории. Их определяют уровень локализации, уровень душевого производства и уровень специализации региона на данной отрасли. Важнейшим фактором формирования кластера является уровень спроса на внутреннем рынке и уровень кооперации предприятий, который можно охарактеризовать как интенсивность взаимодействия экономических субъектов. Обмен инновациями и формирование единой инновационной среды является катализатором формирования и дальнейшего развития кластера, поэтому выделяются факторы инновационной среды.

Исходя из базовых факторов формирования кластеров, целесообразно сравнить условия их формирования в России и за рубежом.

Таблица 1

Условия формирования кластеров в России и за рубежом

Россия	Европа
- Большая территория, что обуславливает низкую концентрацию предприятий на отдельных территориях.	- Небольшая территория, что обуславливает высокую концентрацию и локализацию компаний.
- Инициатор объединения – государство в большинстве случаев.	- Инициатор объединения – бизнес в большинстве случаев.
- Недостаточность развития горизонтальных связей, низкий уровень кооперации.	- Высокий уровень кооперации, устойчивые горизонтальные связи
- Преобладание крупных компаний в кластере.	- Высокая доля малого и среднего бизнеса в кластере
- Слабые связи между наукой и бизнесом	- Тесная связь между наукой и бизнесом
- Низкий уровень финансирования	- Высокий уровень финансирования
- Развитие преимущественно инфраструктуры кластера	- Развитие инноваций.
- Низкий уровень коммерциализации инноваций из-за высоких рисков	- Высокий уровень коммерциализации инноваций

Необходимо отметить, что Россия всегда отличалась своеобразностью развития и не могла перенять западный опыт без адаптации к своим специфическим условиям развития. Опыт кластеризации не является исключением из этого правила. Существует ряд объективных причин, тормозящих развитие кластеров в России: большая территория, что обуславливает невозможность формирования кластеров в некоторых регионах из-за отсутствия важнейшего фактора – географической локализации. Кроме того, уровень кооперации снижен из-за недоверия и отсутствия открытости информации между различными участниками рынка, что вполне объяснимо после тяжелого перестроечного периода.

Государственное участие в кластере и его формирующая роль способна преодолеть некоторые естественные препятствия на пути к формированию успешных конкурентоспособных кластерных образований в России, в отличие от европейского опыта, основанного на естественном объединении компаний.

Литература:

1. В. Сараев Затерянный кластер.// Эксперт № 51(928) – 2014 г.
2. С.И. Рекорд Развитие промышленно-инновационных кластеров в Европе: эволюция и современная дискуссия. – Санкт-Петербург, Изд-во СПбГУ, 2010 г.
3. Боуш Г.Д. Бизнес-кластеры: категориально-системное представление. Омск: Изд-во ОмГУ, 2011. 244 с.
4. Хасаншина Н.Б. Экономические цели и мотивы корпоративной интеграции // Вестн. СПбГУ. Сер. Экономика. 2010. № 2. С. 100-108.

УДК 30:332.122

Никонов Алексей Григорьевич
Nikonov A.G.
научный сотрудник
shelest.06@mail.ru

**ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ
СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ**
**THE TRENDS OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL INFRA-
STRUCTURE RURAL AREAS**

Санкт-Петербург-Пушкин, ФБГНУ СЗНИЭСХ

Аннотация: Рассмотрены современные особенности и состояние социальной инфраструктуры в сельской местности. Сделан вывод о результативности мероприятий целевых программ федерального и регионального уровней в ее развитии.

Abstract: Discusses the modern features and of the state social infrastructure in rural areas. The conclusion on the effectiveness implemented targeted programs of the federal and regional levels.

Ключевые слова: социальная инфраструктура, устойчивое развитие, сельская местность

Key words: social infrastructure, sustainable development, rural areas

Для того, чтобы максимально наращивать производство отечественной сельскохозяйственной продукции и решить актуальную проблему импортозамещения, необходимо, прежде всего, обеспечить устойчивое развитие сельской местности [1,2].

Сельская местность является особой сложной социально-экономической системой, все ее элементы должны развиваться во взаимодействии и не противоречии друг другу. Большую роль в этом играет функционирование социальной инфраструктуры, без необходимого развития которой село не сможет выполнять свои многочисленные функции: производственную, демографическую, культурологическую, рекреационную, природоохранную, ресурсную.

В сельской местности актуальна значимость развития как *социально-бытового блока* инфраструктуры, создающего для населения необходимые условия жизнедеятельности (сфера жилищного хозяйства, бытового обслуживания населения, в том числе торговля и общественное питание, пассажирский транспорт, связь, банковские услуги и др.), так и ее *социально-культурного блока* (объекты здравоохранения, образования, культуры, спорта, социального обеспечения, культовые учреждения и т.д.) для воспроизводства духовных и интеллектуальных качеств личности, формирования человеческого капитала на селе.

Традиционно для сельской местности было характерно существенное отставание в развитии объектов социальной инфраструктуры, несмотря на известную программу еще периода плановой экономики по «стиранию граней между городом и деревней». В настоящее время, по данным Росстата, уровень благоустройства жилищного фонда на селе также значительно отстает от нормативных требований и его параметров в городе: в 2012 году обеспеченность жилищного фонда в сельской местности водопроводом составляла только 49% (против 88% в городе), водоотведением – 40% (88%), отоплением – 61% (92%), горячим водоснабжением – 27% (80%). При этом за 5 лет с 2007 года названные показатели на селе улучшились незначительно, на 5-6 процентных пунктов.

Между тем, необходимо подчеркнуть, что реализация комплекса государственных программных мероприятий позволила начать процесс радикального изменения ситуации в сельской местности. Так, в 2002 году была принята Федеральная целевая программа «Социальное развитие села до 2010 года», в которой предусматривалось создать основы для устойчивого развития села на основе развития социальной сферы и инженерной инфраструктуры. Мероприятия программы, несмотря на ее недофинансирование, позволили достичь определенных результатов. Например, только за 2002-2004 годы были улучшены жилищные условия для более, чем 49 тыс. сельских семей, газифицировано 1200 населенных пунктов, построено свыше 3 тыс. км автомобильных дорог и т.д.

При этом в расчете на 1 руб. средств федерального бюджета было привлечено 5,9 руб. из региональных бюджетов, из них – 2,9 руб. из внебюджетных источников.

В рамках Приоритетного национального проекта «Развитие АПК» (2006-2007 гг.), реализации Государственной программы развития сельского хозяйства на 2008-2012 годы и ФЦП «Социальное развитие села до 2013 года» в качестве приоритетных мер было определено создание комфортных условий жизнедеятельности на селе на основе: удовлетворения потребности населения в благоустроенном жилье, обустройства населенных пунктов объектами социальной и инженерной инфраструктуры. В результате, по данным Министерства сельского хозяйства РФ, всего за 2003-2013 годы, например, на развитие жилищной сферы на селе в целом по стране было направлено 177,5 млрд. руб., в том числе из федерального бюджета – 37,9 млрд. руб., региональных бюджетов – свыше 50 млрд. руб. и внебюджетных источников – 89,3 млрд. руб. При этом за 2013 год по сравнению с 2003 годом вложения из федерального бюджета возросли до 4,5 млрд. руб., или в 7,5 раз, региональных бюджетов – 6,1 раза, внебюджетных источников – 3,2 раза.

Реализуемые программные мероприятия позволили на 20% по сравнению с 2000 годом увеличить объем жилищного фонда в сельской местности, а число сельских населенных пунктов, имеющих водопровод, – на 5,4 тысяч единиц, повысить уровень газификации жилищного фонда с 33% до 57% в 2013 году, обеспеченность жителей качественной питьевой водой – с 41% до 60%. Также с 2003 года по 2013 год было введено в действие 25 тыс. клубных учреждений, свыше 9 тыс. медицинских учреждений, осуществлялись мероприятия по строительству образовательных учреждений и т.д.

Однако, несмотря на значительные масштабы выделенных средств и реализованных мероприятий, ситуация на селе продолжает оставаться сложной. Наряду с позитивными процессами при решении жилищной проблемы, обустройства населенных пунктов как основы для возрождения села, сокращается сеть учреждений культуры: количество сельских библиотек к 2013 году по сравнению с 2007 годом уменьшилось на 16%, выдача книг в расчете на 1000 чел. – на 17%, наличие учреждений досугового типа сократилось на 14%. Это в сочетании с невысоким уровнем доходов населения значительно влияет на снижение привлекательности сельского образа жизни.

Следовательно, на современном этапе глобальных изменений в экономике необходимо увеличить государственную поддержку развития социальной инфраструктуры села до требуемых объемов, в том числе, с учетом зарубежного опыта [3,4], чтобы положительные тенденции в ее формировании сохранить по всем направлениям.

Литература

1. Костяев А.И. Выравнивание территориальных социально-экономических различий // Экономика сельского хозяйства России.- 2006.-№5.-С.21.
2. Буга В.К., Костяев А.И., Мицкевич А.А. Оценка эффективности и приоритетов развития АПК // Аграрная наука.-1993.-№4.-С.16.
3. Никонов А.Г., Павлов В.И., Черницкий А.К. К вопросу использования зарубежного опыта развития сельского хозяйства и сельских территорий в условиях усиления процессов глобализации // Глобализация и аграрная экономика России: тенденции, возможные стратегии и риски.- М.:ВИАПИ им. А.А.Никонова: «Энциклопедия российских деревень», 2011. – С.220-221.
4. Бойцов А.С., Винницкий К.П., Жуковский П.Я., Костяев А.И. Развитие сельских территорий в России и Польше // АПК: экономика, управление.-2012.-№11.С.85-89.

УДК 332.37

Никонова Галина Николаевна
Nikonova.G.N.
д.э.н., профессор,
Трафимов Александр Григорьевич
Trafimov A.G.
д.э.н., профессор,
szniesh@gmail.com

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ STRATEGY OF DEVELOPMENT OF LAND RELATION IN AGRARIAN SECTOR

Санкт-Петербург-Пушкин, ФБГНУ СЗНИЭСХ

Аннотация: Рассмотрены современные проблемы земельных отношений в аграрном секторе и направления их совершенствования.

Abstract: The current problems of land relations in agrarian sector and ways of their improvement are considered.

Ключевые слова: аграрный сектор, земельные отношения, стратегия.

Kew words: agrarian sector, land relations, strategy.

Институт стратегического управления в нашей стране начинает активно восстанавливаться, достаточно назвать такие стратегические документы как «Стратегия национальной безопасности РФ до 2020 года», «Стратегия – 2020», «Основные направления стратегии социально-экономического развития Северо-Западного Федерального округа на период до 2015 года» и др. Однако в реализуемых и на федеральном, и на региональном уровнях стратегиях социально-экономического развития территорий до 2025г. или даже до 2030 г. предусматриваются лишь основные стратегические ориентиры в целом, и нет ни концепций или программ в области развития земельных отношений в аграрном секторе.

Современная ситуация в аграрном секторе северо-запада и страны в целом убедительно показывает, что сложившаяся модель земельных отношений не отвечает современным глобальным вызовам и задачам обеспечения продовольственной безопасности государства. Несмотря на то, что с начала проведения земельной реформы прошло более 20 лет, эффективного собственника земли на селе не создано, из хозяйственного использования выбыло более 20 млн. га пашни, они никем не обрабатываются и зарастают лесом, происходит аккумулятивное накопление ценных земель в руках физических и юридических лиц, не связанных с сельскохозяйственной деятельностью, земельный контроль не эффективен. В то же время сельскохозяйственные организации превратились в «земельных доноров», потому что их сельскохозяйственные угодья в ходе земельной реформы 90-х годов были разделены между работниками хозяйств – так называемыми «владельцами земельных долей». В результате, несмотря на то, что доступ к земельным ресурсам определяет развитие воспроизводственного процесса в аграрном секторе [1,2], сельскохозяйственные организации фактически остались без земли. Это не позволяет им воспользоваться ипотекой как источником необходимых финансовых средств, сохранить устойчивость землепользования или увеличить его размеры, что в целом ограничивает предпринимательскую деятельность на селе [3]. Так, например, в целом по Северо-Западному федеральному округу в собственности сельскохозяйственных организаций находится всего 388 тыс. га, что составляет только 8,6% от площади земель сельскохозяйственного назначения (при общероссийском показателе – 6,9%), в том числе: в Псковской области – лишь 55 тыс. га земли или 3,7% площади земли, переданной в частную собственность.

Воздействовать на проблемные зоны земельных отношений необходимо с помощью методов стратегического управления на федеральном и региональном уровнях. При этом инструменты регулирующего воздействия должны опираться на положения теории ренты, современную институциональную теорию и мировую практику. Разработка стратегии позволила бы определить долгосрочные цели, задачи, направления, стра-

тегические приоритеты, этапы реализации и необходимые ресурсы, чтобы решить те основные проблемы, которые препятствуют как развитию рынка сельскохозяйственных угодий, так и эффективному использованию земельных ресурсов.

Считаем, что в качестве механизма реализации федеральной и региональных стратегий развития земельных отношений должна выступать специальная долгосрочная целевая программа, т.е. увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс производственных, социально-экономических, организационно-хозяйственных и других мероприятий, с выделением на эти цели бюджетных средств и активным привлечением частного капитала.

Литература

1.Костяев А.И., Острецов В.Н. Факторы производства и производительности в сельском хозяйстве (эволюция научных взглядов, роль в обеспечении конкурентного преимущества, формы организации производства).- Санкт-Петербург, 2000.

2.Костяев А.И. Выравнивание территориальных социально-экономических различий //Экономика сельского хозяйства России.-2006.-№5.-С.21.

3.Никонова Г. Развивать предпринимательскую инициативу сельчан // Экономика сельского хозяйства России.-2004.-№7.-С.19.

4. Никонова Г.Н. Особенности институциональной среды и развитие сельского хозяйства. - Никоновские чтения.-2007.-№12. -С.157-159.

УДК 338.1

Орлов Михаил Григорьевич
Orlov M.G.
mishaorlov@yandex.ru

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РЕФОРМИРОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ INSTITUTIONAL REFORM OF THE RUSSIAN ECONOMY

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: В статье раскрыта роль институциональной среды в развитии реального сектора экономики. Показана возможность реформирования институциональной системы путем создания Единого Центра, координирующего деятельность российских институтов реального сек-

тора экономики, развитие кластеров и осуществление налоговой реформы.

Ключевые слова: институты реального сектора экономики, институциональная среда, институциональная система, ФНС, ФАС, надзорные службы.

Abstract: The article considers the role of institutional environment in the development of the real sector of the economy. The possibility of the institutional system by creating a Single focal point for the activities of Russian institutions of the real sector of the economy, cluster development and implementation of tax.

Keywords: institutions of the real sector of the economy, institutional environment, institutional system, the Federal tax service, Federal Antimonopoly service, surveillance services.

При всем разнообразии форм существующих институтов их деятельность недостаточно сфокусирована на развитии реального сектора экономики. В большей мере они сконцентрированы на поддержке предпринимательства, что, несомненно, важно для экономического развития, но недостаточно. Имеет место явное превалирование краткосрочных интересов над долгосрочными, нерациональное использование финансовых ресурсов, широко развитая коррупционная система, предпочтительное лоббирование крупного бизнеса, недостаточный контроль со стороны государственных надзорных органов. В результате, они вносят недостаточный по сравнению с потенциальными возможностями вклад в обеспечение диверсификации российской отраслевой структуры экономики. Подобное положение дел обуславливает необходимость проведения институциональной реформы. К числу необходимых мероприятий относится создание Единого Центра, координирующего деятельность российских институтов реального сектора экономики, развитие кластеров и осуществление налоговой реформы. Создание Единого Центра позволит преодолеть несогласованность действий отдельных институтов и создаст возможности для совместной поддержки проектов на разных стадиях их реализации. Учитывая актуальность проблемы, стоит подчинить управление данным Центром непосредственно Правительству РФ. Координационная деятельность Единого Центра может осуществляться следующим образом. Первоначально институты, ориентированные на развитие инноваций (Российская корпорация нанотехнологий «Роснано», Российский научный центр «Курчатовский институт», Российская венчурная компания, Институт Инновационного Развития (ИИР), а также технопарки, технологические платформы и т.д.) предоставляют в Единый Центр информацию о наиболее значимых проектах, претендующих на приоритетный статус. После этого в Едином

Центре проводится выбор приоритетных проектов на основе принципа диверсификации. Поддержку должны получать проекты из разных отраслей. Затем в Едином Центре составляются программы реализации приоритетных проектов. В программах указываются: задачи институциональных учреждений, связанные с поддержкой рассматриваемых проектов, а также сроки их реализации. Кроме того, Единый Центр должен обладать полномочиями, связанными с корректировкой бюджета в тех или иных проектах. Центр также должен согласовывать Программы с ФНС, ФАС, надзорными службами. Приоритетные проекты должны не только поддерживаться институтами, в ведении которых они находятся, но и при необходимости пользоваться налоговыми льготами и иметь приоритетное значение при решении вопроса о выдаче лицензий для соответствующих предприятий. Кроме того, по отношению к данным проектам должны в приоритетном порядке решаться вопросы, находящиеся в ведении антимонопольных служб.

По нашему мнению, деятельность такого Центра должна усилить институциональное воздействие на реальный сектор российской экономики, повысить согласованность в работе институтов. Конечной целью является сокращение транзакционных издержек, связанных с реализацией приоритетных проектов (Единый Центр способствует устранению всех излишних барьеров и решению организационных вопросов с различными ведомствами). Реализация приоритетных инновационных проектов создает предпосылки для дальнейшей диверсификации российской экономической структуры.

Существенный прогресс в области обеспечения структурной диверсификации российской экономики может быть достигнут за счет развития кластерных образований. Кластеризация способствует повышению конкурентоспособности всей экономической системы в результате получения организациями, входящими в состав кластера, синергетического эффекта. Направлениями развития кластеров являются: расширение географии кластеров, осуществление межкластерного сотрудничества и совершенствование межкластерной инфраструктуры, формирование межгосударственных кластеров. Еще одним важным направлением институциональных преобразований в России является налоговая реформа. Остро стоит вопрос о снижении ставки НДС и переходе к его полной отмене путем замены на налог с продаж/налог с оборота. В рамках налоговой реформы целесообразен дифференцированный подход к совокупному тарифу обязательных страховых платежей; расширение объектов налогообложения за счет имущества, природных ресурсов, капитала; переход к использованию исключительно дифференцированных налоговых ставок.

Пустыльник П.Н. Pustyl'nik P.N.

канд. экон. наук, канд. техн. наук, доцент

Petr19@yandex.ru,

Смирнов А. М., Smirnov A.M.

канд. техн. наук, доцент

sam2805@mail.ru,

Кужельная О.В., Kuzhel'naja O.V.

канд. физ.-мат. наук

79213673309@yandex.ru

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ: ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРОВ

THE DEVELOPMENT OF SOCIAL AND PRODUCTIVE STRUCTURE: THE FORMATION OF CLUSTERS

г. Санкт-Петербург, Российский государственный педагогический
университет им. А.И. Герцена

Аннотация: В статье рассмотрено влияние процессов глобализации на формирование промышленных кластеров, изготавливающих легковые автомобили; отмечен уровень технологического развития заводов: применение промышленных роботов.

Abstract: In article the influence of globalization processes on the formation of industrial clusters. Analyzed clusters, producing passenger cars. Shown use of industrial robots in factories

Ключевые слова: кластер, глобализация, легковой автомобиль.

Key words: cluster, globalization, passenger car

В настоящее время социально-экономическая ситуация в РФ аналогична ситуации 2008-2009 годов. В 2011 году в работе [1] был проанализирован информационно-логистический аспект формирования промышленно-территориальных кластеров в Северо-Западном федеральном округе. Уточним, что динамика развития кластеров зависит от структуры и состояния региональной экономики.

В данной статье рассматривается процесс развития автомобилестроительных кластеров в РФ под влиянием процессов глобализации, так как объемы производства легковых автомобилей зависят от сбыта (покупательной способности населения).

В 2009 году проявился спад производства легковых автомобилей из-за кризисной ситуации 2008 года [2]. Можно предположить, что в

2014 году статистическая отчетность покажет спад производства легковых автомобилей из-за сформировавшейся кризисной ситуации под влиянием санкций против России (см. рис. 1).

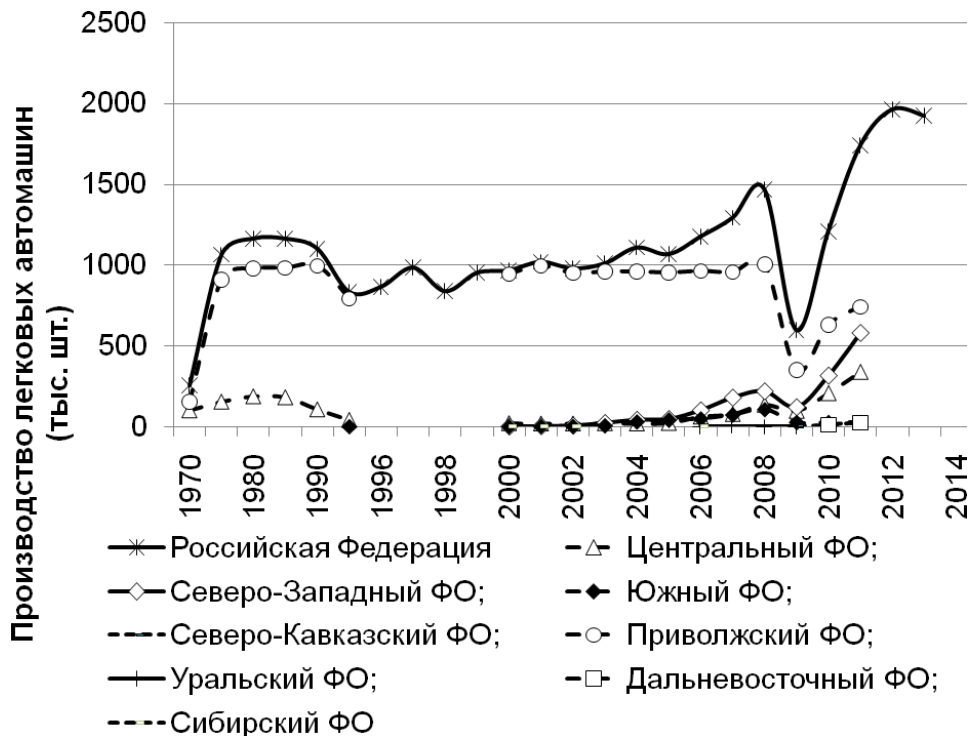


Рисунок 1. Динамика производства легковых автомобилей в РФ

На основании представленной статистической информации можно предположить, что для населения РФ кризисная ситуация 2008-2009 годов оказалась более значимой, чем кризисная ситуация 1998 года.

К сожалению, данные по производству легковых автомобилей в регионах за 1996-1999 гг. найти не удалось.

Если производство легковых автомобилей в Центральном и Приволжском федеральных округах можно рассматривать как традиционное, то формирование с 2002 года автомобилестроительного кластера в Северо-Западном федеральном округе (СЗФО) явление новое. Объем производства легковых автомобилей в других федеральных округах в настоящее время незначителен.

Общеизвестно, что процесс производства и сбыта некоторого объема продукции Q в соответствии с логистической цепочкой: снабжение \rightarrow производство \rightarrow хранение \rightarrow распределение \rightarrow транспорт \rightarrow спрос \rightarrow потребление \rightarrow сервис.

Зависимость между выпуском продукции и затраченными ресурсами может быть представлена в виде функции (см. формулу 1)

$$Q = f(x_1, \dots, x_i, \dots, x_n), \quad (1)$$

где $i = \overline{1, n}$ – количество ресурсов, доступное предприятию; $x_i = \overline{x_1, x_n}$ – объем использованных ресурсов.

Автомобилестроение СЗФО представлено заводами по сборке легковых автомобилей: «Nissan» (г. Санкт-Петербург), «Toyota» (г. Санкт-Петербург), «General Motors» (г. Санкт-Петербург), «Hyundai» (г. Санкт-Петербург), «Ford» (г. Всеволожск), «Автотор» (г. Калининград).

Следовательно, производство легковых автомобилей в СЗФО базируется на изготовлении машин иностранных марок. Степень локализации производства в среднем не превышает семидесяти процентов, поэтому исследуем процесс создания автомобиля с выделением базового технологического процесса и формирования группы заводов-поставщиков.

В качестве примера рассмотрим процесс изготовления легкового автомобиля Hyundai Solaris в г. Санкт-Петербурге (см. рис. 2) [3, 4, 5].

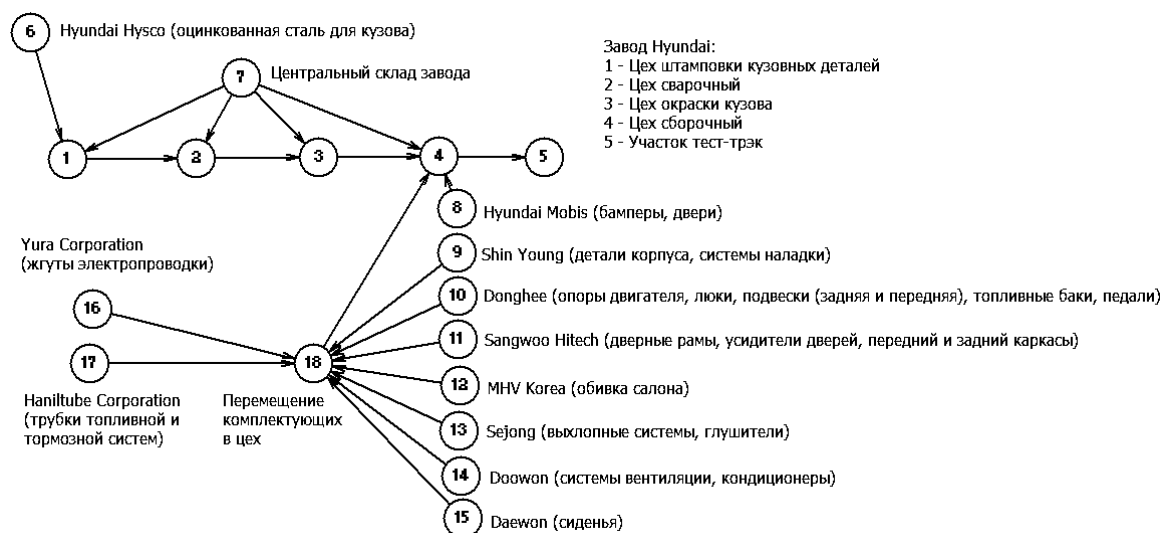


Рисунок 2. Схема изготовления легкового автомобиля Hyundai Solaris

Отметим, что завод Hyundai, занимающий площадь 100 га, имеет производственную мощность 200 000 автомашин в год, то есть 42 автомобиля в час. За пределами завода расположены поставщики различных комплектующих для производства легковых автомобилей Hyundai Solaris и Kia Rio.

В сложившейся ситуации повышения цен на легковые автомобили не должно быть, но ОАО «АвтоВАЗ» объявил, что в 2015 году повышаются цены на девять процентов на модели LADA, потому что уровень локализации производства автомобилей составляет восемьдесят один

процент [6]. Следует отметить, что в период 2008-2013 гг. дивиденды на ОАО «АВТОВАЗ» не выплачивались. А только за 2012 г. членам Совета директоров ОАО «АВТОВАЗ» (15 человек) выплачено вознаграждение в размере 21,092 млн. рублей, то есть по 1,4 млн. рублей на каждого.

Что мешает эти денежные средства направлять на оплату труда молодых специалистов: конструкторов, технологов и дизайнеров? Необходимое уточнение: все члены Совета директоров ОАО «АВТОВАЗ» работают на высокооплачиваемых должностях.

Выводы.

Производство легковых автомобилей в РФ можно рассматривать как один из социально-экономических индексов, характеризующих средний уровень доходов населения РФ.

Формирование кластеров по производству легковых автомобилей в РФ является результатом влияния процессов глобализации на производство и сбыт продукции.

Необходимо разрабатывать концепцию принципиально нового легкового автомобиля, превосходящего зарубежные аналоги.

Список литературы

1. Пустыльник П.Н., Уваров С.А. Формирование промышленно-территориального кластера: информационно-логистический аспект // Теория и инструментарий развития инновационной экономики в период глобальной рецессии / А.В. Бабкин [и др.]; под ред. А.В. Бабкина. – § 4.1. – С.300–324. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2011. – 840 с.

2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 18.01.2015).

3. Производство Hyundai Solaris в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://solaris-club.net/?pageid=plant> (дата обращения 26.01.2015).

4. Haniltube Corporation. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.gmdu.net/corp-115648.html> (дата обращения 26.01.2015).

5. YURA Corporation Rus [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.rusprofile.ru/id/1319895> (дата обращения 26.01.2015).

6. АВТОВАЗ объявляет об изменении цен на автомобили LADA [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.lada-auto.ru/press-releases/107883.html> (дата обращения 18.01.2015).

Сорвина Таусия Андреевна, Sorvina T.A.

к.э.н., доцент

sorvina-76@yandex.ru,

Лавров Виктор Валерьевич, Lavrov V.V.

к.э.н., доцент

vv_l@inbox.ru

АНАЛИЗ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РОССИИ

ANALYSIS AND TRENDS OF THE AUTOMOTIVE MARKET IN RUSSIA

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный институт кино
и телевидения

Аннотация: В статье рассмотрены основные тенденции развития автомобильного рынка в России в современных условиях. Особое внимание в статье уделено оценке текущих и прогнозных параметров развития автомобилестроения в России. На основе проведенного анализа автомобильного рынка в стране были сделаны выводы о необходимости снижения издержек, развития сети дилерских центров, активного продвижения российских автомобилей на международный и внутренний рынок.

Abstract: The article describes the main trends in the development of the automotive market in Russia in modern conditions. Special attention is paid to the assessment of current and forecast parameters of development of automobile industry in Russia. On the basis of the analysis of the automotive market in the country the conclusions were made about the need to reduce costs, the development of a network of dealerships, the active promotion of Russian cars in the domestic and international market.

Автомобильная промышленность России в современный период экономической нестабильности оказалась одной из наиболее пострадавших отраслей в экономике. Сложно определить, что ожидает независимые автомобильные марки, ведь им с каждым днем становится сложнее выживать на рынке и в ожесточенной борьбе с конкурентами. Сейчас множество автомобильных компаний находятся в сотрудничестве с автомобилестроительными транснациональными корпорациями других стран. Ведущими компаниями, производящими автомобили в мире являются такие фирмы как Toyota Motor Co., DaimlerChrysler, Fiat Auto,

Ford Motor, Volkswagen AG, Renault/Nissan PSA, Honda, Hyundai Motors, Peugeot Citroën. В последние несколько лет на автомобильном рынке России произошло устойчивое развитие дилерских сетей. В период с 2008 по 2013 год стремительно возросло количество официальных дилерских центров в городах, а крупнейшие производители продолжили расширять свой бизнес даже в регионах. Автомобильная отрасль привлекла внушительное количество инвесторов, чему способствовал благоприятный инвестиционный климат, а именно: благоприятная динамика роста и высокая доходность.

Автомобильная промышленность в России представлена компаниями во всех сегментах автомобилестроения: производство легковых и коммерческих автомобилей, грузовых автомобилей и автобусов, прицепа состава, специальной и военной автомобильной техники, автомобильных компонентов (двигателей, трансмиссий, ходовых частей, электроники и др.), автомобильных материалов, а также научно-исследовательскими и проектно-конструкторскими организациями. Всего в отрасли задействовано около 500 предприятий и организаций. В настоящее время автомобильная промышленность Российской Федерации создает порядка 1% ВВП, формируя около 400 тыс. рабочих мест непосредственно в компаниях-производителях. Кроме того, отрасль создает около миллиона рабочих мест в зависимых и дилерских компаниях.

Производство автомобильной техники осуществляется в тесной кооперации с предприятиями электротехнической, металлургической, химической, электронной, легкой и других отраслей промышленности. Благодаря мультипликативному эффекту автомобилестроение обеспечивает в смежных отраслях дополнительную занятость в экономике страны около 4,5 млн. человек.

Оценка текущих и прогнозных параметров развития автомобилестроения в России представлена в таблице 1.

Таблица 1

Оценка текущих и прогнозных параметров развития автомобилестроения
в России

№	Параметры	2012	2013	2020 (прогноз)
1	ВВП (с учетом индекса дефляции), (млрд. руб.)	32 758	39 753	64 025
2	Численность населения, (млн. чел)	141,2	141,6	134,7
3	Численность трудоспособного населения, (млн. чел)	68,4	67,5	67,9
4	Доля автомобильной промышленности в ВВП, (%)	0,87%	0,96%	2,38%
5	Количество занятых в автомобильной промышленности от общего числа трудоспособного населения, %	0,6%	0,7%	0,6%
6	Парк легковых автомобилей на конец года (млн.)	38	38,9	52
7	Обеспеченность, автомобилей / тыс. населения	261	290	435
8	Коэффициент выбытия, % от парка	3,5%	3%	6%
9	Плотность парка, автомобилей / км дорог	44,79	44,71	41,7

Источник: [1]

В настоящее время все автопроизводители испытывают трудности. В условиях нестабильности экономики и снижения уровня платежеспособности населения необходимо искать решения для целого ряда проблемных ситуаций. На автомобильном рынке идет снижение объема продаж в связи с удорожанием топлива. Компании вкладывают свой бюджет в разработку новейших, более доступных для конечного потребителя автомобилей, так как уже существующие на рынке модели далеко не отвечают всем запросам покупателей. Так же нестабильность курса евро и доллара для некоторых из автопроизводителей обернулась повышением себестоимости производства и, соответственно, уменьшением доли прибыли компаний.

В настоящее время, выделяют следующие тенденции развития автомобильного рынка в мире: автомобильный рынок быстро развивается в следующих странах: Китай, Россия, Бразилия и Индия. Многие автомобильные транснациональные корпорации расположили свои филиалы в Венгрии, Чехии, Словакии. В производстве автомобилей в развитых странах за последние годы состоялся переход от крупносерийного про-

изводства моделей к мелкосерийному производству более широкого ассортимента автомобилей [2].

Одной из главных и более существенной тенденцией развития компаний по производству автомобилей является рост глобализации мирового рынка автомобилестроения и сохранение всех предпочтений и требований к автомобилям потенциальных и реальных потребителей на рынках всех стран.

Процесс развития инновационных разработок в производстве автомобилей представляет собой достижение высоких результатов в моделировании современного автомобиля и формировании конкурентных преимуществ.

Объем реализованных легковых автомобилей в России к 2018 году, возможно, вырастет до 3,5 млн. штук [4]. Этот показатель практически в полтора раза выше, чем в 2012 году. Тогда Россия получила почетное второе место по реализации автомобилей. Первое место получила Германия. Так же необходимо отметить, что Германия в прошедшем году осталась единственной страной, в которой объем от реализации автомобилей вырос. В других странах наблюдается спад спроса на автомобили из-за влияния экономического кризиса. В данный момент в России рынок автомобилестроения находится на высоте, чем и привлекает многих европейских производителей автомобилей. Так, в 2012 году в нашей стране было произведено порядка 2,4 млн. автомобилей, этот показатель стал максимальным за всю историю автомобилестроения.

В текущем 2015 году в России будет реализовано порядка 2,7-2,9 млн. легковых автомобилей [5].

Автомобильный рынок России и других стран находится в условиях постоянной конкуренции. В связи с этим, компании, которые хотят оставаться на лидерских позициях должны снижать свои издержки, не теряя при этом качества поставляемой продукции. Все большее количество всемирно известных автомобильных компаний начинают строить свои заводы по производству автомобилей в России, в связи с тем, что в этом случае автопроизводители могут максимально снизить свои издержки, тем самым увеличить свои доходы.

Литература:

1. Средний возраст автомобилей в России - autostat.ru/news/view/9590 (дата обращения 15.02.2015);
2. Мировой опыт государственной поддержки автомобильной промышленности - www.ecfor.ru/pdf.php (дата обращения 15.02.2015);
3. Продажи автомобилей в России: удивительные результаты - <http://110km.ru/autonews/> (дата обращения 16.02.2015);

4. Мировой опыт государственной поддержки автомобильной промышленности - <http://www.ecfor.ru/pdf.php>(дата обращения 15.02.2015);
5. Рынок новых легковых автомобилей в России и прогнозы его развития - <http://www.mayak.zp.ua/news/> (дата обращения 16.02.2015);
6. Продажи автомобилей в России: удивительные результаты <http://110km.ru/autonews/>(дата обращения 16.02.2015);

УДК 332.142:001.895

Суровицкая Галина Владимировна,
д.э.н., профессор,
Герасимов Сергей Николаевич,
Семи́н Дми́трий Игоре́вич,
gvs_kachestvo@inbox.ru

МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

г. Пенза, Московский государственный университет технологий и управления им. К. Г. Разумовского

Аннотация: Обоснована целесообразность использования проектного подхода в государственном секторе при реализации стратегии импортозамещения.

Ключевые слова: стратегия, импортозамещение, механизм, проект

На современном этапе в условиях нестабильной геополитической и геоэкономической ситуации особую актуальность приобретают адекватные меры по обеспечению устойчивого развития страны и регионов. К таким мерам, нашедшим свое отражение в планах ряда субъектов РФ по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности, следует отнести реализацию программ импортозамещения продукции.

Проведенный авторами анализ показал, что многие регионы разрабатывают мероприятия по содействию импортозамещению продукции в рамках подпрограмм государственных программ субъектов РФ.

Ряд мероприятий государственных программ может быть реализован с использованием принципов проектного управления. Однако в данный момент отсутствует закреплённая в нормативной правовой базе методология реализации проектного управления в государственном сек-

торе в части обеспечения взаимообусловленности мероприятий государственных программ и государственных контрактов (рисунок). Такое положение дел обуславливает интерес к описанию процессов управления контрактными проектами, которые реализуются в рамках государственных программ регионов. Особенно важным, на взгляд авторов, является процесс управления качеством проектов, напрямую влияющим на качество импортозамещающей продукции.

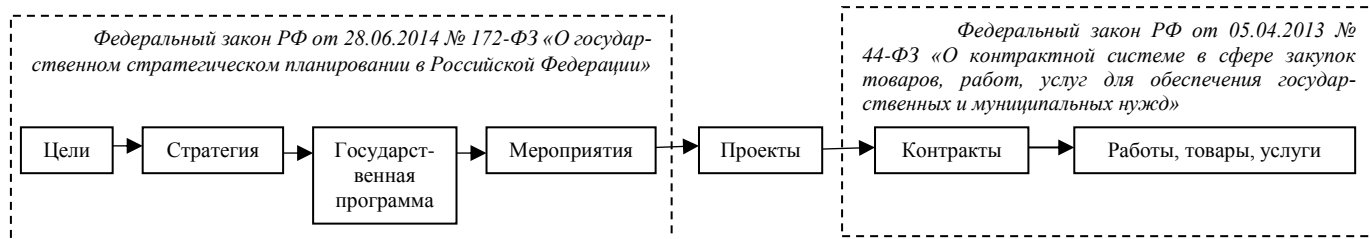


Рисунок – Нормативная правовая база реализации проектного управления в государственном секторе

В этой связи необходимо исследовать возможности не только систем менеджмента качества предприятий, участвующих в программах импортозамещения, но и механизмов их взаимодействия в рамках региональных инновационных систем. Теоретико-методологическая база такого взаимодействия практически не разработана.

По мнению авторов, особое внимание следует уделить подходам к развитию человеческого капитала в контексте решение проблем импортозамещения [1].

При использовании в качестве базовой модели региональной инновационной системы популярной модели тройной спирали инновационного взаимодействия «университеты – бизнес – государство» развитие систем менеджмента качества предприятий может быть обеспечено разработкой и внедрением механизма, аналогичного инновационному механизму развития систем менеджмента качества университетов [2]. Это связано с тем, что и университеты, и бизнес-структуры с позиций модели тройной спирали являются акторами региональных инновационных систем. Следовательно, для реализации стратегии импортозамещения необходимо гармонизировать тренды развития развитие систем менеджмента качества всех акторов.

Таким образом, эффективные механизмы реализации стратегии импортозамещения необходимо формировать на основе проектного подхода с включением механизмов развития систем менеджмента качества предприятий в рамках региональных инновационных систем.

Литература

1. Суловицкая, Г. В. Роль инноваций в развитии человеческого капитала кластера \ Г. В. Суловицкая, И. И. Фролов // Креативная экономика – 2013 .- № 4.- С. 94-99.

2. Суловицкая, Г. В. Формирование инновационного механизма развития систем менеджмента университетов: автореф. дис. ... д-ра эконом. наук / Г. В. Суловицкая – Саранск, 2012. – 36 с.

УДК 330.322.012

Терешкина Ольга Станиславовна
Tereshkina O.S.

к.э.н., доцент,
olyteresh@mail.ru

Кудряшова Валентина Владимировна
Kudryashov V.V.

доцент

ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА

THE ASSESSMENT AND THE FORECASTING OF THE MACROECONOMIC INDICATORS OF DEVELOPMENT OF THE MODERN INVESTMENT MARKET

Москва, Московский государственный машиностроительный
университет

Аннотация: необходимость реструктуризации российской экономики на современном этапе, роста ее конкурентоспособности требуют повышения инвестиционной активности всех участников инвестиционного рынка. Достичь этого невозможно без создания привлекательного инвестиционного климата в стране, необходимого для активизации инвестиционной деятельности предприятий.

Abstract: the necessity of the restructure the Russian economy at the present stage, the growth of its competitiveness requires enhancing the investment activity of all participants in the investment market. It is impossible to achieve this in the country, without creating an attractive investment climate, necessary for the investment activity of enterprises.

Ключевые слова: инвестиционный рынок, конъюнктура рынка, инвестиционный климат, кредитный рейтинг, инвестиционный риск.

Keywords: the investment market, market conditions, the investment climate, the credit rating, the investment risk.

Изучение макроэкономических показателей инвестиционного рынка является наиболее сложным этапом, требующим привлечения обширной достоверной, актуальной информации и квалификационных исполнителей. Изучение включает в себя три следующих этапа:

1. Выбор основных первичных показателей, отражающий инвестиционный климат и состояние текущей конъюнктуры рынка.

2. Анализ текущей конъюнктуры инвестиционного рынка.

3. Исследование предстоящих изменений факторов и условий, оказывающих влияние на развитие инвестиционного рынка и разработка прогноза данного развития.

В интегрированном виде данная работа предполагает:

- построение системы мониторинга инвестиционного рынка, включающей все его сегменты (рынки объектов реального и финансового инвестирования);

- наличие информационной базы для осуществления мониторинга: различный публикуемый материал, данные информационно-аналитических агентств, СМИ, министерств и ведомств, характеризующие активность инвестиционного рынка.

К основным элементам конъюнктуры инвестиционного рынка относятся: спрос, предложение, цена, конкуренция. Соотношение этих элементов постоянно меняется и поэтому ключевым является решение вопроса: *«Где можно с наибольшей пользой капитализировать имеющиеся ресурсы?»*

Инвестиционный климат следует рассматривать, с одной стороны, как совокупность политических, экономических, социальных, экологических и правовых условий, которые максимально благоприятствуют инвестиционному процессу, а с другой стороны, как реальные возможности, равные для отечественных и иностранных инвесторов, одинаковые по привлекательности условия для вложения финансовых капиталов в национальную экономику.

На инвестиционный климат влияет множество взаимосвязанных факторов, в том числе:

- правовое структурирование сделок, свобода договора без обременительных императивов;

- защита имущественных прав в условиях глобализации на уровне международных стандартов;

- порядок разрешения споров, эффективная защита своих прав;

- возможность использования мирового опыта, новых моделей инвестирования;

- многочисленные риски, а также привлекательность отраслей, наличие средств, цели вложения, инвестиционные стратегии и т.д.

В экономической литературе для оценки инвестиционного климата применяют различные подходы:

1) суженный подход для глобальных оценок инвестиционного климата в стране осуществляется на основе изучения динамики ВВП, национального дохода, объемов производства промышленной продукции; состояния законодательного регулирования инвестиционной деятельности; развития инвестиционного рынка и других показателей.

2) факторный подход основывается на расчете средневзвешенных оценок набора факторов, расчет сводного показателя (на основе экономического потенциала страны, условий хозяйствования, рыночной среды, финансовых факторов и др.). Он наиболее объективен и достоверен. Инвестор может ориентироваться на свой набор факторов.

3) рисковый подход позволяет оценить вероятность потерь на вложенный капитал на основе сопоставления двух показателей (инвестиционный потенциал и инвестиционные риски или инвестиционные риски и социально-экономический потенциал).

С точки зрения создания наиболее благоприятных условий ведения бизнеса в России страна в 2012 г. поднялась со 120-го места на 112-е в мире, чему способствовало упрощение процедуры уплаты налогов. Время общения с налоговой сократилось с 290 часов до 177.

По прогнозам России предстоит улучшить условия ведения бизнеса и в рейтинге Всемирного Банка Doing Business: из 185 стран мира занять в 2015 г. – 50-е место, 2018 г.- 20-е место. [7]

По данным проведенного исследования «Независимая Россия: энергия предпринимателей» Экспертного совета по России в рамках Всемирного экономического форума в Давосе, руководители российских компаний отмечали, что главным барьером при осуществлении бизнеса в России является, прежде всего, нехватка квалифицированной рабочей силы (38%). Таким образом, человеческий фактор на современном этапе имеет первостепенное значение. Именно высококвалифицированные специалисты, хорошо слаженная команда выступают ключевыми факторами успеха компании (мнение 59% респондентов).

В качестве других не менее важных препятствующих факторов, с которыми сталкиваются руководители при ведении бизнеса, выступают также бюрократическая волокита (28%); избыточное регулирование (26%); нестабильная макроэкономическая ситуация (26%); нехватка финансовых ресурсов (19%); незрелость рынка в целом (17%); налоги

(15%); консервативность мышления (15%); коррупция (15%); неразвитая инфраструктура (7%). [6]

Для оживления внутреннего инвестиционного климата, а также для повышения привлекательности отечественного рынка для иностранных инвестиций жизненно важно создание *системы раскрытия информации*.

Так, для того чтобы эмиссия ценных бумаг, как одних из важнейших финансовых инструментов инвестиционного рынка, рассматривалась предприятиями как реальный способ привлечения инвестиций в производство, очень важным является тот факт, чтобы сами собственники предприятия осознали преимущества и значимость открытия информации для привлечения инвестиций [9].

Благоприятным фактом можно считать полученные данные Центром раскрытия корпоративной информации: минимальные требования по раскрытию информации выполняют в настоящее время более 80% российских предприятий. В докладе Всемирного банка о соблюдении стандартов и правил в сфере корпоративного управления, который был подготовлен в 2013 г., отмечается, что в России в полной мере реализован принцип «справедливого и своевременного распространения информации» [8].

Игроки инвестиционного рынка руководствуются информацией о развитии мирового рынка, определяют свои приоритеты в этой сфере деятельности.

На масштабы инвестирования оказали влияние различные процессы: сближение темпов роста экономик развитых и развивающихся стран после мирового финансового кризиса 2008-2009 гг., замедление темпов роста ВВП, волатильность валют ряда стран, события на Украине и вызванные этим международные санкции.

В России опережающими темпами в условиях высоких цен на нефть увеличивались масштабы финансового рынка и спекулятивных операций, а также расширялась сфера торговли, общепита и операций с недвижимостью. С середины 2012 г. произошло сокращение объемов инвестиций, без чего невозможно реализовать социально-экономические стратегии на основе модернизации, внедрения инновационных проектов в воспроизводственные процессы. Так, по оценке JLL в январе-июне 2014 г. объем инвестиций в российскую коммерческую недвижимость снизился на 59% в годовом сопоставлении и составил 1,4 млрд. долл. [2]

Кроме этого, отток капитала из России в 2012 г. составил 54,6 млрд. долл., в 2013 г.- 62,7, за январь-февраль 2014 г.- 35 млрд. долл. [5]

Важными ориентирами для инвесторов, а особенно иностранных, являются оценки экспертов Всемирного банка, специальные финансовые или кредитные рейтинги (IBCA, Moody's, Standard & Poor's и др.). Так, 26 января 2015 г. известное международное рейтинговое агентство Standard

& Poor's снизило рейтинг России с «BBB-» до отметки «BB+», что означает уровень ниже инвестиционного [1]. Данное решение агентство связывает со снижением влияния Банка России на устойчивость финансовой системы, риск перерастания инфляции в галопирующую, сокращение резервов и ухудшение других макроэкономических показателей, в частности околонулевые темпы роста ВВП вплоть до 2018 года. В глазах агентства, а значит, и в глазах кредиторов и инвесторов, которым важно его мнение, мы откатились на 10 лет назад – именно в январе 2005 года S&P впервые подняло суверенный рейтинг РФ до инвестиционного уровня.

Таким образом, на основе анализа инвестиционного климата страны, текущей конъюнктуры инвестиционного рынка осуществляется прогноз его развития с учетом многочисленных макроэкономических процессов (уровень ВВП, изменении национального законодательства, инвестиционной и других видов предпринимательской деятельности; изменении ключевой ставки ЦБ РФ; изменении темпа инфляции).

В настоящее время в России до 2020 года предполагается осуществить переход к инновационному социально-ориентированному развитию, созданию экономики, опирающейся и на модернизированные традиционные сектора, развитую транспортную инфраструктуру, и отрасли «новой экономики», т. е. «экономики знаний». Основа политики России в области модернизации – стимулирование инноваций. Государство готово было вложить средства в несколько десятков крупных высокоэффективных, быстро окупаемых проектов с доходом более 500 млн. долларов каждый к 2015 году [1].

Список литературы

1. Бурсак А. Чубайсу это не надо / А. Бурсак, П. Кирян, А. Дементьев// РБК daily.-2010, №22 (февраль) с. 4.
2. Ващенко Г. Снижение рейтинга Standard & Poor's: что это значит 27.01.2015 (электронный ресурс <http://newsland.com/news/detail/id/1490710/>)
3. Квасова О. Новости рынков // МК, № 22, июль, 2014, с. 4.
4. Ковалева О.Б., Кудряшова В.В.. Модели управления риском в условиях неопределенности.// Сборник статей. IV Международная научно-практическая конференция "Экономика и управление народным хозяйством".- Пенза, АННОО "Приволжский Дом знаний", 2014.
5. Кудряшова В.В. Модернизация экономики России: проблемы и перспективы. // Вестник МГУП, № 1. - М.:, МГУП, 2010 г.
6. По крымскому счету.// КоммерсантъДеньги, № 11, 2014, март, с.6
7. От чего зависит ведения бизнеса в России//РБК daily, № 9 (2026), январь 2015г.

8. Резникова А., Кособокова Т. Мы стали более лучше вести бизнес //РБК daily, № 201, 2012 г.

9. Российские ОАО прозрачны на 80% (электронный ресурс <http://www.rcb.ru/news/259984/>)

10. Терешкина О.С. К вопросу о развитии инфраструктуры финансовых рынков – Известия МГТУ «МАМИ», 2014, №2(20), т. 5

11. Шестакова О.С. (Терешкина О.С.) Совершенствование организационно-экономического механизма инвестиционной деятельности предприятий : Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 : Москва, 2003

УДК 338.242

Титова Александра Викторовна

преподаватель

alexandra_titova@list.ru

Titova Alexandra

master

**ДОКАЗАТЕЛЬНОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ КАК ОСНОВА
ЭФФЕКТИВНОЙ ДИФФУЗИИ ИННОВАЦИЙ
EVIDENCE-BASED HEALTHCARE AS A BASIS FOR
EFFECTIVE DIFFUSION OF INNOVATIONS**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский Государственный
Университет Аэрокосмического Приборостроения (СПбГУАП)

Аннотация: Внедрение в практику принципов доказательного здравоохранения исторически сопровождалось формированием подсистем генерирования и трансфера знаний в области функционирования системы здравоохранения. По результатам изучения материалов исследований развитых стран установлено, что отсутствие целостности и комплексности подсистем привело к крайне медленному внедрению результатов научных исследований в практику функционирования отрасли. Предложено основанное на накопленном опыте развитых стран создание целостной и комплексной системы генерирования и трансфера знаний в целях повышения клиничко-экономической и социально-экономической эффективности функционирования отрасли здравоохранения РФ.

Abstract: Putting into practice the principles of evidence-based healthcare has historically been accompanied by the formation of sub-systems of knowledge generation and transfer. The fact that the lack of subsystems' integrity and integration led to extremely slow implementation of research re-

sults into practice is established according to the results of the research in developed countries. The creation of a holistic and integrated system of knowledge generation and transfer in order to improve clinical, economic and social efficiency of the healthcare industry of the Russian Federation is proposed.

Ключевые слова: доказательная медицина, доказательное здравоохранения, исследования в области систем здравоохранения, трансфер знаний, диффузия инноваций

Key-words: evidence-based medicine, evidence-based healthcare, health systems research, knowledge transfer, diffusion of innovations

Большинство развитых и развивающихся стран сталкиваются со схожими проблемами в сфере управления здравоохранением: стареющее население, превалирование хронических заболеваний, растущие расходы, неравенство доступа к медицинской помощи, снижающаяся отдача ресурсов [1]. Важным аспектом развития здравоохранения стало смещение приоритетов отрасли от решения проблем здоровья населения к их предотвращению, т.е. развитие профилактического направления. Вопреки надеждам на экономию ресурсов отрасли за счёт снижения необходимого охвата медицинской помощью, произошёл суммарный рост затрат вследствие значительного удорожания сектора общественного здравоохранения. Например, в Великобритании затраты на обучение населения и профилактику заболеваний достигли 211млн. £ в 1996 г. [8]. Таким образом, неэффективность и постоянное удорожание функционирования системы оказания медицинской помощи и системы общественного здравоохранения привело к осознанию необходимости базирования деятельности на результатах научных исследований, результатом чего стало развитие принципов доказательной медицины (evidence-based medicine) и доказательного здравоохранения (evidence-based healthcare) в начале 90-х гг. [3, 6, 10]. В то время как источником знаний для доказательной медицины стали исследования клинико-экономической эффективности, в секторе общественного здравоохранения нехватка научных исследований оказалась серьёзной проблемой. Осознание недостатка научных исследований привело к развитию «области знаний, изучающей организацию, финансирование и доставку услуг общественного здравоохранения населению, и влияние данных услуг на здоровье населения, иными словами «исследований систем общественного здравоохранения» (public health systems research (PHSR)) [7]. Основной задачей исследователей являлось определение социальной и экономической эффективности проводимых политических программ и профилактических мероприятий для дальнейшего выбора оптимальных средств сохранения здоровья населения. Постепенно сфера исследований расширилась, включив в себя ана-

лиз детерминант здоровья населения с биомедицинской и с социальной точек зрения, а так же сферу оказания медицинских услуг.

В настоящее время в литературе используются следующие термины для определения исследований в области систем здравоохранения, например, исследования в области систем здравоохранения (Health systems Research - HSR) [13] или исследования в области систем и политик здравоохранения (health systems and policy research - HSPR) [3]. Предметом изучения данной области знаний является система здравоохранения, т.е. все акторы, способные оказывать влияние на здоровье населения, их взаимодействие, системы обеспечивающие взаимодействие и здоровье населения, как результат совместного влияния разнообразных факторов (генетических, социально-экономических, психологических). Основной задачей HSR является обеспечение акторов отрасли здравоохранения знаниями, применение на практике которых способно повысить социально-экономическую эффективность функционирования системы и клиничко-экономическую эффективность оказания медицинских услуг. Очевиден факт, что данная область исследований является междисциплинарной и охватывает область знаний биомедицинских, социально-экономических и технических наук.

Всемирная организация здоровья (ВОЗ) и правительства развитых стран возлагали большие надежды на сокращение расходов сектора здравоохранения, повышение эффективности проводимых мероприятий и использования ресурсов в результате развития HSR как области знаний и, как следствие, интенсифицировали процесс генерирования знания.

Резолюции ВОЗ 2005 и 2008 гг. декларируют необходимость финансирования HSR: «реализация государственной политики в области охраны здоровья должна базироваться на результатах научных исследований, затраты на которые должны составлять не менее 2% от бюджета министерства здравоохранения [11, 12]». В 2007 году в США и Канаде было создано 124 учебные программы по направлению «Исследования в области услуг здравоохранения (Health Services Research (HSR))», которые выпускают ежегодно 4500 магистров и 150-300 PhD. Количество исследователей в США выросло с приблизительно с 5000 в 1995 до 11600 в 2007 году [3]. С целью интенсификации повышения качества знаний были открыты специализированные исследовательские институты, например, Институт Медицины в США (Institute of Medicine - IOM), Академия, исследующая вопросы PHSR (the Academy Health PHSR), Канадский институт исследований в области здравоохранения (Canadian Institute of Healthcare Research – CIHR) и др. В результате, по оценкам исследователей, количество публикаций по тематикам HSR увеличилось с 122 в 1990 году до 4133 в 2012 гг. [13].

Вышеперечисленные факты свидетельствуют о развитии HSR как области научных знаний и значительной интенсификации процесса генерирования знания. Канадские исследователи Graham I.D., Tetroe J. отмечают, что «несмотря на миллиарды долларов, израсходованные на обеспечение и проведение исследований в области здравоохранения по всему миру и 700 млн. долларов, израсходованных CIHR на высококачественные исследования, внедрение результатов проведённых исследований в практику управления и оказания медицинской помощи происходит крайне медленно» [2]. Например, в Нидерландах зафиксировано, что 30-45% пациентов не получают лечения, основанного на современных исследованиях, а 20-25% получают лечение, способное нанести вред [2]. Таким образом, качественное знание, полученное в результате развития HSR, не применяется на практике, как на уровне оказания медицинской помощи, так и на уровне управления системой здравоохранения. Причиной этому, по мнению исследователей, является некачественный трансфер знания между различными акторами системы.

В настоящее время первоочередной задачей повышения эффективности функционирования системы здравоохранения стало обеспечение эффективного трансфера и использования знаний. В качестве инструментов решения данной задачи исследователи рассматривают: платформы переноса знания (knowledge translation platforms) [4], сети обмена знаниями (knowledge networks) [5] и даже организацию театрализованных представлений, основанных на результатах исследования (evidence-based theatre) [9]. Экономическая эффективность данных мероприятий не была доказана [4, 5, 9].

Таким образом, в исторической перспективе, реализация на практике принципов доказательного здравоохранения декомпозировалась на две составляющие: генерирование и трансфер знаний. С нашей точки зрения, сама декомпозиция единого процесса на составные части явилась одной из основных проблем на пути внедрения принципов доказательного здравоохранения, определяемого как «процесс использования результатов научных исследований HSR на практике» [6]. Основным является процесс непосредственного применения знания, а процессы генерирования и трансфера необходимо рассматривать как вспомогательные.

Помимо барьеров внедрения принципов доказательного здравоохранения, созданных неформальными институтами [10], многие исследователи выделяют так же несоответствие целей, удовлетворяемых в результате использования полученных результатов целям государственной политики в области повышения здоровья населения [2, 6, 7, 8]. Часто упоминается и сложность использования полученных результатов, невозможность кастомизирования данных, некорректно изложенный материал. Очевидно, что значительное число барьеров на пути использования

знаний HSR можно устранить при его генерировании. Для использования на практике принципов доказательного здравоохранения необходимо изменить как процессы трансфера, так и процессы генерирования знаний, создав единую целостную систему.

Внедрение принципов доказательного здравоохранения в практику является актуальной задачей и в России. «Перманентно растущее давление индустрии из-за константного появления новых медицинских технологий, препаратов и медицинских изделий, широкое использование технологий с недостаточной эффективностью и ограниченность государственных ресурсов» ведёт к снижению отдачи ресурсов в отрасли. «По данным экспертов, до 25—30% назначений лекарственных препаратов в российской клинической практике связаны с применением лекарственных средств с неизвестным клиническим действием.... В перечне лекарственных средств и стандартов лечения, обязательных к применению на территории РФ, значится 15 препаратов с недоказанной эффективностью и порядка 20 препаратов, имеющих более эффективные и безопасные аналоги» [14]. Для решения указанных проблем, как правило, российские исследователи предлагают ужесточение контроля, проведение независимых экспертиз, возложение части ответственности на страховые компании, и т.п., т.е. те меры, аналоги которых уже были реализованы в развитых странах и не дали ожидаемого результата [1]. С нашей точки зрения, оптимальное решение задач повышения клинико-экономической и социально-экономической эффективности функционирования отрасли здравоохранения требует создания системы доказательного здравоохранения, обеспечивающей целостность и комплексность процессов генерирования, трансфера и использования знаний, иными словами эффективную диффузию инноваций. Отставание развития отрасли здравоохранения РФ является в данном случае преимуществом, так как позволяет изучить и анализировать опыт развитых стран, прогнозировать эффективность тех или иных мероприятий, кастомизировать методы с учётом особенностей рынка и уже выявленных недостатков.

Список источников:

1. Berg M.J. et al. The Dutch health care performance report: seven years of health care performance assessment in the Netherlands//Health Research Policy and Systems. – 2014. – Vol. 12, No. 1. – [электронный ресурс]. URL:<http://www.health-policy-systems.com/content/12/1/1>. (дата обращения 20.02.2015).
2. Graham I.D., Tetroe J. How to translate health research knowledge into effective healthcare action//Healthcare Quarterly. – 2007. - Vol. 10, No. 3, с. 20-22.

3. Grudniewicz A. et al. Capacity development in health systems and policy research//Health Research Policy and Systems. – 2014. – Vol.12, No. 9. - [электронный ресурс]. URL: <http://www.health-policy-systems.com/content/12/1/9>. (дата обращения 20.02.2015).
4. Fadi El-Jardali et al. Capturing lessons learned from evidence-to-policy initiatives through structured reflection//Health Research Policy and Systems. - 2014. – Vol. 12, No. 2, - [электронный ресурс]. URL: <http://www.health-policy-systems.com/content/12/1/2>. (дата обращения 20.02.2015).
5. Lenters M. L. et al. Networking among young global health researchers through an intensive training approach//Health Research Policy and Systems. – 2014. – Vol. 12, No 5. - [электронный ресурс]. URL: <http://www.health-policy-systems.com/content/12/1/5>. (дата обращения 20.02.2015).
6. Lipp A. Liberating clinical effectiveness: A model for consideration//Contemporary Nurse. – 2003. – Vol. 15, No. 1-2, с. 70-80.
7. Mays G.P., Halverson P.K., Scutchfield D.F. Behind the curve? What we know and need to learn from public health systems research//Public Health Management. – 2003. – vol. 9, No. 3, с. 179-182.
8. Peersman G.V. et al. Evidence-based health promotion?//International Journal of Health Promotion and Education. - 1999. - Vol.37, No.2, с. 59-64.
9. Schneider J. et al. A short report on knowledge exchange through research-based theatre: ‘Inside out of mind’//Social Science & Medicine. - 2014. - No.118, с.61-65
10. Surrender R. et al. Closing the Gap Between Research and Practice in Health: Lessons from a clinical effectiveness initiative//Public Management Review. – 2002. – Vol. 4, No. 1, с. 45-61
11. WHO: Resolution on Health Research. - 2005. -[электронный ресурс]. URL:http://www.who.int/rpc/meetings/58th_WHA_resolution.pdf (дата обращения 20.02.2015).
12. WHO: The Bamako Call to Action on Research for Health. - 2008. - [электронный ресурс]. URL:http://www.who.int/gb/ebwha/pdf_files/EB124/B124_12Add2-en.pdf. (дата обращения 20.02.2015).
13. Yao Q. et al. Scientometric trends and knowledge map of global health systems research//Health Research Policy and Systems. – 2014. – vol. 12, No. 26. - [электронный ресурс]. URL: <http://www.health-policy-systems.com/content/12/1/26>. (дата обращения 20.02.2015).
14. Омеляновский В. Расходы на здравоохранение растут, а отдача уменьшается//Медицинский вестник. – 2013. - [электронный ресурс]. URL:http://www.medvestnik.ru/blogs/rashody_na_zdravoohranenie_rastut_a_otdacha_umenshaetsya/. (дата обращения 20.02.2015).

**СЕНСИТИВНЫЕ РЫНКИ: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ
КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЯ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ**

**SENSITIVE MARKETS: FORMATION OF THE NEW CONCEPT OF
POWER ON THE MARKETS IN THE WORLD**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: Данная работа посвящена условиям возникновения новых чувствительных рынков, на которых важными характеристиками товара являются не только его цена и качество, но также экологические и социальные условия, в которых он был создан. В таком случае чувствительность (чувствительность) рынка к условиям производства товара может рассматриваться как новая концепция контроля, которая способствует установлению нового режима власти на рынке. Данные процессы рассматриваются на примере формирования рынков сертифицированных морепродуктов и древесины в мире и в России.

Abstract: This article is focused on the development of the new sensitive markets. The main feature of these markets is sensitiveness to the social and ecological conditions of goods' production. Such sensitiveness is considered as the new concept of market power in the modern world. These processes will be discussed on the example of the market of certified wood in the world and in Russia.

Ключевые слова: чувствительные рынки, НПО, сертификация

Key words: sensitive markets, NGOs, certification

Введение

Усилившиеся с конца XX в. процессы глобализации, дальнейшее развитие мировой торговли и рыночных отношений влекут за собой опасность более интенсивной и бесконтрольной эксплуатации природных и человеческих ресурсов в развивающихся странах. Национальные законодательства оказались не в состоянии контролировать социальные и экологические последствия развития мировой экономики для своих государств [1]. Падение роли национальных государств, усиление международных корпораций и активизация общественных движений привели к

возникновению новых рыночных институтов регулирования [3; 4]. Речь идет о конструировании экологически и социально чувствительных (сенситивных) рыночных пространств, на которых становится важным не только товар сам по себе, его качественные и ценовые характеристики, но и ценностное содержание, заключенное в нем, т.е. экологические и социальные условия, в которых он был изготовлен. К товару, таким образом, добавляется «смысловой багаж», предусматривающий степень воздействия на природу и социум в процессе его производства, при этом качество самого товара может оставаться таким же [2].

Формирование нового типа рынков является одной из задач в деятельности транснациональных НПО, стремящихся продвигать таким образом практики производства, которые являются экономически эффективными, обеспечивают социальные потребности и отвечают современным экологическим требованиям. При конструировании сенситивных рынков, НПО стремятся использовать рыночные рычаги воздействия. Таким образом, социальная ответственность бизнеса обосновывается не только общественными ожиданиями и ценностными нормами, но и силами самого рынка [2; 5; 6].

Цель данной работы: проанализировать пути институционализации новых сенситивных рынков в мире и в России.

Эмпирической базой исследования послужили документы, отражающие развитие лесной и морской сертификаций в мире и в России (ежегодные отчеты сертификационных систем FSC и MSC, международной организации FAO, транснациональных НПО (WWF, Greenpeace, Rain Forest Alliance), а также интервью с экспертами НПО и менеджерами российских компаний. На их основе была выстроена траектория формирования новой рыночной идеологии, опирающейся на представления о социально ответственном бизнесе.

Формирование сенситивных рынков в мире

Возникновение новой концепции контроля на мировых рынках было обусловлено общим социально-экономическим контекстом. Негативные экологические и социальные последствия интенсивного промышленного развития способствовали распространению идей о необходимости ограничения промышленной деятельности и развитию концепций о социально ответственном бизнесе¹. Это нашло отражение в попытках национальных правительств создать международные стандарты, ограничивающие промышленную деятельность и потребление природных ресурсов на международном уровне. В 1992г. в Рио-де-Жанейро прошла конференция

¹ Так, исследования демонстрируют увеличение в несколько раз за последние 30 лет публикаций в прессе, касающихся разрушения тропических лесов, изменения климата, использования детского труда на производстве и пр (см.. О'Рурке: 2006).

ООН по окружающей среде и устойчивому развитию. Стержневым тезисом этой встречи был следующий: развитие мировой экономической системы должно соответствовать экологическим возможностям нашей планеты. Участники конференции приняли документ, получивший известность как «Agenda 21» (или «Все, что мы должны сделать в 21 в.»), которым принципиальным решением сложившейся ситуации было объявлено распространение концепции устойчивого развития, провозглашающей баланс между экономическими, экологическими и социальными аспектами ведения промышленной деятельности¹.

Однако, претворение в жизнь продекларированных на международных конференциях тезисов оказалось непростой задачей. Господство неолиберальных идей, способствовало тому, что попытки, предпринимавшиеся правительствами отдельных государств установить социальные и экологические ограничения, отчасти воспринимались как строительство барьеров для развития свободной торговли. НПО, стремившиеся влиять на межправительственные переговоры через участие в разработке конвенций, разочаровались в возможности включить неэкономические регуляторы в структуру рынка, используя процесс политических соглашений. Общий неолиберальный контекст заставил НПО изменить направление своей деятельности и сфокусировать внимание на использовании рыночных механизмов воздействия.

Новое направление работы НПО было ориентировано на разрушение или укрепление рыночного бренда компании и включало в себя два основных компонента: 1) проведение рыночных кампаний против «вредоносных корпораций» и 2) продвижение на рынке социально-ответственных производителей. Компании инвестируют в свои бренды, которые имеют когнитивную и эмоциональную значимость для покупателей, и через которые определяется их стоимость на публичной арене. НПО решили использовать рыночные кампании, направленные на разрушение брендов корпораций, чтобы заставить их изменить наиболее губительные для общества и природы практики.

Рыночные кампании – это потребительские бойкоты, организованные НПО против компаний, ведущих свою деятельность с грубым нарушением экологических и социальных стандартов. Объектом воздействия выбиралась одна из наиболее крупных корпораций, работавших в данной отрасли. Против такой компании–нарушителя организовывался потребительский бойкот, т.е. собиралась вся негативная информация, касающаяся ее деятельности, и распространялась по информационным сетям с призывом бойкотировать ее продукцию. Как правило, эти призывы были обращены к общественным организациям и потребителям из индустриально

¹ Agenda 21/ Официальный сайт ООН/ www.un.org

развитых стран. Параллельно, могли организовываться акции прямого действия, когда группы активистов с обвинительными плакатами против какой-то компании митинговали возле больших супермаркетов, призывая не покупать ее продукцию. Таким образом, ущерб наносился не только компании-производителю, но и компаниям, занимающимся распространением данной продукции [9]. Подобные акции приводили к разрушению созданного компанией бренда, падению ее репутации и влекли за собой серьезные финансовые трудности.

Первые рыночные кампании прошли в конце 1980-х – начале 1990-х гг. и были направлены на улучшение условий труда рабочих в развивающихся странах и прекращение вырубке малонарушенных лесов на Амазонке. Так, в конце 1980-х гг. группа НПО (Friends of Earth, RainForest Action Network, Greenpeace) провела несколько кампаний против таких крупных европейских лесопромышленных корпораций, как Scott Paper, British Home, которые проводили рубки в тропических малонарушенных лесах. Это вызвало ответную стратегию со стороны промышленников, которые стали придумывать собственные логотипы, демонстрирующие свою дружелюбность экологическим требованиям НПО.

Корпорации в данном противостоянии находились в более уязвимой позиции, поскольку им требовалось значительно больше средств и усилий для создания бренда, чем НПО для его разрушения [10]. НПО же обладали рядом преимуществ, которые эффективно использовали. Во-первых, развитие информационных технологий способствовало тому, что на огромную корпорацию могла воздействовать даже небольшая группа активистов, умело использующая информационные сети. Во-вторых, существовавший в обществе дисбаланс доверия (информация, распространяемая НПО обладает большим кредитом доверия для потребителей, чем информация, идущая от компаний) также увеличивал возможности НПО [7]. В-третьих, НПО умело использовали существовавшую между компаниями конкуренцию, так что воздействие на одного из отраслевых лидеров влекло за собой изменения во всей отрасли [11]. В-четвертых, НПО опирались на растущую озабоченность потребителей социальными и экологическими последствиями промышленной деятельности компаний. Как показывают проведенные исследования, большинство опрошенных потребителей из индустриально развитых стран реагируют на негативную информацию о компании и готовы воздержаться, в связи с этим, от приобретения ее продукции. Основная проблема, связанная с отсутствием необходимой информации у потребителей, решалась как раз в ходе рыночных кампаний [5,6].

Таким образом, рыночные кампании, сфокусированные на манипуляции с брендами, стали важным шагом к трансформации существующих рынков. Они вызвали целую вереницу последующих действий со стороны

корпораций, направленных на уменьшение рисков по разрушению репутации и бренда (создание корпоративных кодексов, систем внутреннего мониторинга, заключение партнерств с НПО). Появился целый ряд дополнительных логотипов, которыми компании маркировали продукцию с целью продемонстрировать свою дружественность социальным и экологическим ценностям.¹ Однако, системы, предлагаемые компаниями, не пользовались доверием со стороны потребителей, поскольку они во многом носили декоративный характер и не предполагали действительных изменений. Например, многие этические кодексы, составлявшиеся руководством компаний, даже не были переведены на языки тех стран, где находились их филиалы [8]. Кроме того, даже при хорошо организованной рыночной компании в транснациональном пространстве, было сложно просчитать ее последствия для конкретных сообществ (к примеру, закрытие филиалов компании оставляло без средств к существованию местных рабочих) [7; 9]. Поэтому, НПО начали экспериментировать с альтернативами и принялись продвигать собственные бренды в виде систем сертификаций, позволившие бы дифференцировать на рынке компании по степени их социальной ответственности. При этом при их создании разработчиками подчеркивалась добровольность процесса сертификации, чтобы избежать обвинений в нарушении принципов свободной торговли со стороны WTO².

Сертификация - это процедура, при которой независимая сторона дает гарантию, что продукт производится в соответствии с определенными требованиями. Она предполагает изменение правил ведения бизнеса, направленное в сторону улучшения социальных и экологических условий производственной деятельности. К 1993г. относится создание первой международной системы лесной сертификации (FSC – Forest Stewardship Council). Ее появление стало альтернативой потребительским бойкотам против корпораций, вырубавших старовозрастные тропические леса. Правительства отдельных стран поддерживали данную стратегию, оказав финансовую и организационную поддержку. Сертификация стала для них дополнительным рычагом воздействия на транснациональные корпорации³.

Впоследствии при активном участии бизнеса и национальных правительств появились другие системы сертификации. Компании, опасаясь

¹ Примерами могут являться следующие социальные и экологические аббревиатуры, получившие распространение: WOM- сделано с использованием женского труда, для покупательниц-феминисток; CF (cruelty free) - сделано без причинения вреда животным; SRB (Social Responsible Business) – продукт социально ответственного бизнеса/см. www.fanweb.org.

² Официальный сайт НПО Rain Forest Alliance/ www.rainforest-alliance.org

³ Официальный сайт FSC/ www.fsc.org

проведения против них потребительских бойкотов, пошли на сертификацию своей продукции. Но в то же время, они стали использовать полученный сертификат с выгодой для себя, как дополнительное преимущество, повышающее конкурентоспособность их предприятий. Использование сертификата стало условием выхода на западные рынки и попадания в глобальную цепочку поставок¹. Кроме того, это позволяло сформировать более тесные связи с глобальными потребителями.

Таким образом, возникновение новых рыночных институтов было направлено на решение следующих проблем. Для НПО и правительств они должны были предоставить новые механизмы влияния на рыночных агентов и дифференцировать рынок не только с позиций цены и качества, но и степени социальной ответственности бизнеса; для потребителя – решить проблему недостатка информации о компаниях-производителях; для компаний – решить проблему репутации и конкуренции (т.е. сохранения или улучшения своих позиций на рынке). Их появление стало результатом развития новой концепции контроля на мировых рынках.

Сенситивность к условиям производства как новая концепция контроля на мировых рынках

Концепция экологически и социально чувствительного рынка является собой определенные представления о том, как должен быть устроен «правильный рынок». Эти представления выросли из более широкого культурного и исторического контекста развития общества, связанного с возросшим вниманием к экологическим и социальным проблемам развивающихся стран с одной стороны, и повсеместным распространением представлений о свободной торговле и глобализацией экономических процессов, с другой стороны [9]. Новая идеология предлагает новый фрейм взаимодействия на рынке, через который теперь оценивается и интерпретируется поведение экономических агентов. В соответствии с ним, для того, чтобы быть участником рынка нового типа, недостаточно просто заниматься определенной экономической деятельностью, надо иметь статус социально и экологически ответственного предпринимателя.

¹ Forest Products Market Developments: The Outlook for Forest Product Markets to 2010 and the Implications for Improving Management of the Global Forest Estate. Forestry Policy and Planning Division, Rome, 1999/ Официальный сайт Продовольственной и Сельскохозяйственной Организации при ООН/ www.fao.org. Forest Products Annual Market Review 2005-2006. United Nations, New-York and Geneva, 2006/ Официальный сайт Европейской Экономической Комиссии при ООН – UNECE/ www.unece.org

Основным механизмом ее институционализации стало развитие сертификационных систем. Их появление явилось коллективным итогом экспериментирования разных агентов с разными стратегиями: межправительственными соглашениями, рыночными бойкотами, логотипами, внутрикорпоративными отчетами и кодексами поведения, внутренним и внешним мониторингом, межсекторными партнерствами. Сертификация представляет собой дополнительный знак качества, включающий в себя такие ценностные коннотации, как соблюдение социальных гарантий для рабочих, прав местного населения, минимизацию воздействия на природу и пр.

На основе новой концепции начали разрабатываться и выстраиваться ключевые элементы рыночной структуры, необходимые для функционирования рынка. Во-первых, концепция чувствительности, воплощенная в негосударственных системах сертификации, стала способом решения проблем конкуренции. Возросшая конкуренция на рынке потребовала демонстрации потребителю дополнительных характеристик товара для увеличения его рыночной ценности, что позволило бы оттеснить конкурентов. Если раньше конкурентоспособность товара определяли его качество и цена, то теперь дополнительными характеристиками становятся экологические и социальные условия, в которых он был произведен. Т.е. теперь надо быть не только качественнее или дешевле, но и «зеленее» своих конкурентов [12]. Наличие «зеленого» сертификата стало важным конкурентным преимуществом и в то же время позволило избежать компаниям прямой ценовой конкуренции на рынке.

Во-вторых, она предложила новые механизмы контроля. Сертификация предполагает проведение третьей стороной процедуры аудита, которая является дополнительным способом контроля со стороны структур гражданского общества, и соответственно предоставляет последним новые рычаги воздействия. В то же время сами компании стали использовать сертификацию для того, чтобы контролировать запутанные цепочки своих поставщиков и стандартизировать требования к своим партнерам, работающим в разных странах.

В-третьих, на основе новой концепции вырабатываются более конкретные правила обмена для каждого рыночного сегмента. Т.е. происходит дальнейшая детализация условий обмена внутри каждого отраслевого сегмента через внедрение разных моделей сертификации. Например, лесопромышленные компании, работающие с европейскими потребителями, используют сертификат FSC, в то время как в скандинавских странах может быть востребован сертификат PEFC.

В-четвертых, ее распространение способствовало развитию новых форм кооперации и заключению новых конвенций на рынке. Так, прежние антагонисты НПО и бизнес стали заключать партнерства. НПО в дан-

ном процессе превратились для компаний в независимых экспертов, способствующих повышению их рейтинга на рынке. Продвижение негосударственных систем регулирования также потребовало усиления взаимодействий НПО и государственных властей. Кроме того, сами компании стали объединяться в ассоциации под маркой ответственных производителей или покупателей, что также усиливало их позиции на рынке.

В целом, институционализация новой концепции контроля способствовала стабилизации взаимодействий между акторами на мировых рынках. Сертификация определенного вида производства привела к формированию новых рыночных ниш для социально ответственных производителей в различных отраслях. В настоящее время существуют рынки сертифицированной древесины, справедливой торговли кофе (fair trade coffee), справедливой торговли бананами (fair trade bananas), текстильной продукции без использования потогонных систем (sweat-free), сертифицированных морепродуктов. Более детально развитие новой концепции контроля будет рассмотрено на примере формирования рынков сертифицированной древесины в мире и в России. Основным путем их формирования стало распространение лесной сертификации.

Формирование рынков сертифицированной древесины в мире и в России

FSC сертификация стала первой негосударственной системой сертификации. В 1993г. усилиями таких транснациональных НПО, как «Всемирный фонд дикой природы», «Гринпис», «Сеть спасения тропических лесов» был зарегистрирован Лесной Попечительский Совет (Forest Stewardship Council). На его основе была сформирована система FSC сертификации. Ее главной задачей стало «содействие экологически ответственному, социально ориентированному и экономически устойчивому лесопользованию и управлению мировыми лесными ресурсами».¹

На основе Лесных принципов, принятых в Рио-де-Жанейро, был разработан сертификационный стандарт, включающий в себя 10 принципов и 56 критериев: экономических, экологических и социальных. Экономические критерии касаются эффективного, рассчитанного на длительную перспективу лесопользования. Экологические критерии требуют от лесопромышленных компаний снижения вредного воздействия на окружающую среду. Социальные критерии защищают права местного сообщества по лесопользованию. При внедрении глобальных стандартов в конкретном регионе, происходит их адаптация к местным условиям и разрабатывается Национальный или Региональный стандарт FSC для

¹ Официальный сайт FSC в России/ www.fsc.ru

данной территории. FSC сертификация включает в себя получение двух типов сертификатов: на лесной менеджмент и на цепочку поставок.

В настоящее время можно говорить о том, что в Европе сложился рынок сертифицированной древесины. Общий объем торговли на мировых рынках с логотипом FSC в 2007г. составил 20 млрд. долл. Стоимость FSC лэйбла на 2007г. оценивалась в 20 миллиардов долларов¹. На конец 2008г. FSC сертификация развивалась в 84 странах мира, в 46 странах были созданы Национальные Инициативы. Объем сертифицированной по системе FSC целлюлозы на мировом рынке в 2007г. составил 4.7 млн. тонн или 9% от общего объема рынка (в то время как в 2006 г. эта цифра была равна 4%). Мировой рынок FSC сертифицированной бумаги вырос с 2006 по 2007г. на 128% и достиг 900 тыс. тонн. Поставки сертифицированной упаковки на мировом рынке к 2007г. достигли 4,7 млн. тонн, что составило около 9% от мирового товарооборота². Объемы сертифицированного по системе FSC круглого леса на мировом рынке в 2005г. достигли 344 млн. 600 тысяч куб. м. (от общего товарооборота – 1 млрд. 587.3 млн. куб. м.); в 2006г. – 370 млн. 800 тысяч куб. м. (от общего товарооборота в 1 млрд. 543 млн. куб. м.).

Развитие сегмента сертифицированной древесины на мировом рынке создало условия для институционализации лесной сертификации в России. Здесь можно выделить два основных этапа работы: 1) создание сертификационной инфраструктуры и включение в процесс сертификации российских компаний; 2) развитие внутреннего спроса на сертифицированные товары. Первые шаги по внедрению лесной сертификации в России были предприняты транснациональными НПО (WWF, Greenpeace, Социально-экологический союз) в 1996-1997гг. В 1998 году была создана Национальная инициатива по развитию FSC сертификации в России, основными целями которой стали адаптация международных требований к российскому контексту, разработка национального стандарта FSC и создание сертификационной инфраструктуры (обучающие программы, аудиторские компании и пр.)³. Распространение лесной сертификации в России было инициировано НПО, и первоначально не имело подкрепления в виде рыночного спроса. В такой искусственно созданной среде, распространение лесной сертификации на первых этапах было возможно лишь благодаря деятельности фондов, которые послужили кронштейнами

¹ EU market conditions for verified legal and verified legal and sustainable wood products. Timber Trade Federation, 2009/ Официальный сайт FSC/ www.fsc.org

² Facts and Figures on FSC growth and Markets. Info Pack. / Официальный сайт FSC/ www.fsc.org

³ Интервью с руководителем российского представительства FSC, 2008г. См. также Материалы Международной конференции «Добровольная сертификация лесопромышленности для экспорта деловой древесины» / под ред. Птичкинова А.В., Дмитриева В.В., Райченко Н.Э., Золиной Т.А. Петрозаводск, 12-14 ноября 1998 г. - 336 стр.

для формирования нового института. Можно выделить несколько наиболее важных для развития в России сертификационной инфраструктуры проектов, осуществленных на фондовые деньги. Так, в 1998г. на средства швейцарского агентства развития и средства WWF был организован модельный лес в Коми республике, в рамках которого осуществлялась адаптация глобальных стандартов к российским условиям. В 1999г. под эгидой WWF была создана Ассоциация экологически ответственных лесопромышленников России, которая должна была оказывать содействие компаниям, решившимся на сертификацию. Это структура стала российским подразделением международной сети, созданной WWF, основной целью которой было соединить российские компании - производители с западными компаниями – потребителями сертифицированной продукции. В 2002г. в рамках совместного проекта WWF - Икеа было осуществлено обучение российских специалистов по сертификации. Выпускники программы частью стали аудиторами, частью организовали коммерческие консультационные центры по сертификации в различных регионах¹. Кроме того, НПО активно, стремились использовать государственные ресурсы для продвижения новых рыночных институтов в России. Они участвовали в заседаниях Общественного Лесного Света при Рослесхозе с целью включить ряд сертификационных стандартов в новый Лесной Кодекс, а также организовывали встречи и семинары для государственных чиновников, на которых старались сделать их своими союзниками².

Первые сертификаты, полученные в 2000г. российскими компаниями, были обусловлены, в первую очередь, требованиями западных потребителей. Сертификация была проведена компаниями, связанные с чувствительными рынками (это были алтайские филиалы компаний «Прайс-Бэтч лтд.» и «Тимбер Продакшн», архангельское подразделение немецкой фирмы Даммерс и ЦБК «Волга», принадлежавший немецкой компании «Herlitz»)³. Дальнейшее усиление западных рынков способствовало интенсивной сертификации российских предприятий. В 2002-2006гг. происходит включение в процесс сертификации крупнейших российских лесопромышленных холдингов (Илим Палп, Титан, Инвестлеспром), заинтересованных в усилении своих позиций на западных рынках⁴. Таким образом, наличие «зеленого лейбла» стало необходимым для того, чтобы торговать на европейских рынках. Это способствовало огромному росту сертифицированных земель, и в 2007г. Россия вышла на второе место в мире после Канады по числу сертифицированных земель⁵.

¹ Интервью с руководителем лесной программы WWF, 2008г.

² Интервью с экспертом WWF, 2009г. Интервью с руководителем Лесной программы Гринпис, 2008г.

³ Официальный сайт Лесного Попечительского Совета в России/ www.fsc.ru. Интервью с руководителем немецкого лесопромышленного предприятия, 2009г.

⁴ Интервью с менеджером российского холдинга, 2009г.

⁵ Официальный сайт Лесного Попечительского Совета в России/ www.fsc.ru

Заключение

В данной работе были рассмотрены пути формирования и развития новых рыночных институтов. При этом особое внимание было уделено участию в создании новых рынков государственных правительств и НПО. Концепция сенситивности к условиям производства товаров стала новой рыночной идеологией. На ее основе стали разрабатываться новые формы контроля и конкуренции, развиваться новые конвенции и способы кооперации, конкретизироваться правила обмена – т.е. стали формироваться основные структурообразующие элементы новых рынков. Система сертификации явилась общей формой претворения новой концепции в жизнь. Она стала заполняться различным содержанием в зависимости от специфики товара, структуры отрасли и конфигурации агентов, участвующих в ее продвижении. При этом интенсивный процесс создания различных моделей сертификаций и появление конкуренции между ними свидетельствует об успешности новой идеи. Формообразующими механизмами нового организационного поля рынка также стали потребительские бойкоты, создание различных ассоциаций, поддержка фондов. Те же структуры использовались и при транслировании новых рыночных институтов в границы конкретного государства, рассмотренного на примере России.

Надо также отметить ограниченность данной концепции контроля наличием конечных потребителей, для которых условия производства товара являются не менее важными, чем его цена. В связи с этим мы можем говорить о том, что недостаточный уровень жизни и острые экономические проблемы, существующие во многих странах, препятствуют формированию там внутреннего спроса на сертифицированные товары. Ассиметричность развития различных государств ведет к наложению разных концепций контроля, обусловленных поступающими с разных сторон экономическими и политическими сигналами. В результате концепция контроля, создававшаяся для регулирования деятельности корпораций, в первую очередь, в развивающихся странах, получила наиболее интенсивное распространение в Западной Европе и Северной Америке.

Литература

1. Гидденс Э. (2004). Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. М.: «Весь мир».
2. Кашор Б., Аулд Г., Ньюсон Д. (2006). Легитимируя политический консьюмеризм: сертификация лесов в Северной Америке и Европе. Журнал социологии и социальной антропологии 9: 278-306.

3. О'Рурке Д. (2006). Глобальное и локальное управление: усиление негосударственных систем регулирования труда. Журнал социологии и социальной антропологии 9: 159-206.
4. Сассен С. (2006). Глобализация или денационализация? Журнал социологии и социальной антропологии 9: 249-277.
- Страхов В.В. Писаренко А.И. Борисов В.А. (2001). Глобализация лесного хозяйства. М.: ВНИИЛ.
5. Тысячнюк М.С. (2006). НГО между глобализацией и локализацией: Роль глобальных процессов в мобилизации общественного участия в лесных поселках. Журнал Социологии и Социальной Антропологии 9: 113-148.
6. Тысячнюк М. С. (2008). Анализ кампаний по спасению старовозрастных лесов Карелии, в кн. Роль гражданского общества в стимулировании корпоративной социальной ответственности в лесном секторе России, под ред. М. Тысячнюк М.: МОНФ, 40-60.
7. Bartley T. (2003). Certifying Forests and Factories: States, Social Movements, and the Rise of Private Regulation in the Apparel and Forest Products Fields. *Politics & Society* 31: 433-464.
8. Bartley T. (2007). Institutional emergence in an era of globalization: the Rise of Transnational Private Regulation of Labor and Environmental Conditions. *American Journal of Sociology*. Vol.113.
9. Carmin J., Balsler D. (2002). Selecting repertoires of action in environmental movement organizations. *Organization & Environment* 15 (4): 365-388.
10. Cummins A. (2004). The Marine Stewardship Council: A multi-stakeholder approach to sustainable fishing. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Vol. 11 (2). P.85-94.
11. O' Rourke, D. (2005). Market Movements. Nongovernmental Organization Strategies to Influence Global Production and Consumption. *Journal of Industrial Ecology* 9 (1-2): 115-128.
12. Ponte S. (2008). Greener than thou: The Political Economy of Fish Ecolabeling and Its Local Manifestations in South Africa/ World Development. Volume 36, Issue 1, January, Pages 159-175.

СЕКЦИЯ №2
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМИ,
СРЕДНИМИ И КРУПНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

УДК 338.2

Анфимова Алёна Игоревна
Anfimova A.I.,
a.anfimova@mail.ru
Гайнуллина Лийя Ринатовна
Gaynullina L.R.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК
ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ
STRATEGIC PLANNING IN THE DEVELOPMENT OF SMALL
ENTERPRISES

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого

Аннотация: В данной статье рассматривается и оценивается роль стратегического планирования в развитии малого предприятия, особенности его внедрения и функционирования.

Ключевые слова: стратегическое планирование, малое предприятие, управление.

Abstract: This article about the role of strategic planning in the development of small enterprises, especially its implementation and operation.

Key words: strategic planning, small enterprises, management.

Малый бизнес сегодня представляет собой важный сектор реальной экономики, который доказал свою значимость и жизнеспособность в странах с рыночными моделями хозяйствования. В условиях рыночной экономики малое предприятие является наиболее эффективно функционирующей предпринимательской единицей на многих рынках. Основными преимуществами малого размера предприятия являются оперативная реакция на быстро изменяющиеся условия рынка и предотвращение возможности его монополизации. Изучая проблемы стратегического управления малыми предприятиями, необходимо рассмотреть общие

особенности управленческой деятельности в малых компаниях. Стратегическое управление – особенная отрасль менеджмента. Отличительной особенностью стратегического управления является то, что оно ориентировано на долгосрочную перспективу. Это проявляется в направляющей функции процесса стратегического планирования, не занимающегося постоянно возникающими текущими вопросами.

Поиск оптимальных решений в различных условиях развития ситуации на рынке в процессе анализа будущего состояния компании обуславливают важность и необходимость стратегического планирования.

Основные особенности стратегического планирования на малых предприятиях, оказывающие влияние на процесс выработки методики стратегического планирования: малые предприятия располагают, как правило, небольшим количеством структурных подразделений, что ведет к совмещению обязанностей работников, занимающихся оперативным менеджментом, т. к. им приходится дополнительно заниматься вопросами стратегического планирования; несмотря на то, что малые предприятия являются наиболее гибкими единицами рынка, они обладают низким запасом прочности, располагают небольшими резервами. Поэтому стратегическое планирование для них важный фактор, обеспечивающий способность противостоять будущим переменам; кроме того, всегда существует высокая степень неопределенности будущих условий, а так же отсутствует фактическая ответственность разработчика плана стратегического планирования ввиду долгосрочности его реализации.

Таким образом, стратегическое планирование представляет собой один из важнейших факторов развития малого предприятия в силу действия ряда объективных причин. Несмотря на существование определенных трудностей и издержек в организации стратегического планирования, эффект от его применения в практике малых предприятий будет высок.

Сейчас в условия конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации на предприятиях в РФ, необходимо уделять внимание внутреннему состоянию дел на малых предприятия, а так же вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая смогла бы следить за изменениями происходящими в окружающей среде. Сегодня не существует единой стратегии, а так же единого универсального стратегического управления, так как каждое предприятие универсально в своем роде, поэтому процесс выработки стратегии для каждого предприятия уникален. Стратегическое планирование является важным для предприятий, которые сталкиваются с трудностями в осуществлении принципиально новых стратегий своего развития. Изучение зарубежного и отечественного опыта свидетельствует, что одним из мощных потенциальных резервов развития предприятий служит активное и умелое использование в их деятельности

принципов и методов стратегического планирования. В связи с этим в последнее время заметно возрос интерес к стратегическому планированию со стороны российских государственных и коммерческих структур. Этот вид планирования активно внедряется в деятельность отечественных предприятий, предполагается создание комплексных стратегических планов развития отдельных регионов страны, формирование специального органа по стратегическому планированию.

УДК 658.012

Бобыкина Дарья Вадимовна
Bobykina D.V.

СПб НМСУ "Горный",
bobykina-d@mail.ru

Бурмистров Андрей Николаевич
Burmistrov A.N.

к.э.н., доцент, СПбПУ,
bur-a-n@mail.ru

SWOT-АНАЛИЗ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ: "КЛАССИЧЕСКИЙ" И "МОДИФИЦИРОВАННЫЙ" ВАРИАНТЫ

SWOT-ANALYSIS IN STRATEGIC MANAGEMENT: "CLASSIC" AND "MODIFIED" VERSIONS

Аннотация. В работе рассмотрены два варианта популярного метода, используемого в стратегическом управлении: SWOT-анализа.

Ключевые слова. SWOT-анализ, варианты, стратегическое управление.

Abstract. There is in paper discussed two versions of the popular method used in strategic management: SWOT-analysis.

Keywords. SWOT-analysis, options, strategic management.

Классический вариант SWOT-анализа. SWOT-анализ – акроним английских слов Strengths (силы), Weaknesses (слабости), Opportunities (возможности), Threats (угрозы). Основоположниками метода стали четыре ученых Стэнфордского исследовательского института: М. Дошер, доктор О. Бенепе, А. Хамфри, Р. Стюарт, Б. Ли. Изначально главной целью исследования было исследование причин неудач в планировании. В период с 1960 по 1969 гг. были опрошены сотрудники 1100 компаний, в результате чего было сделано 7 основных выводов, которые никогда не были опубликованы. Однако они привели к выведенной доктором О. Бе-

непе «логической цепочке» [1]: определение ценностей, оценка, мотивация, поиск, выбор, программа, акт, мониторинг и повтор шагов 1, 2 и 3.

Обнаружилось, что невозможно ни изменить ценности, ни установить цели для команды, поэтому исследователи начали с оценочных вопросов. Что хорошо в настоящем? Это сильные стороны (strengths). Что хорошо в будущем? Это возможности (opportunities). Что плохо в настоящем и будущем? Это слабости (weaknesses) и угрозы (threats). Таким образом была сформирована система SWOT-анализа.

Для того чтобы усовершенствовать систему разработчики рассортировали вопросы по категориям планирования программ:

- Продукт (что мы продаем?)
- Процесс (как мы продаем его?)
- Заказчик (кому мы продаем его?)
- Распределение (как добраться до потребителей?)
- Финансы (каковы цены, затраты и инвестиции?)
- Администрация (и как мы управляем всем этим?)

Данный вид анализа обычно рассматривают в качестве метода маркетингового исследования деятельности предприятия на рынке, т.е. в контексте бизнес-практики отдельных организаций.

Таким образом, классическая модель SWOT-анализа подразумевает следующий алгоритм выполнения:

1. Анализ внутренней среды фирмы на рынке на предмет выявления сильных и слабых сторон. Для этого необходимо провести исследование корпоративного профиля компании, т.е. ее внутренней среды и характеристик, описывающих функционирование фирмы на рынке.

2. Исследование внешней среды и выявление возможностей и угроз. Изучается как текущая ситуация, так и краткосрочная, среднесрочная и долгосрочная перспективы.

3. Сопоставление сильных и слабых сторон с факторами внешней среды.

4. Определение основных действий, актуальных для того или иного сочетания исследуемых факторов. Как правило, используется следующая матрица [2]:

Матрица SWOT-анализа

	Список сильных сторон	Список слабых сторон
Список возможностей	Каким образом можно использовать сильную сторону для развития компании благодаря использованию возможности? Каким образом использовать возможность рынка для усиления сильной стороны?	Каким образом использовать возможность рынка для снижения негативного влияния слабых сторон на развитие организации?
Список угроз	Каким образом можно использовать сильную сторону для снижения негативного влияния проявления угроз на развитие организации?	

5. Управление прибылью организации на основе аналитических данных и выработанных решений по дальнейшему повышению эффективного функционирования организации.

Для описания параметров SWOT модели могут быть использованы качественные и количественные оценки. Количественные оценки формируются как оценки значения параметра, неопределенности его появления, значимости. Для каждого параметра могут быть установлены коэффициенты важности. Вводимые количественные оценки позволяют вычислить по каждому изучаемому объекту уровень потенциала сил, слабостей, возможностей и угроз. Можно сопоставить потенциал внутреннего и внешнего состояния объекта в разрезе различных факторов конкурентной среды.

Н. Wehrich (1982) предложил искать стратегии на основе сочетаний пар факторов [3], подразумевая, что каждая стратегия обосновывается взаимодействием факторов внутренней и внешней среды:

1. сочетания «сил» – «возможностей» (SO) составляют группу стратегий Maxi-Maxi (использование сильных сторон для реализации возможностей);

2. «слабости» – «возможности» (WO), Mini-Maxi (использование возможностей для нивелирования слабых сторон);

3. «силы» – «угрозы» (ST), Maxi-Mini (использование сильных сторон для снижения негативного влияния угроз);

4. «слабости» – «угрозы» (WT), Mini-Mini (анализ взаимодействия слабых сторон и угроз; стратегии минимизации потерь) [3].

Для фиксирования уже найденных связей между факторами Н. Wehrich (1982) предложил использовать матрицу взаимодействия (“interaction matrix”) для каждой из четырех групп сочетаний (SO, WO,

ST, WT), но он не регламентировал механизм поиска таких связей. Таким образом, остается искать их путем перебора всех возможных комбинаций между факторами, а это значит, что для каждой группы сочетаний аналитику необходимо рассмотреть ($F1 \times F2$) комбинаций, где $F1$ и $F2$ – количество факторов двух разных категорий. Это посильная задача, если количество факторов небольшое, но это слишком трудоемко, если речь идет о хотя бы десятке факторов в каждой категории (S, W, O, T).

Кроме того, в SWOT-анализе могут применяться универсальные и абстрактные модели типа PEST, модель 5-ти сил Портера, которые содержат не подробные наборы факторов, а категории, играющие роль каркаса для факторов. Например, в модели PEST – 4 обширные категории: политические факторы, экономические, социальные, технологические. Стоит отметить модель Telescopic Observations, определяющую довольно подробный перечень категорий, связанных с функционированием предприятия и его окружением, и разработанную специально для применения в SWOT-анализе. После составления списков факторов следует этап их оценки и ранжирования, что позволяет выявить наиболее значимые факторы из перечня.

Современные работы по SWOT-анализу не регламентируют какую-либо одну общепризнанную и доминирующую методологию оценки факторов. Более того, часто стратегии развития по результатам SWOT-анализа формируют без явной оценки факторов. Существующие методологии оценки факторов SWOT можно поделить по признаку используемой шкалы:

1. количественное оценивание по одному или нескольким параметрам для каждого фактора; используется абсолютная шкала (шкала отношений);
2. попарное сравнение факторов (как правило, применяется метод анализа иерархий, используется порядковая (ранговая) шкала).

О модифицированном варианте SWOT-анализа: включение динамической составляющей. В настоящее время продолжают попытки включить в SWOT-анализ динамическую составляющую. В качестве одного из вариантов можно использовать следующий подход, который очень удобно интегрировать совместно с другими концепциями управленческого учета в систему информационного обеспечения процесса принятия решений. В качестве примера можно рассмотреть стратегические решения корпоративного уровня.

На начальном этапе SWOT-матрица заполняется исходя из «текущего» положения, но не все ее элементы, а только сильные и слабые стороны организации. Пользуясь методикой LCAG, полученные данные позволяют выявить ключевые компетенции компании.

На втором этапе заполняется поле угрозы. Для выделения угроз рекомендуется использовать анализ рынка по методике М. Портера. Таким образом, число выявленных угроз может достигать пяти. На следующем шаге необходимо проранжировать обозначенные угрозы. Вероятность их наступления оценивается по законам теории вероятности, то есть посредством чисел от 0 до 1. Эффект на организацию анализируется с позиции влияния данного фактора на рентабельность капитала. В качестве показателя рентабельности может использоваться как показатель рентабельности задействованного, инвестированного, так и собственного капитала. Самое большое изменение принимается за единицу, остальные как доля от него. После этого показатели перемножаются, и высчитывается итоговый коэффициент для каждой угрозы [4]. Угрозы, влияние на доходность которых является значительным, называются стратегическими.

Только после заполнения квадранта с угрозами можно переходить к заполнению квадранта возможностей. Возможность – это ответ организации на потенциальные угрозы на основе ее сильных и слабых сторон. Заполнение происходит следующим образом: если угрозы взаимоисключающие, то выявляется главная, в ответ на которую должна быть выявлена стратегическая инициатива – возможность.

Если угрозы могут складываться, то такие инициативы выявляются против каждой из них, где это возможно. Таким образом, возможность не просто обозначается, как в описанных выше моделях, а привязывается к конкретному риску и опирается на сильные стороны организации. То есть связки «сила – возможности» и «сила – угрозы» сливаются в одну «угрозы – сила – возможности» (T-S-O).

После заполнения квадранта возможностей начинается динамический анализ ситуации. Предполагается, что организация исполнила задуманное, в результате внешнее и внутреннее окружения изменились. Исчезла одна из угроз и возможно, добавилась сильная сторона и исчезла слабая.

Необходимым информационным материалом по анализу положения компании после реализации тех или иных инициатив является маркетинговый прогноз, в котором представлены оценка динамики рынка в будущем, доли основных конкурентов, изменение налогового окружения и т.д. С его помощью можно смоделировать новое положение на рынке и вычислить новые угрозы, если они возникли.

С новой матрицей проводится аналогичный анализ по выявлению новых возможностей в ответ к существующим или добавившимся угрозам. Поскольку угроз обычно не более пяти, этот процесс не будет слишком продолжительным и уже к пятой итерации можно прийти к матрице,

в которой не будет стратегических угроз. Если такая матрица найдена, то последовательность действий при этом может считаться стратегией [4].

Возможна ситуация, когда необходимо будет вести несколько цепочек матриц, например, когда угрозы могут складываться или когда в маркетинговом прогнозе заложено несколько сценариев развития. Все это, безусловно, делает анализ более громоздким, но концентрация именно на пяти факторах угроз не позволит ему перейти черту, за которой принцип «benefits over costs» не будет выполняться, добавляя в то же время возможность управлять рисками.

Если такая стратегия не может быть найдена, то считается, что само нахождение в данной отрасли является угрозой для организации. В качестве возможностей тогда могут рассматриваться следующие варианты действий: выход на другой рынок, продажа предприятия, объединение с действующей организацией и т.д. Динамический SWOT-анализ в таком случае проводится аналогично, по указанной выше процедуре.

Литература:

1. SWOT analysis method and examples, with free SWOT template. The origins of the SWOT analysis model. – Режим доступа: <http://www.businessballs.com/swotanalysisfreetemplate.htm>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. англ.

2. Богомолова Е. В. SWOT-анализ: теория и практика применения / Е. В. Богомолова // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 17 (32). – С. 57–60.

3. Майсак О.С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами/О.С. Майсак // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. — 2013. — №1 (21). — С. 151–157.

4. Пыжлаков Д.С. Сила и возможности: Концепция динамического SWOT-анализа // Российское предпринимательство. - 2008.- № 6.Ч. 1. - С. 133-138.

ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ДЕЙСТВУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

BUSINESS PLANNING IN EXISTING ENTERPRISES

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Рассматривается различие целей и критериальных показателей принятия решений при разработке бизнес-плана отдельного проекта и бизнес плана развития предприятия.

Ключевые слова: бизнес-планирование, предприятие.

Abstract. Examine difference of purpose and decisive index in the time of accept decision business planning enterprise.

Keywords: business planning, enterprise.

Бизнес план представляет собой четко структурированный по разделам перечень работ и операций, необходимых для реализации какого-либо проекта. При этом под проектом понимается план вложения денег и капитала с целью достижения ранее запланированных выгод. Коммерческие проекты направлены на открытие новых промышленных или торговых предприятий, развитие компаний на основе расширения и использования новых технологий, обновление оборудования и методов управления на действующих предприятиях.

Главная цель разработки любого бизнес-плана - обоснование затрат на проект и соответственно обоснование источников его финансирования. Бизнес-план один из основных документов в общем их перечне для представления инвесторам и кредиторам. Первоначально разработка бизнес-планов осуществлялась применительно к инвестиционным проектам. Соответственно по всем работам и операциям, включенным в этот документ, должны быть обоснованы и рассчитаны затраты и результаты – доходы. Эти расчеты и представляют собой информацию для принятия решений инвесторами или кредиторами: финансировать проект или отказаться от финансирования. Разработаны специальные методы расчетов коммерческой эффективности проектов, где решение о финансировании принимается на основе величины таких характеристик,

как срок окупаемости и простая норма прибыли по проекту, а также дисконтированных показателей чистая текущая стоимость NPV и внутренняя норма прибыли IRR.

С развитием бизнес планирования эта система расчетов начала применяться и в настоящее время широко используется для обоснования финансирования действующих предприятий. Здесь появляются вопросы, связанные с тем, что, во-первых, план развития предприятия, особенно крупного, включает обычно несколько проектов и, во-вторых, указанные выше критерии эффективности проектов не входят в состав показателей, характеризующих эффективность деятельности предприятий.

Финансовое состояние предприятия и эффективность его развития характеризуется системой показателей деловой активности и финансовой устойчивости. Важнейшими характеристиками здесь являются показатели рентабельности продаж, рентабельности активов и собственного капитала, а также такие характеристики финансовой устойчивости, как доля собственного капитала в активах (коэффициент финансовой независимости), коэффициенты общей и срочной ликвидности, коэффициенты платежеспособности. Возникает необходимость совместить эти различные для проектов и предприятий оценки в одной системе бизнес планирования.

В первую очередь необходимо разобраться с общими понятиями, целями бизнес планов проектов и предприятий, а также с местом бизнес планирования в общей системе управления компанией.

Если рассматривать планирование развития предприятия и его производственной деятельности как разработку и реализацию различных инвестиционных и оперативных проектов, то бизнес планирование должно органично входить в общую систему планирования компании. Здесь на практике существуют различные схемы. Наиболее рационально, когда бизнес планы отдельных проектов развития и деятельности предприятия разрабатываются в соответствии с предварительно разработанной и принятой стратегией компании. А текущие (годовые, квартальные) планы производственной и торговой деятельности формируются на основе принятых и утвержденных бизнес планов.

Тогда для коммерческой оценки каждого из проектов, предполагаемых для включения в план развития компании, недостаточно общепринятых критериев окупаемости, чистой текущей стоимости и внутренней нормы прибыли. Необходимо дополнить эти расчеты характеристиками, которые бы показывали как реализация каждого проекта повлияет на финансовое состояние рассматриваемой компании, на ее прибыльность, финансовую устойчивость и уровень производственных и коммерческих рисков. Такой подход требует при оценке отдельных проектов обязательного составления трех документов, которым при разработке обычно-

го бизнес плана проекта обычно не уделяется достаточного внимания. Это план доходов и расходов в виде плановой формы 2 баланса (ПДР), план по балансовому листу в виде плановой формы 1 баланса (ПБЛ) и план движения денежных средств (ПДДС), которые можно было бы консолидировать с соответствующими формами компании в целом. В таком случае можно представить следующую схему планирования компании в целом рис.1

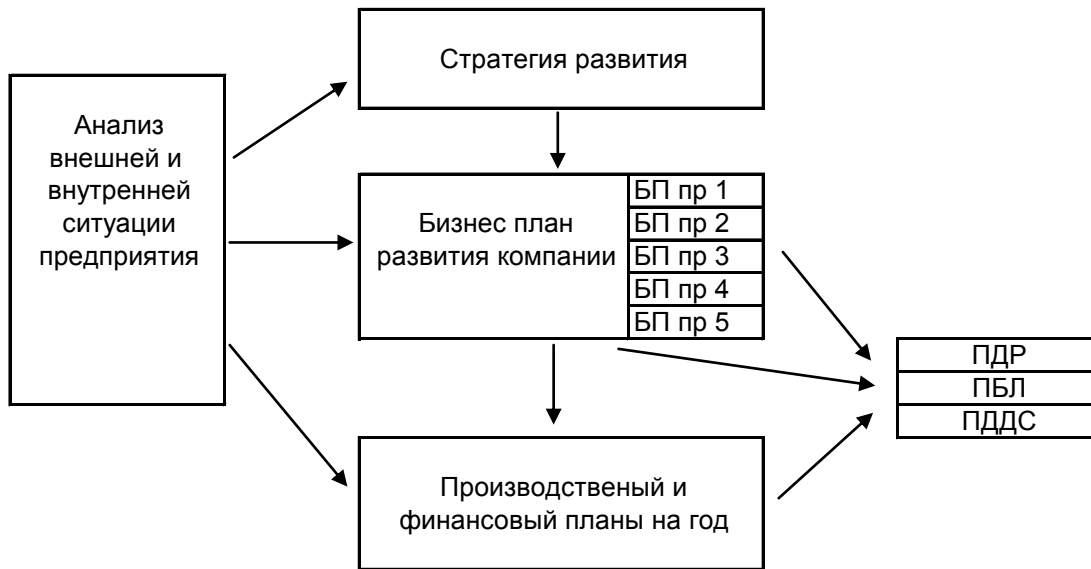


Рис.1 Схема общей системы планирования компании.

Бизнес планирование входит в общую систему планирования предприятия, основывается на разработке стратегии и является базой текущего годового и квартального планирования компании.

При этом связующим звеном всех планов являются три основных финансовых документа: план доходов и расходов (ПДР), план по балансовому листу (плановый баланс активов и пассивов ПБЛ) и план движения денежных средств (ПДДС).

Остановимся более подробно на этих вопросах. Анализ эффективности отдельных инвестиционных проектов производится на основе методологии коммерческой оценки с использованием простых и дисконтированных показателей эффективности проектов см. рис.2.

Главная цель коммерческой оценки инвестиционного проекта - обоснование его экономической эффективности и финансовой состоятельности. Это предполагает, с одной стороны (экономическая эффективность) полное возмещение (окупаемость) вложенных средств и получение прибыли, размер которой оправдывает отказ от любого иного спо-

соба инвестиций, а также компенсирует риск, возникающий в силу неопределенности конечного результата.

С другой стороны (финансовая состоятельность) цель коммерческой оценки - выбор такой схемы финансирования проекта, которая позволит реализовать имеющейся у него потенциал экономической эффективности.

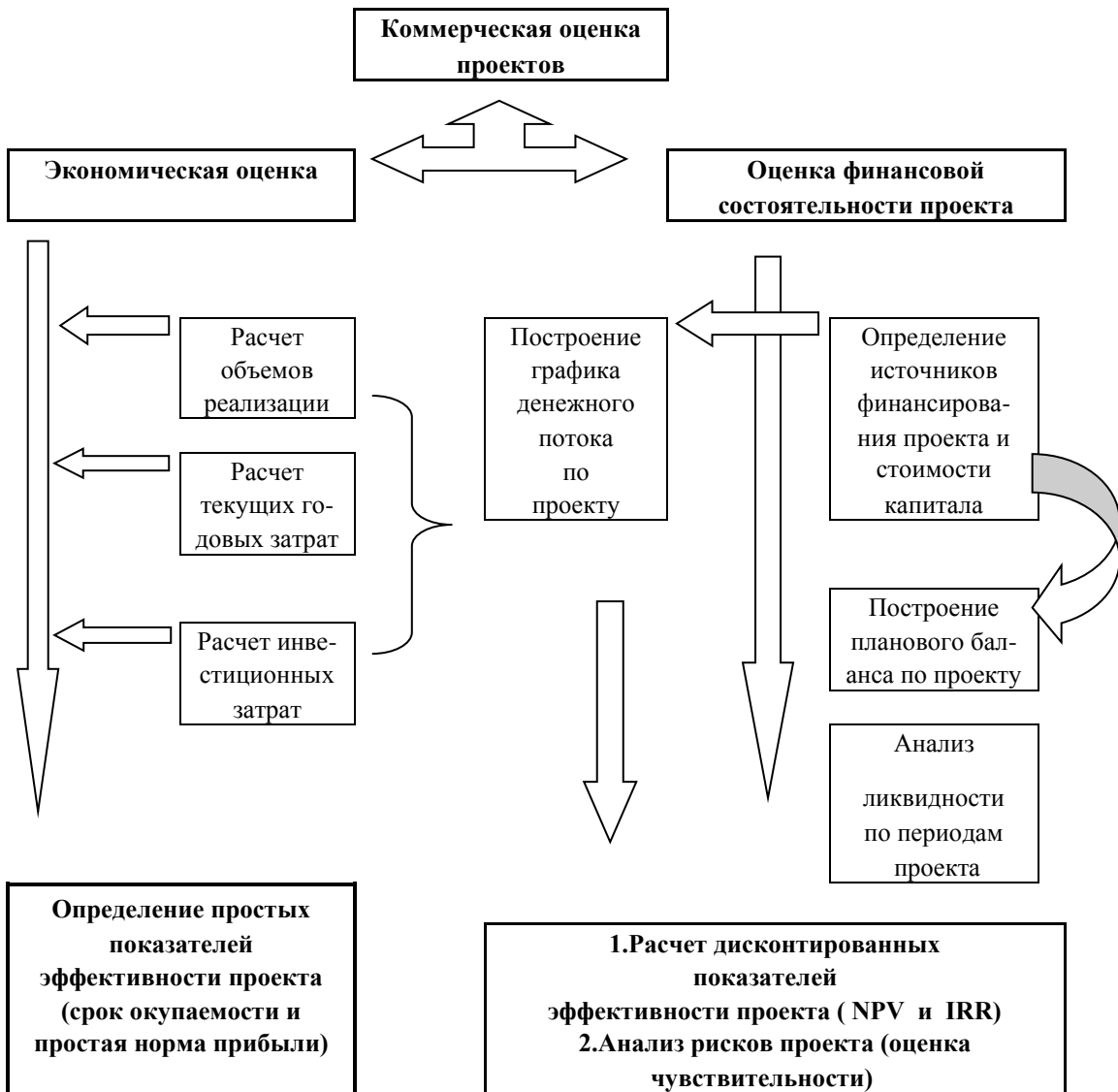


Рис. 2. Схема коммерческой оценки проектов.

Расчетной основой финансовой оценки служат финансовые денежные потоки. В соответствии с этим следует различать две составляющих коммерческой эффективности инвестиционного проекта, ее необходи-

мые и достаточные условия: экономическая эффективность инвестиций и финансовая состоятельность проекта.

При оценке эффективности плана развития компании в целом, кроме этих характеристик, возникает необходимость определить как реализация каждого проекта повлияет на основные показатели эффективности работы всей компании. Т.е. как при реализации каждого проекта в отдельности и всех вместе (включенных в бизнес-план) изменятся прибыль от продаж и чистая прибыль, показатели рентабельности и оборачиваемости активов, а также уровень рисков и финансовой устойчивости предприятия.

Экономическая оценка или оценка эффективности вложения капитала направлена на определение потенциальной возможности рассматриваемого проекта обеспечить требуемый или ожидаемый уровень прибыльности. При выполнении инвестиционного анализа именно задача оценки эффективности капиталовложений является главной, определяющей судьбу проекта в целом.

С другой стороны проект обновления оборудования или автоматизации, открытия нового производства в действующий компании может существенно изменить структуру и стоимость капитала, соотношение постоянных и переменных затрат в общих расходах предприятия, движение денежных потоков.

Поэтому в практике работы следует различать два вида бизнес-планов: бизнес-план проекта и бизнес-план развития компании, состоящий из бизнес-планов отдельных проектов.рис.1. Как связать эти бизнес-планы?

При оценке эффективности реализации любого проекта на действующем предприятии возникает необходимость планового расчета изменения на срок проекта таких показателей компании в целом как:

- прибыль от продаж и чистая прибыль;
- рентабельность продаж и рентабельность активов;
- оборачиваемость активов и рентабельность собственного капитала;
- коэффициенты финансовой независимости, общей ликвидности, долга и платежеспособности.

Существенным является то, что эти показатели необходимо рассчитывать по консолидированным плановым документам компании в целом см. рис.1. Естественно, что чем крупнее предприятие и больше проектов входит в его план развития, тем сложнее мониторить его плановые показатели. Тем не менее, даже при отсутствии специального программного обеспечения такая работа должна выполняться хотя бы укрупненными методами.

Таким образом, при бизнес планировании необходимо различать коммерческую оценку проектов не имеющих прямой связи с действующим

щими предприятиями и коммерческую оценку проектов на действующих предприятиях. Отсюда и разное содержание бизнес плана проекта и бизнес плана развития предприятия.

Литература

1. Беренс В. Хавранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций. Пер. с англ. М.: АОЗТ «Интерэксперт», ИНФА-М. 1995
2. Стрекалова Н.Д. Бизнес – планирование. Изд. ПИТЕР. 2013, 351 с.
3. Горемыкин В.А. Бизнес-план, методика разработки. Ось-89, 2013, 856 с
4. Бриль А.Р. Венчурное финансирование инновационных предприятий. Сб. Стратегическое управление организациями. Изд. ПУ, СПб, - 2014, с. 84-94.
5. Бриль А.Р., Горчакова Л.И., Калинина О.В.. Финансово-экономические расчеты по инновационным проектам развития предприятий: Учеб.пособие. СПбГПУ. 2012. 305 с.
6. Калинина О.В, Шорохова Ю.Ю. Классификация методов управления рисками платежных систем. Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – № 1. – 2014. – С. 152 – 156.

УДК 336.713

Горбунов Станислав Анатольевич
Gorbunov S.A.

stgorbunov@gmail.com

Калинина Ольга Владимировна
Kalinina O.V.

д.э.н., профессор
olgakalinina@bk.ru

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

STRATEGIC ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF A COMMERCIAL BANK IN THE CRISIS

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Рассмотрены основные направления деятельности и приоритетные сферы розничного бизнеса коммерческого банка (на при-

мере ОАО «Уралсиб») в условиях структурного кризиса. Приведены рекомендации по совершенствованию текущей деятельности банка.

Ключевые слова. Кризис, коммерческий банк, кредитование, стратегия.

Abstract. The main activities and priority spheres of retail business of commercial bank (on the example of «Uralsib») in the conditions of structural crisis are considered. Recommendations about improvement of the current activity of bank are provided.

Keywords. Crisis, commercial bank, crediting, strategy.

Кризис заставляет пересмотреть подход многих компаний к стратегии своего развития. Банки не являются исключением из этого правила. Традиционно в банковском бизнесе выделяют несколько направлений, основными из которых являются розничный бизнес, ориентированный на работу, как с физическими лицами, так и субъектами малого предпринимательства, и корпоративный бизнес. Для устойчивого развития в кризисный период необходимо гибко адаптироваться к наступившим изменениям. Актуальность данной работы связана действиями банков в сложной текущей макроэкономической ситуации. В данной работе будет рассмотрена практическая деятельность коммерческого банка в условиях кризиса на примере коммерческого банка ОАО «Уралсиб».

В основном и самом массовом направлении, в розничном бизнесе, произошли серьезные изменения в работе всех коммерческих банков. Связано это в первую очередь с жесткой политикой Центрального банка РФ в отношении ключевой ставки (ЦБ поднял до 17% [3]). Это привело к тому, что рынок потребительского кредитования мгновенно «остыл», поскольку в кризисной ситуации неизбежно возникновение большого количества просроченных задолженностей, а выдача новых займов лишь усугубит ситуацию, что обязательно скажется на одном из основных нормативов банка Н1 (достаточность капитала – минимальное значение 10% [2]). Основными инструментами повышения данного показателя, помимо улучшения качества структуры активов, являются:

- Привлечение в уставный капитал субординированных или иных кредитов в основной капитал. В таблице 1 [1] представлена динамика капитала ведущих банков нашей страны за январь-февраль 2015 года.
- Докапитализация банков через механизм ОФЗ [4].

Таблица 1.

Динамика капитала ведущих банков России
за январь-февраль 2015 года по форме 123

Позиция в рейтинге	Изменение позиции в рейтинге	Название банка	Февраль, 2015, тыс. руб.	Январь, 2015, тыс. руб.	Изменение, тыс. руб.	Изменение, %
1	0	Сбербанк России	2204344965	2277942390	-73597425	-3,23
2	0	ВТБ	770305788	771040311	-734523	-0,1
3	0	Газпромбанк	523199777	502991500	20208277	4,02
4	2	Альфа-Банк	274915206	251152259	23762947	9,46
5	-1	Россельхозбанк	269831156	275205568	-5374412	-1,95
6	-1	ВТБ 24	258554744	263250977	-4696233	-1,78
...
19	0	Уралсиб	48285863	49183462	-897599	-1,83

Банк «Уралсиб» попал в список системно-значимых организаций, которые могут использовать второй вариант увеличения капитала. Однако новая стратегия развития не предусматривает значительного увеличения объемов потребительского кредитования. В новой стратегии будет преобладать использование залоговых продуктов, в том числе: обычный потребительский кредит под залог, ипотечное кредитование, а также кредитование сегмента «Малый бизнес» под залог недвижимости (в большей степени) и активов.

Основным способом привлечения клиентов планируется создание программ лояльности, в частности, для ипотечного кредитования – возможность поиска жилья в течение 3 месяцев после одобрения банка, наличие преференций для держателей зарплатных карт, а также различные возможности использования материнского капитала. Основным недостатком деятельности банка является отсутствие работы с военной ипотекой, учитывая те изменения и субсидии, выделяемые на силовые ведомства.

В части работы с клиентами малого бизнеса приоритетными продуктами будут являться те, по которым имеется твердое обеспечение. Привлечение необеспеченных краткосрочных займов (овердрафтов), базирующихся на основе «независимой индикативной ставке MosPrimeRate» [1], должно подвергаться более тщательному финансовому анализу. Для привлечения новых клиентов возможно использовать целые займы от ОАО «МСП Банк», ставки по которым существенно ниже среднерыночных. В части улучшения работы можно рекомендовать

следующее: улучшение работы залоговой службы, скорости регистрации объекта залога и более упрощенный подход при работе с заявками.

Что же касается других направлений для развития деятельности банка в части кредитных продуктов – кредитные карты, которые являются более универсальным продуктом, нежели обычный POS-кредит, помогут увеличить комиссионный доход за счет проведения оплаты по таким картам в торговых точках.

Кроме того, основными трендами в нынешнем году следует сделать транзакционные операции для повышения комиссионного дохода, а также пакетные предложения для держателей зарплатных карт и продажу кросс-продуктов (таких как зарплатный проект, эквайринг) входящему потоку, желательно попутно минимизируя клиентов «с улицы».

Подводя итог, хотелось бы отметить, что в нынешний непростой период банкам следует больше внимания уделить улучшению качества кредитного портфеля, а не его наращиванию, а также планомерному выходу на создание собственной платежной системы и системы более удобной межбанковской коммуникации, позволяющей быть независимыми от геополитических факторов.

Литература:

1. Аналитические материалы информационного портала Банки.ру: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.banki.ru/news/lenta.

2. Инструкция Банка России от 16 января 2004 г. №110-И «Об обязательных нормативах банков».

3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/hd_base/mosprime.asp.

4. Федеральный закон «О внесении изменения в статью 23 ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 и на плановый период 2015 и 2016 годов» от 19.12.2014.

Горкуценко Анастасия Александровна

Gorkutsenko A.A.

tvavgork@gmail.com

Бурмистров Андрей Николаевич

Burmistrov A.N.

к.э.н., доцент,

bur-a-n@mail.ru

**О ВОЗМОЖНОСТЯХ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В
СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**OPPORTUNITIES IN ASSESSMENT OF CHANGES' EFFECT ON
THE ENTERPRISE'S ACTIVITY IN THE MANAGEMENT SYSTEM**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: В работе предложен метод определения влияния изменений в системе управления на эффективность деятельности предприятия. Предложена методика оценки эффективности от изменений в системе управления на основе факторной модели.

Ключевые слова: Система управления, эффективность, изменение, прибыль, влияние.

Abstract. The article is directed to determine the effectiveness of the changes in the management system. Offering a method for assessing the effectiveness of the changes in the management system based on the factor model.

Keywords: management system, efficiency, change, profit, influence.

В настоящее время, большое количество российских компаний внедряют различные системы управления: качеством, проектами, персоналом. Такое внимание к системе управления обусловлено различными причинами: возрастает конкуренция, компании становятся более зависимыми от степени удовлетворенности клиента. Но результаты от перехода непредсказуемы и порой с первого взгляда совсем не заметны.

Актуальность темы заключается в том, что с каждым годом всё больше компаний начинают внедрять новые системы управления, при этом нет единой методики, которая могла бы помочь руководителям компаний оценивать экономический вклад. Существует большое количество методов оценки экономической эффективности одного проекта, а так же методов направленных на временные параметры, качество обслу-

живания. Но, это не дает определить в целом вклад в экономическую эффективность от внедрения новых систем управления, ведь главная цель любой организации - получение прибыли.

Для определения влияния на прибыль изменений в системе управления предприятием усовершенствован факторный анализ предприятия. Источниками информации для проведения анализа послужат данные бухгалтерского баланса и отчет о прибыли/убытках компании (1 и 2 форма баланса).

Для работы с моделью необходимо внести данные предыдущего и отчетного года функционирования предприятия в Таблицу 1.

Таблица 1. Исходные данные для факторного анализа прибыли

Показатели	Предыдущий период, тыс. руб.	Отчетный период, тыс. руб.
1	2	3
Выручка	V_1	V_2
Себестоимость:	$C_1 = PC_1 + PR_1$	C_2
Постоянные расходы	PC_1	PC_2
Переменные расходы	PR_1	PR_2
Прибыль	Π_1	Π_2
Индекс изменения цен	$\text{Ц}_1 = 1$	$\text{Ц}_2 / \text{Ц}_1$
Объем реализации в сопоставимых ценах	$O_{ц1} = V_1 * 1$	$O_{ц2} = V_2 * (\text{Ц}_2 / \text{Ц}_1)$
Объем продаж продукции, тыс. шт.	$O_{п1}$	$O_{п2}$

Составим еще одну таблицу, в которую необходимо внести параметры года по которому осуществляется прогноз за счёт факторной модели.

Таблица 2. Вспомогательные показатели для факторного анализа

Показатель	Формула	
$T_{пр}$	$(PR_2 / O_{п2}) / (PR_1 / O_{п1})$	Темп роста переменных расходов на единицу продукции
T_k	$(O_{ц2} - V_1) / V_1 + 1$	Темп изменения объема реализации
ΔPC	$PC_2 - PC_1$	Величина изменения постоянных расходов

На следующей стадии работы по параметрам, осуществляется расчёт влияния факторов на прибыль по представленной ниже модели с учётом внедрённой новой системы управления и других важнейших факторов.

$\Delta\Pi = \Delta\Pi1 \pm \Delta\Pi2 \pm \Delta\Pi3 \pm \Delta\Pi4 \pm \Delta\Pi5$. где

$\Delta\Pi$ – Общее влияние всех факторов на прибыль

$\Delta\Pi1$ - влияние на прибыль изменения цены реализуемой продукции, рассчитывается по формуле:

$\Delta\Pi1 = B2 * 1 - Oц2$.

$\Delta\Pi2$ - влияние на прибыль изменения объёма реализуемой продукции:

$\Delta\Pi2 = \Pi1 * (Tк - 1)$

$\Delta\Pi3$ - влияние на прибыль себестоимости:

$\Delta\Pi3 = ПР1 \times Tк \times (1 - Tпр) - \Delta\PiС$.

$\Delta\Pi4$ - влияние на прибыль изменения структуры затрат, т.е. изменения постоянных и переменных расходов.

$\Delta\Pi4 = ПС1 \times (Tк - 1)$.

$\Delta\Pi5$ - влияние на прибыль изменений в системе управления:

$\Delta\Pi5 = (C1 * Tк - C2) - \Delta\Pi3 - \Delta\Pi4$

Экономия от изменения СУ можно рассчитать по формуле:

$\mathcal{E} = \Delta\Pi5 / (-\Delta\Pi3) * 100\%$

Важно подчеркнуть, что полученные результаты расчетов будут достоверными при следующих условиях:

1. Влияние изменений в производственной системе мы оцениваем как влияние изменений в себестоимости единицы продукции.
2. Изменений в ассортименте продукции нет или они не являются значительными.
3. Запасы готовой продукции и в натуральном и в стоимостном выражении также не меняются или меняются незначительно.

Тогда те изменения, которые будут вычислены после исключения всех факторов, рассмотренных в явном виде, мы будем считать изменениями прибыли от изменения системы управления.

Список литературы

1. Романова М.В. Управление проектами: Учебное пособие /. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 256 с.

2. Сергеева М.О «Факторная модель планирования прибыли» URL: http://www.bud-tech.ru/factor_model_planning.html

Диденко Валентина Юрьевна
кандидат экономических наук, доцент
didenkovu@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Москва, Финансовый университет при Правительстве Российской
Федерации

Аннотация: Рассматривается необходимость использования стратегического управления финансовым состоянием организации. Отмечаются проблемы эффективности финансовой политики организации. Предлагаются подходы к управлению на основе ключевых показателей финансовой деятельности и обосновываются требования к таким показателям.

Ключевые слова: стратегическое управление, эффективность, ключевые показатели финансовой деятельности организаций.

Система стратегического управления финансовым состоянием должна обеспечить эффективность внутренней финансовой политики с одной стороны, и защиту организации от внешних угроз с другой.

Обоснованно сформулированная стратегия включает основные параметры, которые позволяют обеспечить поставленные цели и желаемые результаты.

Достижение целевых значений по прибыли и объемам продаж иногда отрицательно сказывается на имеющей долгосрочный характер стоимости бизнеса. Важен не столько рост объемов реализации или прибыли, сколько способность менеджмента поддерживать основные средства организации в конкурентоспособном состоянии, не сокращая в долгосрочном периоде поток доходов.

Механизмы измерения и оценки результатов деятельности компании являются краеугольным камнем эффективности системы управления.

Эффективность может быть определена как степень достижения поставленных целей, как соотношение результатов деятельности к затратам.

Финансовые индикаторы отражают и измеряют ключевые рычаги бизнес стоимости. Соответственно необходимо дать оценку действующих финансовых индикаторов, с позиции того насколько успешно они

перемещают организацию в направлении достижения планируемых финансовых целей.

Ключевые показатели финансовой деятельности организаций можно количественно определить. Необходимо выделять только существенные показатели, не учитывать второстепенные и сокращать количество таких показателей до наиболее важных.

Основные требования к таким показателям:

- непосредственная связь с важнейшими факторами эффективности деятельности организации;
- измеримость, возможность оценить показатели количественно;
- ограниченное количество показателей;
- единство для всей организации.

Ключевые показатели финансовой деятельности организаций позволяют решить проблему, часто возникающую при использовании стоимостного управления в организациях, так как затруднительно использовать в оперативном управлении бизнесом показатель целевой стоимости. Поэтому для управления стоимостью используют показатели на основе экономической прибыли, которые могут быть применены в оперативном управлении организацией. При этом определяются финансовые факторы, влияющие на экономическую добавленную стоимость в наибольшей степени.

Ключевые показатели финансовой деятельности организаций это показатели деятельности организации, которые помогают организации в достижении стратегических и тактических (операционных) целей.

Использование ключевых показателей финансовой деятельности организаций даёт организации возможность оценить финансовое состояние и отследить оценку реализации стратегии.

*Друзгальская Нина Михайловна
Druzgalskaja N.M.*

К. Т. Н., доц.,
druzgalskaja@rambler.ru,
Любименко Анна Игоревна
К. Э. Н., доц.

АДАПТАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОГО СПРОСА

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный
университет технологии и дизайна

Аннотация: В условиях реального снижения уровня доходов населения меняется модель покупательского поведения. Для определения подходов к адаптации предприятий малого бизнеса в изменяющихся рыночных условиях выделены три группы потребителей, по которым прослеживается изменение характера спроса.

Abstract: In the conditions of real decrease in level of the income of the population the model of consumer behavior changes. For definition of approaches to adaptation of small business enterprises in the changing market conditions three groups of consumers on which change of nature of demand is traced are allocated.

Политика деятельности организации определяется потребностями рынка, финансовым положением и ее стратегическими целями. Сегмент рынка – это часть рынка, охватывающая совокупность потребителей, одинаково реагирующих на одни и те же товары, одинаково относящиеся к покупке. Это качество определяет потенциальный объем спроса на товар и число изделий в гардеробе потребителя.

В условиях реального снижения уровня доходов населения, например, в условиях кризиса, вынужденно меняется модель покупательского поведения, что отражено в таблице. Изучение изменения характера спроса позволит определить подходы к адаптации предприятий малого бизнеса в изменяющихся рыночных условиях.

Под инфраструктурой бизнеса понимается часть деловой среды организации, которая обеспечивает ее деятельность необходимыми финансовыми, трудовыми, информационными, транспортными, консультационными, страховыми и другими услугами. Использование стратегического управления позволяет увязать стратегические планы с учетом изменяющихся внешних изменений, с текущими и оперативными планами

организации для обеспечения эффективной работы. Важно также четко осознать ситуацию, насколько может снизить организация отрицательное воздействие внешних факторов, и как организация должна сама меняться в условиях такого окружения, обеспечив контроль над внешними факторами.

Таблица - Сегментация потребителей продукции

Индикативные сегменты потребителей по доходу	Доля на рынке по данным блиц-опроса специалистов	Направления изменения спроса	Подходы к адаптации при изменении рыночных условий
Население с высоким и стабильным доходом	От 10 % до 15 %	1) Уменьшение покупательского спроса при сохранении интереса к брендам и авторским моделям; 2) расширение перечня потребляемых марок за счет дизайнерских находок, близких по духу и стилю; 3) переключение на индивидуальное изготовление одежды и обуви «на заказ»	Улучшение информированности о состоянии внешней среды
Население со средним стабильным доходом	Массовый потребитель около 60 %	1) Уменьшение покупательского спроса при повышении интереса к более широко распространенным маркам и более низким ценам; 2) расширение ассортимента за счет марок, соответствующих потребительским предпочтениям, но более доступных по цене; 3) приобретение продукции предпочитаемых марок в рамках проводимых акций, распродаж, участие в программах лояльности	1) Развитие партнерских отношений в осуществлении будущих изменений; 2) проведение организационных изменений: производственного, технического, экономического, структурного и поведенческого характера с целью эффективного функционирования и развития
Население с низким уровнем дохода	От 25 % до 30 %	1) сокращение потребления до уровня необходимого минимума; 2) переключение на ритейлеров-стокистов; 3) приобретение модной продукции в магазинах эконом-класса; 4) приобретение товаров на рынках и нестационарных точках уличной торговли	Использование индивидуального предпринимательского подхода в обеспечении товарами первой необходимости

Журова Людмила Ивановна
Zhurova L.I.

к.э.н., доцент кафедры финансов и кредита
zhurova.li@mail.ru

ПОДХОДЫ К СТРУКТУРИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

APPROACHES TO THE STRUCTURING OF THE ECONOMIC SUSTAINABILITY OF THE ENTERPRISE

г. Тольятти, Волжский университет имени В.Н. Татищева

Аннотация: В статье исследованы подходы к классификации экономической устойчивости предприятия, обобщены подходы к структуризации ее элементного состава.

Ключевые слова: устойчивость, экономическая устойчивость, элементы экономической устойчивости предприятия.

Abstract: In the article studies the approaches to the classification of economic sustainability of the enterprise, summarizes the approaches to the structuring of its elemental composition.

Keywords: sustainability, economic sustainability, elements of economic sustainability of enterprise

Достижение целевых показателей развития и обеспечение долгосрочной конкурентоспособности предприятия зависит от уровня его экономической устойчивости. В экономической литературе не существует единого подхода к определению устойчивости хозяйствующих субъектов и ее классификации.

Обобщая результаты исследования подходов к определению устойчивости хозяйствующих субъектов [5, 8, 10, 12] под устойчивостью предприятия в рамках нашей работы будем понимать его способность сохранять внутреннюю сбалансированность, эффективно использовать стратегические ресурсы, обеспечивая динамическое равновесие в процессе достижения целевых показателей в условиях воздействия факторов внешней и внутренней среды.

При изучении устойчивости хозяйствующих субъектов большое значение имеет классификация, которая позволяет провести более глубокий анализ понятия устойчивости, выявить факторы, влияющие на уровень устойчивости, и условия его обеспечения, и служит основой для определения целей, задач, принципов и методов управления устойчиво-

стью в зависимости от конкретных целей развития хозяйствующих субъектов.

Аналогично общей концепции устойчивого развития экономики в концепции устойчивости предприятия выделяют экономическую, социальную и экологическую составляющие [6, 8, 11]. В рамках нашей работы мы акцентируем внимание только на экономической составляющей устойчивости предприятия.

В научной литературе представлены различные походы к классификации устойчивости экономических систем, в том числе предприятий.

Так, в частности, Н.В. Алексеенко [1], В.А. Козлов, Л.А. Данченко [5], А.Г. Коряков [6] в своих работах выделяют внешнюю и внутреннюю устойчивость. Под внутренней устойчивостью при этом понимается устойчивость, обусловленная факторами внутренней среды, характеризующаяся сбалансированностью между элементами системы, под внешней – устойчивость, обусловленная факторами внешней среды, способность системы противодействовать возмущающим воздействиям внешней среды. А.Г. Коряков также выделяет общую (ценовую) устойчивость, обусловленную движением денежных потоков, обеспечивающих постоянное превышение поступления денежных средств над их расходом [6]. Однако, на наш взгляд, так как любое предприятие является открытой системой, подверженной одновременному влиянию множества разнонаправленных сил (внешних, и внутренних), не имеет смысла говорить об устойчивости деятельности оторвано от воздействующих факторов среды, в рамках которой оно функционирует.

С точки зрения учета фактора времени выделяют статическую и динамическую устойчивость [5, 10]. Г.Р. Яруллина оперирует понятиями моментной и динамической устойчивости экономического развития предприятия, понимая под моментной устойчивостью способность предприятия к осуществлению экономической деятельности в каждый отдельный момент времени в условиях неопределенности возмущающих воздействий среды, под динамической – постоянство и непрерывность процесса изменений предприятия в направлении совершенствования с целью перехода на качественно новый уровень деятельности [12].

В зависимости от целей деятельности и перспектив развития хозяйствующего субъекта выделяют текущую и долгосрочную (стратегическую) устойчивость. Так, В.А. Козлов, Л.А. Данченко определяют общую устойчивость предпринимательской организации как её способность поддерживать высокий уровень текущей и стратегической устойчивости в их взаимосвязи и взаимозависимости, понимая под текущей устойчивостью способность организации сохранять своё финансовое, производственное, технологическое и иное состояние после воздействия какого-либо возмущения, под стратегической – способность организации

создавать, сохранять и развивать длительное время конкурентные преимущества за счёт адаптации стратегий к меняющимся условиям внутренней и внешней среды, позволяющей обеспечивать долгосрочный относительно стабильный рост показателей развития организации с допустимым уровнем их отклонения [5].

А.С. Мартынов, В.В. Артюхов, В.Г. Виноградов связывают устойчивость системы с наличием у нее механизмов, способных компенсировать внешнее возмущение, и выделяют:

- видимую устойчивость 1-го рода - псевдоаналог устойчивости, возникающий вследствие того, что наблюдения за системой организованы неверно, и по мере накопления изменений система может разрушиться;

- видимую устойчивость 2-го рода – проявляется в случае, если часть признаков среды неизменна и система не имеет соответствующих компенсаторных механизмов. Любое изменение соответствующих признаков ведет к потере устойчивости;

- групповую устойчивость - предполагает, что система располагает полной группой компенсаторных механизмов ко всем возможным типам изменений;

- адаптивную устойчивость 1-го рода - предполагает наличие в системе ограниченного (заведомо неполного) набора механизмов, которые, однако, способны компенсировать внешнее возмущение путем создания адаптивных цепочек из комбинаций имеющихся элементов;

- адаптивную устойчивость 2-го рода - имеет сходный механизм компенсации, однако в этом случае цепочка не линейная, а замкнутая в цикл, в результате чего появляется возможность за несколько «проходов» компенсировать возмущение, по мощности превосходящее возможности отдельной цепочки. По сути, это механизм обратной связи;

- отложенную устойчивость - подразумевает наличие у системы возможности избежать действия возмущающего фактора, даже не имея соответствующих компенсаторных механизмов [9].

В.Б. Артеменко, О.В. Карпова определяют следующие уровни устойчивости функционирования предприятия:

- первый уровень – абсолютная устойчивость (предприятие находится в состоянии абсолютного равновесия);

- второй уровень – относительная устойчивость (предприятие успешно существует в бизнесе, трудности преодолеваются с помощью имеющихся механизмов адаптации);

- третий уровень – условная устойчивость (включает «допустимую неустойчивость функционирования» при наличии хронических нарушений важнейших параметров отдельных функциональных составляющих, «недопустимую неустойчивость функционирования» при наличии хро-

нических нарушений большинства параметров всех функциональных составляющих, «кризис» при достижении всех параметров функциональных составляющих критических значений) [2].

В целом, обобщая результаты исследования, можно выделить следующие признаки классификации и виды экономической устойчивости предприятия (табл. 1).

Таблица 1. Виды экономической устойчивости предприятия

Признак классификации	Виды устойчивости	Источник
Отношение системы к действию факторов внешней и внутренней среды	Внешняя, внутренняя	[1, 5, 6]
Цели деятельности и перспективы развития	Текущая (тактическая), долгосрочная (стратегическая)	[1, 5]
Фактор времени	Статическая (моментная), динамическая	[5, 10, 12]
Степень стабильности устойчивого состояния	Переменная, постоянная, полная	[5]
Степень охвата организации	Структурная, частичная	[5]
Механизмы компенсации внешнего воздействия	Видимая (1-го и 2-го рода), групповая, адаптивная (1-го и 2-го рода), отложенная	[9]
Качество уровня устойчивости	Абсолютная, относительная, условная (допустимая неустойчивость, недопустимая неустойчивость, кризис)	[2]
Уровень устойчивости	1) абсолютная, нормальная, аномальная (неустойчивое кризисное состояние), 2) допустимая, недопустимая, 3) высокая, средняя, низкая	[12]
Основные виды деятельности	Операционная, инвестиционная, устойчивость финансового состояния	[12]
Уровень организации управления	Стратегическая, тактическая, оперативная	[12]

Особый интерес представляет элементный состав экономической устойчивости. К его рассмотрению также существуют различные подходы. Так, например, В.Б. Артеменко, О.В. Карпова выделяют следующие элементы экономической устойчивости: рыночную, производственную, финансовую, инвестиционно-инновационную устойчивость [2]. К.С. Бармашов, Л.В. Бармашова, Т.С. Викторова выделяют производственно-техническую, коммерческую, финансовую, организационную, инновационную устойчивость [4]. Н.А. Хомяченкова выделяет инвестиционную, технико-технологическую, рыночную, производственную, организационную, финансовую устойчивость [11].

В табл. 2 представлены некоторые подходы к структуризации экономической устойчивости.

Таблица 2. Структурные элементы экономической устойчивости предприятия

Элементы экономической устойчивости	В.Б. Артеменко, О.В. Карпова [2]	Л.А.Базарова [3]	К.С. Бармашов, Л.В. Бармашова, Т.С. Викторова [4]	И.А.Костромская [7]	М.М.Макова [8]	Н.А.Хомяченкова [11]
Производственно-техническая			+			
Производственная	+			+	+	+
Технико-технологическая		+			+	+
Финансовая	+		+	+	+	+
Инвестиционно-инновационная	+					
Инновационная		+	+	+		
Инвестиционная		+			+	+
Коммерческая			+			
Рыночная	+			+		+
Маркетинговая		+			+	
Организационная			+		+	+
Управленческая		+				
Кадровая		+				
Информационная		+				

Как показывает анализ, авторы с различной степенью детализации подходят к классификации элементного состава экономической устойчивости, отдельные элементы определяются одинаково, некоторые элементы определяются по-разному.

Так, например, К.С. Бармашов, Л.В. Бармашова, Т.С. Викторова выделяют производственно-техническую устойчивость [4], М.М. Макова и Н.А. Хомяченкова [8, 11] в отдельности рассматривают производственную и технико-технологическую компоненты. В.Б. Артеменко, О.В. Карпова выделяют инвестиционно-инновационную устойчивость [2], Л.А. Базарова в отдельности рассматривает инновационную и инвестиционную компоненты [3].

В.Б. Артеменко, О.В. Карпова характеризуют финансовую устойчивость как обеспеченность предприятия финансовыми ресурсами [2], М.М. Макова – способность предприятия поддерживать долгое время планируемый уровень ликвидности и платежеспособности [8], К.С. Бармашов, Л.В. Бармашова, Т.С. Викторова – состояние финансовых ресурсов, обеспечивающее бесперебойный процесс производства и реализации продукции и расширенное воспроизводство [4].

В работах [4, 8, 11] выделяется организационная компонента экономической устойчивости, под которой понимается стабильность органи-

зационной структуры, налаженность и оперативность связей между отделами и службами предприятия, уровень организации труда и управления. В работе [3] отдельно выделяются управленческая, кадровая и информационная компоненты. При этом управленческая компонента играет определяющую роль в обеспечении устойчивости. На наш взгляд выше приведенные компоненты необходимо рассматривать совместно, выделив организационно-управленческую устойчивость.

Также в работах [2, 7, 11] выделяется рыночная устойчивость – характеризующаяся конкурентоспособностью продукции (работ, услуг), долей рынка предприятия. На наш взгляд, позиции предприятия и его продукции на рынке являются внешним проявлением эффективности предприятия (его целевыми показателями), и тогда, соответственно, выделять рыночную устойчивость в качестве компоненты экономической устойчивости не имеет смысла.

Обобщая результаты исследований, можно выделить следующие структурные элементы экономической устойчивости предприятия, которые отражают функциональные направления деятельности:

- производственная устойчивость (техническая, технологическая и пр.) – определяющая производственные ресурсы, эффективность их использования, соответствие современным требованиям, стабильность технологического процесса и обновления основных средств;

- финансовая устойчивость (включая инвестиционную компоненту) – характеризуется обеспеченностью предприятия финансовыми и инвестиционными ресурсами для осуществления операционной и инвестиционной деятельности, эффективностью их использования, способностью предприятия отвечать по своим финансовым обязательствам;

- инновационная устойчивость – характеризуется возможностями предприятия по освоению новых техники и технологии, методов управления и освоения новых рынков, осуществлению НИОКР, способностью предприятия к выпуску новых видов продукции, выполнению новых видов работ, оказанию новых видов услуг;

- организационно-управленческая устойчивость – характеризуется обеспеченностью предприятия трудовыми ресурсами, уровнем квалификации персонала и деловых способностей менеджеров, стабильностью организационной структуры, эффективностью организации бизнес-процессов, внутренних и внешних деловых коммуникаций предприятия, использованием эффективных информационных технологий в управлении;

- маркетинговая устойчивость – характеризуется наличием профессиональных специалистов в области маркетинга, использованием эффективных маркетинговых технологий, надежностью связей с покупателями.

Все элементы экономической устойчивости должны быть взаимо-

связаны и сбалансированы, так как низкий уровень одного из элементов устойчивого развития негативно сказывается на других и устойчивости предприятия в целом.

Литература

1. Алексеенко Н.В. Управление устойчивым развитием промышленных предприятий // Економіка і організація управління. – 2009. – № 2. – С.50-60.

2. Артеменко В.Б., Карпова О.В. Оценка устойчивости функционирования организации в условиях освоения инноваций // ИнВестРегион. – 2011. – № 3. – С. 49-54.

3. Базарова Л.А. Менеджмент устойчивого развития компании. – М: АСВ, 2006

4. Бармашов К.С., Бармашова Л.В., Викторова Т.С. Формирование экономического механизма инновационно-инвестиционного процесса в условиях устойчивого развития предприятия / под ред. Л.В. Бармашовой. – Вязьма: филиал ФГБОУ ВПО «МГИУ» в г. Вязьме, 2013.

5. Козлов В.А., Данченко Л.А. Проблемы управления устойчивостью развития и функционирования предпринимательских организаций: монография. – М.: МЭСИ, 2012.

6. Коряков А.Г. Экономическая устойчивость развития предприятий: классификация и ключевые факторы // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Серия «Экономика и Право». – 2012. – №3. URL:<http://www.nauteh-journal.ru/index.php/---ep12-03/436>

7. Костромская И.А. Инновационные подходы к формированию и реализации стратегии устойчивого развития промышленного предприятия // Вестник СамГУ. – 2011. – №3. – С. 39-44.

8. Макова М.М. Методические основы оценки устойчивого развития предприятий нефтяного комплекса // Вестник ВЭГУ. – 2012. – №4. – С.53-60.

9. Мартынов А.С., Артюхов В.В., Виноградов В.Г. Россия как система. URL: <http://www.sci.aha.ru/RUS/waia6.htm>

10. Ускова Т.В. Управление устойчивым развитием региона: монография. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2009.

11. Хомяченкова Н.А. Современные аспекты мониторинга устойчивого развития промышленного предприятия: методика и практика // Интернет-журнал «Экономические исследования». – 2010. – №2. URL:<http://www.erce.ru/internet-magazine/magazine/18/298/>

12. Яруллина Г.Р. Виды устойчивости промышленного предприятия // Финансы и учет. – 2011. – №1. – С. 43-45.

Иванова Анна Александровна
Ivanova A.A.
кандидат экономических наук,
ivanova-aa@yandex.ru

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ**

**STRATEGIC PLANNING OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISES IN
THE CONDITIONS OF INTERNATIONAL ECONOMIC SANCTIONS**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет
технологии и дизайна

Аннотация: В данной статье рассмотрены варианты выбора перспективных моделей поведения в зависимости от типов предприятий в условиях международных экономических санкций.

Abstract: This article describes the choices of prospective models of behavior depending on the types of enterprises in the conditions of international economic sanctions.

Ключевые слова: Стратегическое планирование, типы предприятий, стабильность, импортозамещение.

Key words: Strategic planning, types of enterprises, stability, substitution.

Современная рыночная среда любого государства обеспечивает существование различных типов предприятия: малые, средние и крупные.

Даже в период стабильного развития экономики не все предприятия сохраняют свое положение на рынке и могут получить прибыль. В условиях кризиса ситуация еще больше усложняется и требует более глубокого подхода при решении возникающих проблем. Поэтому стратегическое управление как деятельность высшего руководства по управлению организацией в конкурентной рыночной среде, является важнейшей составляющей жизни предприятия любого типа в этот период времени.

Специфика управления этими предприятиями заключается в выявлении новых потребностей и максимально быстрое приспособление производства для их удовлетворения.

	Малые предприятия	Средние предприятия	Крупные предприятия
Типы целей организации в условиях кризиса	1. Развитие бизнеса, экспансия 2. Стабилизация, сохранение достигнутого результата. Предпринимаются шаги по возвращению на докризисные позиции 3. Решение краткосрочных проблем. Стабилизация ситуации - является самой дальней целью		
Возможные стратегии развития	1. Выбор сферы деятельности, в которой возможно обеспечить максимальный эффект малого предприятия (химчистки, прачечные) 2. Сотрудничество с крупными предприятиями, симбиоз с крупным бизнесом (роль поставщиков для крупных предприятий) 3. Контроль над затратами, стратегия дифференциации,	1. Умеренный рост в рамках ниши (экономическая стратегия – контроль над затратами); 2. Превращение в крупную ведущую фирму с сохранением специализации - фокусирование; 3. Превращение в массового производителя с выходом за пределы ниши – дифференциация.	Виолентная стратегия - постоянное обновление производства, товаров, путем ввода научно-технические новшества и реализации социальных новаций
Антикризисные позиции предприятий	1. Конструктивные и созидательные 2. Связанные с интенсификацией деятельности 3. Связанные с управлением затратами 4. Импульсивные		

В условиях сложившейся сегодня геополитической ситуации, на фоне международных санкций, вопросы импортозамещения становятся наиболее актуальными. Во многих стратегических отраслях промышленности доля потребления импорта оценивается на высоком уровне и создает потенциальную угрозу, как для национальной безопасности, так и для конкурентности российской экономики в целом. Но, сложившаяся ситуация - это не только угроза, но и возможность для реализации стратегии ускоренного подъема отечественного производства во многих отраслях.

**АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИИ
«ПОДРЫВНЫХ ИННОВАЦИЙ» К. КРИСТЕНСЕНА И
«ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОПАСТИ» ДЖ. МУРА ПРИ РАЗРАБОТКЕ
СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА**

**THE ANALYSIS OF THE POSSIBILITIES OF APPLICATION C.
CRISTENSON'S THEORY OF "DISRUPTIVE INNOVATIONS" AND
G. MOORE'S "CROSSING THE CHASM" FOR DEVELOPING OF
THE PROMOTION STRATEGY OF INNOVATIVE PRODUCT**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Проведен анализ возможностей применения теорий «подрывных инноваций» К. Кристенсена и «преодоления пропасти» Дж. Мура при разработке стратегии продвижения инновационного продукта. По результатам данного анализа систематизированы условия применения ключевых выводов указанных теорий. Систематизация базируется на оценке глубины вносимых изменений инновацией, составляющей основу инновационного продукта

Ключевые слова: инновационный продукт, поддерживающие инновации; подрывные инновации; прерывающие инновации

Abstract. The analysis of the C. Christenson's theory of "disruptive innovations" and G. Moore's "Crossing the Chasm" theory from the perspective of possibility of its application during the process of developing of the strategy for promotion of innovative product is carried out. By results of this analysis the conditions of usage of above theories' core deductions are systematized. Systematization is based on the evaluation of the depth of changes that innovation, which form the innovative product, brings.

Keywords: innovative product; incremental innovations; disruptive innovations; discontinuous innovations

В современных условиях успех инновационного предприятия в значительной степени определяется не только способностью разрабатывать и производить высокотехнологичную продукцию, но и наличием у него эффективной стратегии продвижения этой продукции на рынок.

Одно лишь технологическое преимущество продукции не может обеспечить ее коммерческий успех, поскольку рынок предъявляет спрос не на саму инновацию как таковую, а на ценность, создаваемую конечным продуктом, в который эта инновация была интегрирована. Данный тезис справедлив как для потребительских продуктов, так и для продукции промышленно-технического назначения. Так, к примеру, потребитель предъявляет спрос на пятновыводитель, а не инновационную композицию поверхностно-активных веществ, обеспечивающих его эффективность. Аналогично и предприятие интересуется не технология индукционного нагрева, составляющая основу установки для плавки металла, а функциональные характеристики и затраты по эксплуатации этой установки.

В свою очередь, выбор стратегии создания и вывода на рынок нового продукта во многом зависит от глубины изменений, которые вызывает в структуре потребительских ожиданий и отраслевой бизнес-модели инновация, составляющая его основу. Данный тезис находит свое подтверждение в современных теориях развития и диффузии инноваций таких авторов как К. Кристенсен и Дж. Мур. Упомянутым авторам удалось выявить типовые препятствия, возникающие на пути предприятия при продвижении продукта, созданного на базе того или иного вида инновации, и предложить набор проактивных стратегий, позволяющих исключить возможность возникновения этих препятствий.

Однако отсутствие четкого определения критериев отнесения инноваций к тому или иному виду в зависимости от глубины изменений (к поддерживающим, подрывным или прерывающим), затрудняет практическое использование выводов их теорий при разработке стратегии инновационного предприятия. В связи с этим идентификация таких критериев для определения границ применения теории «подрывных инноваций» К. Кристенсена и «преодоления пропасти» Дж. Мура при разработке стратегии продвижения инновационного продукта на рынке является актуальной задачей.

Прежде чем непосредственно перейти к изучению возможностей и ограничений применения ключевых постулатов упомянутых теорий представляется важным рассмотреть предлагаемые их авторами классификации инноваций в зависимости от глубины вносимых ими изменений.

Так, в своей книге «Дилемма инноватора», К. Кристенсен выделил два вида инноваций в зависимости от характера и глубины вносимых ими изменений: поддерживающие и «подрывные» [1]. К поддерживающим инновациям он относит инновации, которые улучшают продукт на существующем рынке так, как этого ожидают потребители. То есть, в данном случае речь идет о постоянном совершенствовании существующей

щих продуктов и процессов предприятия для удержания и/или расширения своей доли основного рынка.

«Подрывные» инновации, напротив, направлены на завоевание нового рынка в результате предложения иного набора ценностей, то есть продвижения на рынок иного по структуре и содержанию ценностного предложения (подробнее об отличиях подрывных и поддерживающих инноваций см. табл.1.).

Таблица 1

Сравнительный анализ поддерживающих и «подрывных» инноваций¹

Наименование характеристики	Поддерживающие инновации	«Подрывные» инновации
Цель	удержание и/или расширение занимаемой доли основного рынка	выход на новые рынки и/или создание новых рынков
Область применения	используются «устоявшимися компаниями» (лидерами рынка)	используются «новичками» отрасли: молодыми компаниями, компаниями - стартапами
Целевые потребители	основной рынок: наибольший по размеру, наиболее прибыльный и требовательный сегмент рынка	нетребовательные потребители, которым продукт был недоступен из-за цены или отсутствия необходимых навыков и оборудования для его использования
Воздействие на инновационный процесс	выталкивают кривую технологического цикла вверх	обрывают кривую технологического цикла на данном рынке и начинают ее с нуля на новых рынках
Характер стратегий, разрабатываемых на их основе	реактивный	проактивный

Именно «подрывные» инновации, по мнению Кристенсена, являются ключом к успеху предприятия в конкурентной борьбе. Они позволяют не просто обойти конкурентов, а полностью изменить сложившуюся структуру отрасли. Это происходит следующим образом: «подрывная» инновация ложится в основу новой, отличной от принятой в отрасли бизнес-модели, которая первоначально откачивает спрос, медленно понижая прибыльность прежней модели, а порой и вовсе выводит ее из употребления.

Кристенсен предлагает два типа «подрывных» стратегий, которые будут способствовать преобразованию отрасли:

¹ Составлено на основе [1] и [2]

- 1) **подрывная стратегия завоевания новых рынков.** Суть стратегии заключается в предложении рынку иного набора ценности, который может быть интересен для новых потребителей. То есть, речь идет о поиске и усилении неиспользованных возможностей исходного продукта, т.е. тех его свойств (характеристик), которые в настоящее время недостаточно развиты и могут представлять ценность для потенциальных потребителей. При этом остальные характеристики (атрибуты) продукта могут быть «снижены» или вовсе упразднены;
- 2) **подрывная стратегия, ориентированная на нижние сектора рынка.** Реализация данной стратегии предполагает предложение рынку продукта по цене ниже, чем у его рыночных альтернатив, посредством изменения цепочки создания ценности.

Еще одним важным моментом концепции Кристенсена является то, что одна и та же инновационная идея может быть запущена как по поддерживающей, так и по «подрывной» стратегической траектории. Это представляется важным для малых инновационных предприятий, для которых реализация идеи новшества по «подрывному» сценарию может стать ключом к успеху в конкурентной борьбе.

Он предложил три блока вопросов для оценки возможности развития инновационной идеи в «подрывную» стратегию. Ответы на вопросы первых двух блоков позволят руководству предприятия определить, может ли рассматриваемая идея стать основой для одной из двух типов «подрывной» стратегии («подрывной» стратегии завоевания новых рынков или «подрывной» стратегии, ориентированной на нижние сектора рынка), третьего – проверить, является ли она «подрывной» по отношению ко всем компаниям, устоявшимся на рынке.

Таким образом, теория «подрывных» инноваций предлагает мощный инструментарий для анализа и прогнозирования влияния инноваций на структуру внутриотраслевой конкуренции. Тем не менее, акцент исключительно на препятствиях, которые возникают в процессе продвижения инновационного продукта на рынок в результате действий, предпринимаемых другими отраслевыми игроками, существенно ограничивает возможности применения рассматриваемой теории при оценке потенциала коммерциализации радикальных инноваций. Ввиду того, что данный тип инноваций представляет собой удовлетворение потребности клиента радикально новым способом, использование продуктов созданных на их основе требует изменения модели его поведения. В свою очередь, новый продукт, который заставляет людей отказываться от привычек и менять модель поведения, непременно столкнется с их сопротивлением.

Следовательно, при анализе и прогнозировании коммерческого успеха нового продукта, созданного на базе радикальной инновации,

необходимо принимать во внимание препятствия, создаваемые его потенциальными потребителями. Исследование таких препятствий и способов их преодоления – центральная проблема концепции «преодоления пропасти» Дж. Мура.

Он предлагает подразделять инновации на непрерывающие и прерывающие. Содержание понятия непрерывающих инноваций аналогично определению поддерживающих инноваций Кристенсена. К прерывающим же инновациям он относит те, которые требуют изменения модели поведения потребителя, т.е., приобретения им новых навыков и знаний, оборудования и т.д. При продвижении продукта, созданного на базе такой инновации, предприятие непременно столкнется с «пропастью», т.е., разрывом между двумя рыночными условиями – требованиями, предъявляемыми ранним и основным рынками.

В связи с этим руководство предприятия, продвигающего на рынок прерывающую инновацию, должно принимать во внимание модифицированную Муром модель жизненного цикла принятия технологий (см. рис. 1). Согласно данной модели, проникновение на рынок любого продукта новых технологий как переход от одного типа потребителей, которых этот продукт привлекает, к другому в течение всего жизненного цикла[3].

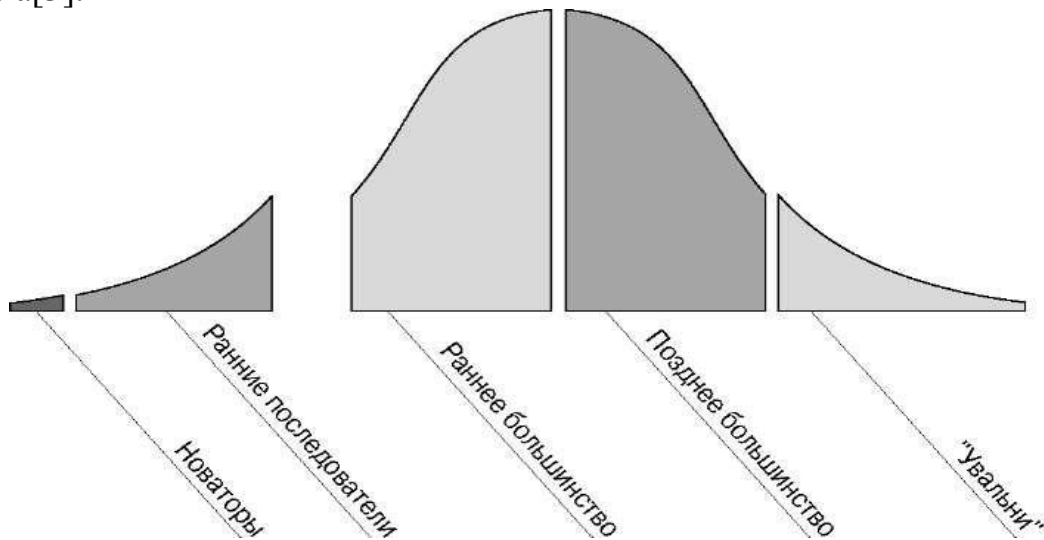


Рис. 1 Жизненный цикл принятия технологий по Дж. Муру

Группы отличаются друг от друга характером отклика на прерывающую инновацию, на которой основана новая технология. Каждая группа обладает уникальным психографическим портретом – комбинацией психологических и демографических характеристик, которые обуславливают различия в их реакциях на стимулы рыночной среды. Разрывы между смежными психографическими группами отражают разобщенность соседних групп, т.е. противодействие, которое группа будет оказывать принятию нового продукта, если он будет представлен тем же способом, что и смежной группе слева. Следовательно, для каждой из

групп потребителей, выделяемых в рамках жизненного цикла принятия технологий, должна быть разработана индивидуальная стратегия продвижения продукта, отвечающая ее специфическим особенностям.

Обобщая результаты проведенного анализа смыслового наполнения предложенных К. Кристенсенем и Дж. Муром категорий инноваций, а также их рекомендаций по их продвижению, нами были выявлены отличительные признаки указанных категорий, а также систематизированы условия применения предлагаемых авторами принципов действий при разработке стратегии продвижения инновационного продукта (см. табл. 2)

Таблица 2

Специфические особенности поддерживающих, «подрывных» и «прерывающих» инноваций и условий их реализации

Наименование характеристики	Поддерживающие или «непрерывающие» инновации	«Подрывные» инновации	«Прерывающие» инновации
1	2	3	4
1. Определение	инновации, которые улучшают уже существующий продукт в рамках характеристик, важных для потребителей на основных рынках	инновации, направленные на завоевание нового рынка в результате предложения иного набора ценностей, то есть продвижения на рынок иного по структуре и содержанию ценностного предложения	инновации, требующие изменения модели потребительского поведения
2. Технический уровень	предполагают усложнение (усовершенствование) продукта; добавление новых функций и свойств. То есть, речь идет об улучшающих технологических инновациях.	подрывные инновации – не технический, а маркетинговый феномен. Подрывная инновация – чаще представляет собой не технологическую (продуктовую или процессную) инновацию, а инновацию в области бизнес-модели	прерывающие инновации, напротив, носят технологический характер. Их реализация требует создания новой технологической цепочки.

Продолжение табл. 2

1	2	3	4
3. Объекты инновации	<ul style="list-style-type: none"> • товары и услуги 	<p style="text-align: center;"><u>чаще:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ценностное предложение; • цепочка создания стоимости; • целевой потребитель <p style="text-align: center;"><u>реже:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • товары и услуги • производственные технологии 	<ul style="list-style-type: none"> • товары и услуги; • производств. технологии
4. Тип инноваций , в соответствии с классификацией Т. Давила ¹ (место, занимаемое в его «матрице инноваций»)	инкрементальная	наполовину радикальная	радикальная
5. Область применения:			
5.1. характеристика субъекта инновации	«устоявшиеся» на рынке компании, лидеры рынка (как правило, крупные и влиятельные отраслевые игроки)	<ul style="list-style-type: none"> • создаваемые предприятия – старт-апы; • действующие малые предприятия 	<ul style="list-style-type: none"> • создаваемые предприятия – старт-апы; • действующие предприятия любого размера
5.2. условия, при которых целесообразно осуществлять данный вид инноваций	<ul style="list-style-type: none"> • наличие потенциала роста у кривой технического совершенствования продукта; • наличие большого 	<ul style="list-style-type: none"> • кривая технических усовершенствований продукта превышает кривую потребительских запросов; • существует сегмент потребителей, которые не приобретают 	<ul style="list-style-type: none"> • наличие сегмента потребителей, доступного через торговые каналы, которые предполагаются использовать, и обла-

¹ В своей книге «работающая инновация» [4], Т. Давила выдвинул тезис о том, что объект инновации определяет способ ее осуществления. Он выделил два вида объектов, которые могут подвергаться изменениям: технология и бизнес-модель. Он также определил шесть инновационных стимулов для бизнес-модели и технологий, т.н., рычагов инновации (по 3 для каждого из 2 видов). В зависимости от количества рычагов, подвергающихся изменению и глубине вносимых изменений он выделил следующие типы инноваций: инкрементальные, наполовину радикальные и радикальные инновации. Инкрементальные инновации приводят к незначительным усовершенствованиям существующих продуктов и бизнес-процессов. Наполовину радикальная инновация предполагает существенное изменение либо в бизнес-модели, либо в технологии, но не в обеих этих сферах. Радикальная инновация – это значительное изменение, которое одновременно влияет как на бизнес-модель, так и на технологию компании.

	сегмента потребителей, готовых заплатить за «лучший» продукт	продукт данной категории ввиду отсутствия у них навыков и знаний оборудования и т.п. для его использования или его высокой цены; <ul style="list-style-type: none"> • наличие возможности разработать бизнес-модель, которая позволяла бы получать прибыль даже при низких ценах на продукт • инновация не может быть запущена по поддерживающей стратегической траектории ни одним из действующих игроков рынка 	дающего необходимыми денежными средствами для оплаты целостного решения; <ul style="list-style-type: none"> • наличие у выделенного сегмента решающего фактора для покупки инновационного продукта. • наличие у выделенного сегмента потенциала обеспечивать долгосрочный рост доходов предприятия; • наличие целостной технологической цепочки¹
--	--	--	--

Использование данной систематизации позволит руководству инновационного предприятия не только определить тип инновации, лежащей в основе нового продукта/услуги, но и осуществить выбор стратегии, которая будет способствовать его успешному продвижению на рынке.

Литература:

1. Кристенсен К. Дилемма инноватора. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 239с.
2. Кристенсен К., Рейнор М. Решение проблемы инноваций в бизнесе: как создать растущий бизнес и поддерживать его рост. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 290с.
3. Мур Дж. Преодоление пропасти. Маркетинг и продажа хайтек-товаров массовому потребителю [Текст] / Дж. Мур – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 368 с.
4. Давила Т. Работающая инновация: как управлять ею, измерять ее и извлекать из нее выгоду [Текст] / Т. Давила, М. Эпштейн, Р. Шелтон – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320с.

¹ Данное условие в наибольшей степени касается предприятий, которые в рамках своей деятельности реализуют не полный цикл создания инновации, а только ее отдельный этап. То есть, их инновационный продукт, как правило, является лишь частью/элементом (пусть и ключевым) целостной высокотехнологической системы. Таким образом, критическое значение для успеха предприятий, осуществляющих «прерывающие» инновации, имеет наличие на рынке других участников технологической цепочки. При отсутствии производителей других элементов высокотехнологической системы на рынке насколько передовым не был инновационный продукт, он будет обречен на провал.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ
ОАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ**

**STRATEGIC DIRECTIONS OF DEVELOPMENT JSC "GAZPROM
NEFT" IN A COMPETITIVE ENVIRONMENT**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

Аннотация: В статье рассмотрены основные характеристики и особенности деятельности ОАО «Газпром нефть», которая является одной из наиболее крупных, быстроразвивающихся и успешных компаний в нефтегазовой отрасли России. Особое внимание уделено анализу экономических показателей деятельности компании. В статье рассмотрены основные направления деятельности ОАО «Газпром нефть» и позиции компании на международном рынке.

Abstract: The article describes the main characteristics and features of activity of JSC "Gazprom Neft", which is one of the largest, fastest growing and successful companies in the oil and gas industry. Special attention is paid to the analysis of economic performance of the company. In the article the basic directions of activity of JSC "Gazprom Neft" and the company's position in the international market.

Компания ОАО «Газпром нефть» является одним из лидеров в нефтяной отрасли России по объемам добычи и переработки нефти, а также реализации как чистых природных ресурсов, так и нефтепродуктов. К ее основным видам деятельности можно отнести разведку и разработку месторождений нефти, реализацию добытого сырья, производство и сбыт нефтепродуктов. Вертикальная интеграция позволяет компании максимизировать полезность используемых мощностей и осуществлять своевременный контроль над деятельностью нефтеперерабатывающих и сбытовых предприятий.

Доказанные запасы углеводородов компании по классификации SPE (PRMS) превышают 1,2 млрд. т. н. э., что ставит «Газпром нефть» в один ряд с 20 крупнейшими нефтяными компаниями мира[1].

Компания экспортирует свою продукцию в более чем 50 стран мира, а также реализует ее и на внутреннем рынке России с помощью собственной сети сбытовых предприятий. Что касается исключительно бункеровки, то ОАО «Газпром нефть» предлагает судовладельцам топливо во всех ключевых морских и речных портах России, а также в ряде зарубежных стран.

ОАО «Газпром нефть» и все ее дочерние предприятия показывают динамичный рост как производственных, так и финансовых показателей. Акционеры компании получают высокие дивиденды. Так, в 2012 году акционерам было выплачено 44,09 млн. руб., что превысило подобные показатели 2011 года на 27,4% [2].

Чистая прибыль компании на 2012 год составила 184 152 млн. руб., что на 9,8% больше по сравнению с результатами предыдущего года. Компания с каждым годом становится все более эффективной и осваивает в своем производстве все больше инновационных технологий. Организация на 2012 год занимает 343 место рейтинга FT Global 500, в то время как материнская компания по версии журнала Financial Times занимает 56 строчку среди самых дорогих компаний мира [3].

2012 год можно по праву назвать прорывным для ОАО «Газпром нефть». По всем основным направлениям деятельности ОАО «Газпром нефть» в отчетном году был отмечен уверенный рост производственных показателей. В части отражения роста основных производственных показателей Компании можно отметить увеличение ресурсной базы, интенсификацию добычи, увеличение объемов переработки и сбыта.

На территории России продуктовыми бизнес-единицами ОАО «Газпром нефть» в 2012 г. было реализовано на 22 % больше авиатоплива, на 28 % больше бункеровочного топлива, на 25 % больше масел по сравнению с 2011 г. Объемы реализации нефтепродуктов через АЗС в отчетном году выросли на 33 %. В 2012 г. Компания укрепила позицию крупнейшего поставщика светлых нефтепродуктов на российский рынок, нарастив рыночную долю до 21,6 %.

Анализ финансовых показателей конкурентов, проведенный компанией по итогам отчетного года, продемонстрировал уверенную позицию ОАО «Газпром нефть» как одного из лидеров отрасли по эффективности. По итогам 2012 г. Компания заняла 1-е место по удельной операционной прибыли на 1 барр. н. э., а также 2-е место по удельному операционному потоку на 1 барр. н. э. и 2-е место по возврату на вложенный капитал [4].

Сбыт нефтепродуктов является одним из быстро развивающихся направлений бизнеса ОАО «Газпром нефть». Компания нацелена на достижение высоких результатов в области реализации нефтепродуктов. В планах организации – вхождение в тройку крупнейших вертикально-

интегрированных нефтяных компаний в РФ и СНГ по объему розничных продаж к 2020 году. В продуктовый портфель компании «Газпром нефть» входят бензин (высоко- и низкооктановый бензин), дизельное топливо, мазут, авиатопливо, судовое топливо, масла и прочее (битумные материалы, пропан-пропиленовая фракция, сжиженные углеводородные газы).

Стратегической целью «Газпром нефти» является становление крупным международным игроком российского происхождения, обладающим регионально диверсифицированным портфелем активов по всей цепочке создания стоимости, активно участвуя в развитии регионов, обладая высокой социальной и экологической ответственностью. Так, для реализации стратегии компании важно развивать производство и сбыт таких продуктов, как авиатопливо, судовое топливо, смазочные материалы, высокооктановый бензин, развивать направление производства моторных масел. Так, в планах «Газпром нефть» на 2020 год стоит увеличение объема продаж автомобильных топлив (22 тонны в России и СНГ), а также премиальных продаж в продуктовых направлениях, таких как авиатопливо, бункеровка судов, смазочные материалы, битумы и нефтехимия до 18 млн тонн. В дальнейшем компания продолжит реализацию мероприятий, направленных на укрепление лидирующих позиций на внутреннем рынке реализации авиационного и бункеровочного топлива, а также планирует стать технологическим лидером среди российских производителей масел и смазочных материалов, обеспечив успешное продвижение продуктовых брендов компании на новые рынки, в том числе зарубежные.

С момента запуска компания постоянно проводит работы по поддержанию программной и содержательной частей сайта в актуальном состоянии. Корпоративный сайт ОАО «Газпром нефть» содержит более 200 страниц текстов и 500 Мб графического содержания. В целом, сайт компании «Газпром нефть» ориентирован, в первую очередь, на инвесторов и иных заинтересованных лиц. Таким образом, можно без труда найти информацию о бизнесе, социальной ответственности, а также всевозможные виды годовых и квартальных отчетов. Информация о деятельности и ее результатах является открытой и легкодоступной. Сайт удобен и прост в использовании.

В 2013 году сайт ОАО «Газпром нефть» вошел в шортлист конкурса IR Society 2013 Best Practice Awards. В России сайт стал победителем на федеральном интернет-конкурсе «Золотой сайт». Разработанный сайт ОАО «Газпром нефть» получил I место в номинации «Топливо-энергетический комплекс и нефтехимическая промышленность» на XII Всероссийском ежегодном интернет-конкурсе «Золотой сайт».

Анализ структуры и деятельности ОАО «Газпром нефть» показал, что компания обладает большим потенциалом не только энергетических, но и человеческих, финансовых и информационных ресурсов.

В ОАО «Газпром нефти» активно используются новые образовательные технологии. Всё шире входит в практику дистанционное обучение. Использование мультимедийных и интернет-технологий позволяет получать знания без отрыва от производства, по индивидуальному графику.

Система дистанционного обучения функционирует в Компании с 2010 г. На сегодня в нее входят 23 курса. Она охватывает сотрудников Корпоративного центра и 22 дочерних предприятий. В 2014 г. сотрудниками Компании был пройден 881 курс, а на обучение было направлено 249,3 млн руб. В целом около 80% сотрудников приняли участие в различных программах обучения. Методы управления, существующие в организации, способствуют эффективному достижению целей компании, обеспечивают возможность четкого и оперативного принятия управленческих решений и соответствуют принятым в международной практике подходам.

По состоянию на 31 декабря 2014 года суммарные запасы углеводородов «Газпром нефти» категорий «доказанные» и «вероятные» по международным стандартам SPE-PRMS составили 2,55 млрд. тонн нефтяного эквивалента. Это на 11,5% или 263 млн. тонн больше аналогичных показателей 2013 года. Таким образом, «Газпром нефть» почти в пятикратном объеме (497%) возместила новыми запасами объем добычи в 2014 году (66 млн. тонн нефтяного эквивалента). Факторами, позволившими в 2014 году значительно нарастить ресурсную базу, стали геологоразведочные работы, проведенные как самой компанией, так и ее совместными предприятиями, а также увеличение долей в компаниях «СеверЭнергия», «Нортгаз», «Газпром нефть шельф». Успешность поисково-разведочного бурения «Газпром нефти» находится на высоком уровне и по итогам 2014 года составляет 81% [5].

Стратегия развития ОАО «Газпром нефть» принята в начале 2010 года. В рамках построения интегрированной системы разработки долгосрочных и среднесрочных планов этот документ является определяющим и при постановке задач ближайших периодов до 2020 года. Стратегическая цель компании – стать крупным международным игроком российского происхождения, обладающим регионально диверсифицированным портфелем активов по всей цепочке создания стоимости, активно участвуя в развитии регионов, обладая высокой социальной и экологической ответственностью.

Основными целевыми стратегическими ориентирами ОАО «Газпром нефть» на 2020 г. по операционным сегментам являются добыча, переработка и продажа продукции конечным потребителям.

Литература:

1. Официальный сайт ОАО «Газпром Нефть» - Наш бизнес - <http://ir.gazprom-neft.ru/gazprom-neft-at-a-glance/our-business/>. (Дата обращения 15.02.2015)
2. Ведомости – деловая газета - «Газпром нефть» выплаты дивидендов - <http://www.vedomosti.ru/companies/news/16954241/gazprom-neft-vyplatit-dividendy/>. (Дата обращения 16.02.2015)
3. Oilcapital.ru – Новости о нефти и газе - www.oilcapital.ru/company/214763.html/. (Дата обращения 16.02.2015)
4. Официальный сайт ОАО «Газпром Нефть» - Годовой отчет 2012 – ОАО «Газпром Нефть» - http://ir.gazpromneft.ru/fileadmin/user_upload/documents/shareholders_meetings/3_annual_report_rus.pdf. (Дата обращения 16.02.2015)
5. «Газпром нефть» на 11,5% нарастила запасы, пятикратно возместив добычу 2014 года. - <http://www.gazprom-neft.ru/press-center/news/1105412/> (Дата обращения 16.02.2015)

УДК 65.0(075.8)

Морозко Наталья Иосифовна
доктор экономических наук, профессор
natmorozko@mail.ru

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ
УСТОЙЧИВОСТЬЮ МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Москва, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: Обосновывается необходимость учета требований новой управленческой парадигмы. Выделяются отличия в управлении финансовой устойчивостью от традиционных систем. Предлагается использовать финансовые ориентиры, имеющие ключевое значение для механизма по обеспечению устойчивостью функционирования малой организации.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; стратегическое управление; эффективность; финансовые ориентиры.

Главным фактором эффективности деятельности любой организации в рамках новой управленческой парадигмы становится качество управления на всех стадиях развития. Методы финансового менеджмента позволяют оценить: риск и выгодность способов вложения средств; эффективность работы организации. Финансовый менеджмент включает: разработку и реализацию финансовой политики организации с применением различных финансовых инструментов, предложения по решению финансовых вопросов, разработку методов реализации задач. Задачей финансового менеджмента является определение приоритетов и поиск компромиссов для оптимального сочетания интересов различных участников инвестиционных решений (собственников, кредитных организаций, государства).

Финансовая устойчивость отличается от традиционных систем оценок тем, что представляет собой интегрирующий подход, направленный на качественное улучшение процесса принятия решений на всех уровнях управления и за счет концентрации усилий на ключевых факторах финансового состояния. Конкурентное преимущество малой организации базируется на финансовых факторах, которые способствуют оптимальным перспективам ее развития и функционирования. Управление индикаторами финансовой устойчивости должно создавать возможность выявления из их совокупности, параметров, оказывающих наибольшее влияние на финансовое состояние и помогающие организации достигнуть поставленных целей.

Для обеспечения устойчивости развития малой организации рекомендуются использовать финансовые ориентиры, имеющие ключевое значение для механизма по обеспечению стабильности функционирования малой организации.

Главной целью функционирования малой организации, как и всех других организаций, является обеспечение роста рыночной стоимости организации и благосостояния ее собственников. Рассматривая малую организацию как систему с заданными параметрами функционирования, предлагается использовать минимум показателей, отражающих условия достижения главной цели. Финансовыми индикаторами, характеризующими рациональный подход к обеспечению устойчивого развития малой организации, по нашему мнению, выступают:

- максимизация отдачи на капитал, то есть оценка эффективного использования капитала, что характеризует показатель рентабельности совокупных активов (ROA);

- минимизация финансовых рисков при использовании заемных средств. Этот индикатор можно отследить на основе расчета эффекта финансового рычага (EFL - of the effect of financial leverage);

- эффективность используемого капитала на основе минимизации затрат по его привлечению. Таким индикатором выступает средневзвешенная стоимость капитала (WACC- Weighted Average Cost of Capital), позволяющая оценить затраты по привлечению всех видов капитала;

- уровень достижимого роста, то есть возможности развития малой организации в условиях взаимно согласованных маркетинговых, производственных и финансовых требований, что можно оценить с помощью модели SGR (Sustainable growth rate).

Предлагаемые финансовые индикаторы позволяют отследить рост рыночной стоимости малой организации, что отражается на результативном показателе эффективности процессов привлечения и использования капитала в заданных рамках доходности и риска - экономической добавленной стоимости EVA (Economic Value Added). Увеличение экономической добавленной стоимости свидетельствуют о максимальной отдаче капитала, минимизации рисков и затрат по использованию капитала, обеспечении устойчивого роста малой организации.

В модели устойчивого роста учитывается состояние различных позиций финансово-хозяйственной деятельности организации: производственной (капиталоемкость), финансовой (структура источников финансовых средств), положения организации на товарном рынке (рентабельность продаж).

УДК 334.025

Некрасова Наталья Владимировна

Nekrasova N.V.,

Горчакова Людмила Ильинична

Gorchakova L.I.

к. э. н., доц.

ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

APPLICATION OF THE PROJECT MANAGEMENT FOR STRATEGIC GOALS OF THE ENTERPRISE

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Проектное управление – это эффективный инструмент для достижения стратегических целей компаний, который применяется

посредством интеграции со стратегическим менеджментом. Соблюдение правил такой интеграции влечет за собой повышение эффективности деятельности организации на практике, которое отмечено не только крупнейшими мировыми корпорациями, но и государственными структурами.

Abstract. Project management is an effective tool in achievement of strategic goals of the company which is used along with strategic management. The compliance of the rules of this integration is followed by increase in activity of the enterprise which is practically proved in world corporations and governments.

Ключевые слова. Стратегический менеджмент, проектное управление, оценка эффективности проектного управления, стратегические цели.

Key words. Strategic management, project management, assessment of the effectiveness in project management, strategic goals.

К сожалению, современные исследования показывают, что стратегическое управление в большинстве ведется неэффективно. Исследования показывают что: 93 % персонала не связывают результаты своей работы со стратегическими целями компании; основной бюджет 73 % компаний связан с обеспечением повседневной деятельности, а не целями компании; только 15 % используемых показателей эффективности связаны с необходимостью достижения стратегических целей [1].

На сегодняшний день выявлено, что проектное управление существенно влияет на эффективность стратегического менеджмента. Разработка стратегии начинается с определения миссии и долгосрочных целей. На основе целей формируется комплексная программа развития, представляющая собой набор, каждая из которых – набор проектов.

Основа интеграции стратегического менеджмента и управления проектами лежит в принципах восходящего и нисходящего планирования.

Можно выделить подсистемы проекта, непосредственно интегрирующиеся с планом организации. (Рисунок 1).



Рис. 1 Схема интеграции управления проектами и стратегического плана

Только в случае соответствия уникальной цели проекта общей стратегии, установленного уровня расходов на проект и доходов от его реализации – финансовому плану, можно говорить об эффективности управления проектами для стратегии[2].

При соблюдении этого правила на стадии выбора проектов, осуществление проектного управления будет направлено на достижение стратегических целей, что повлечет за собой следующие результаты: соблюдение сроков и бюджетов проектов, интенсификация деятельности за счет внутренних резервов, более эффективная реализация стратегии.

Опыт отечественных государственных структур, зафиксированный в различных отчетах, подтверждает эффективность данного подхода для реализации стратегии [3].

Список литературы:

1. Шамгунов Р.Н. Система стратегического управления. Дата публикации: 18.09.2012 // <http://www.cfin.ru/management/controlling/sms.shtml>
2. Чеботарев А. Н. Методы и средства достижения стратегических целей // Аудит и финансовый анализ
3. Погорелов Д.В. Проектное управление как инструмент повышения качества государственного и муниципального управления // Электронный журнал «ЭГО» - №4 (11) - 2012

Орлов Александр Сергеевич
Orlov A.S.

кандидат фармацевтических наук,
доцент кафедры экономики и управления
pharmmanagement@yandex.ru

РОЛЬ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

ROLE OF MERGERS AND ACQUISITIONS IN STRATEGIC MANAGEMENT OF THE PHARMACEUTICAL ORGANIZATIONS

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия

Аннотация: Рассмотрены основные причины и разновидности слияний и поглощений на мировом и российском фармацевтическом рынке. Охарактеризована роль, которую выполняют процессы интеграции и консолидации в стратегическом управлении фармацевтическими организациями.

Abstract: The main reasons and kinds of mergers and acquisitions in the world and Russian pharmaceutical market are considered. The role which is carried out by processes of integration and consolidation in strategic management of the pharmaceutical organizations is characterized.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, стратегическое управление фармацевтическими организациями, слияния и поглощения, процессы интеграции и консолидации.

Keywords: pharmaceutical market, strategic management of the pharmaceutical organizations, mergers and acquisitions, processes of integration and consolidation.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации во внешней среде в настоящее время фармацевтические компании должны иметь эффективную стратегию развития, которая позволяла бы им сохранять конкурентоспособность в долгосрочной перспективе. Вместе с тем в нашей стране в силу исторических условий стратегический менеджмент как инструмент управления еще находится в стадии становления, в том числе и в фармацевтической отрасли. В результате этого принятие большинства стратегических решений по актуальным вопросам собственного развития многими субъектами отечественного фармацевтического рынка осуществляется методом проб и ошибок [1].

Необходимость разработки механизма принятия и реализации стратегических решений обусловлена также задачей по противодействию сильным конкурентам, преимущественно иностранным, наращивающим свой потенциал в результате осуществления многочисленных сделок по слияниям и поглощениям, которые очень распространены на фармацевтическом рынке.

Слияния и поглощения (англ. Mergers and Acquisitions, M&A) относятся к экономическим процессам укрупнения бизнеса и капитала, в результате которых на рынке появляются более крупные компании взамен нескольких менее значительных. Экономические мотивы, которые обуславливают стремление к объединению, разнообразны. M&A-сделки способствуют уменьшению текущих расходов за счет сокращения дублирующих подразделений, позволяют получать более высокую прибыль, обеспечивают расширение ассортимента выпускаемой продукции, дают возможность доступа к новым технологиям и повышают научно-исследовательский потенциал [2]. К наиболее распространенным типам слияний и поглощений фармацевтических компаний относятся горизонтальная и вертикальная интеграция. Горизонтальная интеграция предполагает объединение нескольких компаний, действующих на одном уровне продуктовой вертикали. Под вертикальной интеграцией понимается объединение организаций, связанных общим участием в процессе производства и реализации продукции, поэтому в ней могут одновременно участвовать поставщики сырья, производители, дистрибьюторы, розничные компании [3]. Видами горизонтальной интеграции на фармацевтическом рынке являются поглощение крупными фармацевтическими компаниями малых и средних фирм, слияние равных по рыночной силе фармацевтических компаний, партнерские соглашения и стратегические альянсы, а также приобретение фармацевтическими компаниями биотехнологических фирм или заключение с ними договоров о совместной деятельности. На фармацевтическом рынке широко распространена и вертикальная интеграция, при которой происходит объединение предприятий-производителей лекарств, оптовых и розничных компаний.

На мировом фармацевтическом рынке сделки по слиянию и поглощению уже давно являются обыденными. В результате стратегического развития, основанного на совершении подобных сделок, ведущие фармацевтические компании мира еще больше расширяют масштабы своей деятельности, увеличивают экономический потенциал, повышают конкурентоспособность. В течение 2013 г. было проведено 128 M&A-сделок, а их общая стоимость составила 127 млрд. долларов США. Наиболее распространены M&A-сделки в таких рыночных сегментах как онкология, сахарный диабет, острые инфекционные или хронические за-

болевания, дерматология, урология, гастроэнтерология, гинекология. Высокой инвестиционной привлекательностью обладают компании, занимающиеся созданием современных технологий изготовления фармацевтической продукции, а также разработкой и производством оригинальных лекарственных препаратов и новейших диагностических систем.

В российской фармацевтической отрасли процессы консолидации и интеграции также характеризуются высокой активностью и являются неотъемлемой составляющей стратегии развития многих отечественных фармацевтических компаний. Во многом в результате влияния этих процессов в производственном секторе суммарная доля 20 крупнейших отечественных производителей лекарств в общем объеме производства в России с 2008 г. до 2013 г. возросла с 73,37% до 76,67% [4]. В 2013 г. в нашей стране было зафиксировано рекордное за последние несколько лет количество сделок по слиянию и поглощению фармацевтических производителей. Лидирующая по объему производства лекарств в России компания ОАО «Фармстандарт» в августе 2013 г. приобрела 100% акций сингапурского производителя лекарств Bever Pharmaceutical. Стратегической целью приобретения руководство российского производителя называет заключение долгосрочного контракта на поставку необходимых субстанций для двух основных его препаратов по фиксированным ценам – «Арбидола» и «Афобазола», а также существенное увеличение доходности. Другой заметной сделкой в производственном секторе стала продажа 80,55% акций ЗАО «Фармацевтическое предприятие «Оболenskое» кипрской компанией Alvansa Limited, которая выступила в роли посредника, а в качестве реальных покупателей выступили ОАО «Газпромбанк» и UFG Private Equity. Канадская компания Valeant Pharmaceuticals за 20 млн. долларов США приобрела российского производителя биологически активных добавок «Экомир Фарма». В 2014 г. наиболее громкой сделкой стало приобретение американской компанией Abbott одного из ведущих российских производителей лекарств ОАО «Верофарм» за 17 млрд. рублей. Благодаря этой сделке Abbott приобрел портфель препаратов, хорошо сочетающихся с приоритетными терапевтическими направлениями компании, такими как кардиология, гастроэнтерология, онкология, а также получил производственные возможности в России, став владельцем как существующих заводов ОАО «Верофарм», так и строящегося в данный момент современного производственного комплекса. Руководство Abbott ожидает, что благодаря данной сделке продажи компании в 2015 г. увеличатся на 150 млн. долларов США.

В оптовом звене российского фармацевтического рынка концентрация является традиционно высокой, и в 2013 г. на долю ведущих 10 дистрибьюторов приходилось 82,4% всех продаж [4]. В последние годы

многие российские дистрибьюторы активно участвуют в интеграционных процессах, предполагающих создание собственного производства (например, это характерно для таких компаний как Протек, Р-Фарм, СИА) и развитие подконтрольной аптечной сети (Протек, Катрен, Роста, Ogiola). Например, в 2013 г. входящим в состав группы «РОСТА» ЗАО «Радуга Продакшн» был введен в эксплуатацию новый завод по производству фармацевтической продукции. Фармацевтический холдинг «ФармЭко», включающий в себя дистрибьютора «Ирвин 2», в этом же году за 50 млн. долларов приобрел производственное предприятие ЗАО «ЗиО-Здоровье».

В розничном сегменте российского фармацевтического рынка на долю 10 лидирующих по объемам продаж аптечных сетей приходится 17,2%, то есть концентрация в производственном и оптовом сегментах является более высокой, однако, по количеству сделок аптечные организации не уступают производителям и дистрибьюторам [4]. Наиболее значимыми за последнее время в розничном сегменте стали сделки по объединению аптечных сетей «Радуга» и «Первая помощь», поглощение A.V.E.Group таких аптечных сетей как «120 на 80», «Соцстор», «Плениа» и Феола», приобретение аптечной сетью «Здоровые люди» казанских аптек «Фарм-Сервис», а также договор об оказании услуг управления между сетью аптек «Доктор Столетов» и «Озерки». В ближайшей перспективе многие эксперты ожидают целую череду слияний и поглощений в розничном сегменте отечественного фармацевтического рынка. Главным образом это связано с ужесточением государственного ценового регулирования, обновлением обязательного аптечного ассортимента, способствующими снижению рентабельности, которая станет еще меньше в условиях кризиса и девальвации рубля [5,6]. В связи с этим одним из приоритетных направлений стратегического развития многих фармацевтических компаний будут выступать процессы консолидации и интеграции.

В настоящее время ситуация в фармацевтическом бизнесе складывается таким образом, что укрупнение может позволить компаниям выжить и развиваться в условиях жесткой конкуренции и увеличения расходов. На мировом фармацевтическом рынке уже давно широко распространены и весьма популярны многочисленные сделки по слияниям и поглощениям, которые позволяют их инициаторам выходить на новые рынки сбыта и создавать дополнительные источники доходов. В результате консолидационных и интеграционных процессов появляется реальная возможность решить многочисленные бизнес-проблемы фармацевтических компаний, связанные с истечением срока действия патентов, экономическим кризисом, истощением научно-исследовательского потенциала. В условиях активизации консолидационных процессов и

укрупнения многих российских фармацевтических компаний для остальных субъектов фармацевтического рынка возникает актуальная задача, связанная с разработкой эффективных ответных стратегических мер и принятием грамотных управленческих решений, способствующих сохранению и упрочнению рыночных позиций и повышению их конкурентоспособности.

Библиографический список

1. Орлов А.С. Особенности разработки стратегических решений в области ценообразования на фармацевтическом рынке // Сборник статей международной научно-практической конференции «Современные направления развития медицины 2014» / Под общей редакцией В.П.Трошина. – Брянск: НДМ, 2014. – С. 199-203.

2. Слияния и поглощения на фармацевтическом рынке [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.apteka.ua/article/34433> (дата обращения: 22.02.2015).

3. Пинкевич И.К. Виды и особенности интеграционных процессов в агропромышленном комплексе России // Проблемы современной экономики. – 2010. – №1(33). – [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3050> (дата обращения: 22.02.2015).

4. Орлов А.С. Фармацевтический рынок : проблемы и перспективы // Новая аптека. Эффективное управление. – 2014. – №9. – С.12-21.

5. Орлов А.С. Совершенствование государственного регулирования цен на фармацевтическом рынке России: использование зарубежного опыта референтного ценообразования // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2014. – №2. – С.14-19.

6. Орлов А.С., Халимова А.А. Ретроспективный анализ изменения законодательной базы в области ценового регулирования на фармацевтическом рынке России // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2014. – №4. – С.19-27.

**ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ
НА ОСНОВЕ СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА И ВЫБОРА ЦЕЛЕВЫХ
СЕГМЕНТОВ**

**OPERATIONAL ORIENTATION OF ENTERPRISE BASED ON THE
SELECTION OF TARGET SEGMENTS**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет
технологии и дизайна

Аннотация. Предлагается аналитический инструментарий стратегического маркетинга, позволяющий предприятию реализовывать эффективную производственную ориентацию на рынке. Рассматривается методика сегментации рынка и выбора целевых сегментов, основанная на применении методов кластерного анализа, векторной оптимизации и нейросетевых технологий. Обсуждаются результаты вычислительных экспериментов по решению исследуемых задач.

Abstract. The proposed analytical tools of strategic marketing allows businesses to implement an efficient operational orientation on the market. Touches upon the method segmentation and selection of target segments, based on the method of cluster analysis, vector optimization and neural network technology. The results of computational experiments solution of the problem are discussed.

В условиях динамичных изменений параметров внешней среды и высокой остроты конкуренции на рынке становится особо важной проблема выбора рациональной производственной ориентации предприятия с целью наиболее эффективного использования его ограниченных производственных ресурсов. Одним из инструментов решения этой проблемы является сегментация рынка с последующим определением целевых сегментов в соответствии с «золотым» правилом Парето (20% потребителей формируют 80% выручки предприятия) [1]. Анализ существующих подходов к решению задачи выбора целевых сегментов показывает, что в настоящее время наиболее широко на практике используются эвристические методы, основанные на здравом смысле, опыте и интуиции маркетолога и позволяющие получать лишь приближенное решение. В этой

связи становится актуальным применение математических моделей и методов, позволяющих повысить точность решения исследуемой задачи.

Целью работы является разработка компоненты аналитического инструментария стратегического маркетинга, позволяющей предприятию реализовывать эффективную производственную ориентацию на рынке. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- построение методики проведения многомерной сегментации рынка, основанной на совместном применении самоорганизующейся карты Кохонена и кластерного анализа;
- построение методики выбора целевых сегментов рынка с применением различных методов многокритериальной оптимизации;
- проведение анализа результатов вычислительных экспериментов по решению исследуемой задачи на ПК.

Известно, что сегментацию рынка представляется возможным проводить с использованием как искусственной нейронной сети (сети Кохонена), так и кластерного анализа. Так как процедура интерпретации результатов, полученных с применением карты Кохонена, носит существенно субъективный характер, предлагается использовать методику, основанную на совместном последовательном использовании этих двух методов. На этапе визуального анализа топологической карты Кохонена определяется количество сегментов, которое в дальнейшем используется в качестве исходных данных при кластеризации методом k -средних.

Главным преимуществом сети Кохонена является использование неконтролируемого обучения. К основным этапам работы с сетью Кохонена относятся: ввод обучающей выборки (значений параметров исследуемых объектов (потребителей продукции предприятия)); задание параметров обучения сети (скорость обучения и количество «эпох»); определение размера топологической карты; интерпретация результатов (выделение сегментов на карте и подсчет их количества) [2, 3]. В процессе обучения нейронной сети выявляются несколько нейронов-победителей (центров сегментов) вокруг которых образуются группы, состоящие из похожих объектов. Формируется топологическая карта, в результате визуального анализа которой выдвигается гипотеза относительно наличия кластерной структуры, количества образованных сегментов и их качественного состава.

Использование метода кластеризации k -средних проводится по следующему алгоритму:

- задается количество сегментов k , выявленное на этапе визуального анализа карты Кохонена;
- случайным образом отбираются k объектов, которые принимаются за эталоны; каждому объекту присваивается порядковый номер;

- из оставшегося множества объектов извлекается объект x_i . С помощью меры расстояния (евклидово расстояние) проверяется - к центру какого из эталонов объект находится ближе всего;
- проверяемый объект присоединяется к эталону, расстояние до центра которого минимально; эталон заменяется новым, пересчитанным с учетом присоединенного объекта;
- извлекается объект x_{i+1} , для которого повторяются шаги 2 – 4. Процесс кластеризации завершается, если состав сегментов перестает изменяться [4].

Решение задачи выбора целевого сегмента рынка возможно на основе применения методов многокритериальной оптимизации, обеспечивающих поиск наилучшего решения среди множества вариантов с учетом нескольких критериев оптимальности, нередко противоречащих друг другу. Предлагается использовать такие методы векторной оптимизации, как методы равномерной оптимизации, справедливого компромисса, идеальной точки, свертывания критериев и главного критерия [5], [6].

Анализ результатов проведенных на ПК вычислительных экспериментов по решению задач сегментации рынка и выбора целевых сегментов для типографии, занимающейся производством этикеточной продукции, позволяет сделать вывод о корректности и эффективности предлагаемого подхода. Применение рассмотренного аналитического инструментария стратегического маркетинга предприятия позволит существенно уменьшить время расчетов, а также повысить точность и качество принимаемых стратегических маркетинговых решений.

Литература

1. Котлер Ф. Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. - СПб.: Питер, 2010.
2. Кохонен Т. Самоорганизующиеся карты. - М.: БИНОМ, 2008.
3. Боровиков В. Нейронные сети. STATISTICA Neural Networks. Методология и технологии современного анализа данных. - М.: Горячая линия – Телеком, 2008.
4. Ким Дж.-О., Мьюллер У., Клекка У.Р. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ. - М.: Финансы и статистика, 1989.
5. Подиновский В.В., Ногин В.Д. Парето-оптимальные решения многокритериальных задач. - М.: Физматлит, 2002.
6. Зак Ю.А. Прикладные задачи многокритериальной оптимизации. - М.: Экономика, 2014.

Потемкин Валерий Константинович
Potemkin V.K.

доктор экономических наук,
профессор кафедры стратегического менеджмента,
Заслуженный деятель науки РФ
socupr@list.ru

**СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ
ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ В КРИЗИСНЫХ
СИТУАЦИЯХ**

SOCIO-CULTURAL ASPECT OF ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT STRATEGY OF LARGE INDUSTRIAL COMPLEXES IN CRISIS SITUATIONS

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Аннотация: В статье рассматривается социокультурный аспект организационного развития крупных промышленных комплексов, его структурные характеристики, его факторы и проявления. Внимание акцентируется на организационно-культурной среде предприятия, влиянии ее типов, содержания и профилизации на социально-психологический климат коллектива предприятия. В статье отражен механизм взаимодействия организационной культуры и стратегии организационного развития предприятия.

Ключевые слова: стратегия организационного развития, организационная культура, социально-психологический климат, кризисный период

Annotation: The article deals with the socio-cultural aspect of organizational development of large industrial complexes, its structural characteristics, its factors and manifestations. Focuses on the organizational and cultural environment of the enterprise, its impact types, content and profiling on the socio-psychological climate of the collective enterprise. The paper describes the mechanism of interaction between organizational culture and organizational development strategy of the enterprise.

Key words: organizational development strategy, organizational culture, socio-psychological climate, crisis period

Обращение внимания к данной проблеме в самом начале 80-х годов прошлого века обусловлено, с одной стороны, снижением темпов ро-

ста промышленного производства и наметившимся вакуумом товаров и услуг на потребительском рынке, с другой стороны, потребностью качественно нового понимания процессов организационного развития в стратегии деятельности крупных промышленных комплексов. Если принять во внимание, что организация есть ни что иное, как рациональное координирование деятельности множества людей, нацеленное на достижение какой-либо общей определенной цели или задачи путем разделения труда и функции и с помощью иерархии власти и ответственности, [1] то можно согласиться с Р.Бекхардом, давшим следующее определение организационному развитию – это деятельность 1) спланированная, 2) распространяющаяся на всю организацию и 3) управляемая сверху, чтобы 4) повысить эффективность и здоровье организации путем 5) запланированного взаимодействия в организационных процессах с использованием бихевиористических познаний. [2]

Данное определение процессов организационного развития позволяет увязать в единое целое две иногда совершенно независимые стратегии: 1) роста эффективности производства при резком увеличении интенсивности труда работников и 2) сохранения социального здоровья работников, индикаторами которого являются: социально-психологический климат, социальное самочувствие, культура поведения и ответственность при выполнении всех видов работ, а также развитие социально-трудовых отношений, купирующих возникновение межличностных, межгрупповых и межфункциональных конфликтов. И здесь совершенно очевидно, что реализация первой стратегии практически невозможна без адекватного внимания ко второй стратегии, основанной на постоянном взаимодействии различных категорий работников. С.А.Оранский, раскрывая природу взаимодействия людей, отмечал, что «...всякое общение между людьми ведет к известному психическому взаимодействию между ними, а в результате этого взаимодействия у людей слагаются также мысли, чувства, настроения, которые никогда не появлялись бы у каждого из них вне общения с другими...». [3, с. 43] И далее – «Психическое взаимодействие между людьми и является основой всех социальных явлений». [3, с. 43] А, как известно, детерминированность социальных явлений невозможна без осознанного и обоснованного выбора социальных действий, в основе которых ценностные ориентации работников, поддержание бренда предприятия, посредством которого члены коллектива воспринимают и отождествляют себя с предприятием и его производственной деятельностью. Отождествление или идентификация работников с коллективом предприятия и его деятельностью является «ключом к формированию процессов организационного развития» [4, с. 18] и предусматривает осознание доминантных характеристик как предприятия, стилей руководства, формальных и неформальных ли-

деров, содержание и направленность управленческих функций, развитость межличностных и профессиональных коммуникаций, определенность стратегического развития и механизм включенности работников в достижение планируемых результатов.

В процессе проведенного исследования на ряде крупных промышленных предприятий удалось установить степень идентификации работников (N 720) с различными сторонами деятельности предприятий, в %: с системой финансового управления – 0,9%; с системой управления издержками – 9,2%; с системой ведения учета – 8,0%; с системой маркетинга – 4,5%; с системой организации производства – 22,0%; с системой контроля производства – 15,0%; с системой распределения прибыли – 0,9%; с интересами функционирования предприятия – 5,0%; с обсуждением производственных вопросов – 11,0%; с формированием социально-психологического климата – 34,0%; с обеспечением стабильной работы коллектива – 27,0%; с формированием рациональной организационной структуры управления – 1,2%; с распределением фонда заработной платы – 4,0%.

При этом работники предприятий отмечают, что процесс организационного развития сдерживается в связи с тем, что: руководство не ценит мою работу – 14,0%; результат работы не зависит от моих профессиональных способностей – 12,0%, от коллективных действий – 18,0%, от применения экономических стимулов – 28,0%; от организации производства и управления – 42,0%.

На вопрос «А от кого зависит результат работы предприятия?» получены следующие ответы: от политики государства – 78,0%; от заказчиков – 60,0%; меньше воровать надо – 14,0%; от организационной культуры коллектива предприятия – 80,5%. Внешний показатель идентификации работников с организационной культурой обусловлен тем, что она «...определена как паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем». [5] Как следствие, зависимость организационной культуры от влияния внешней и внутренней среды функционирования предприятий может быть представлена следующим образом (см. схему 1):



Схема 1. Зависимость организационной культуры от влияния внешней и внутренней среды функционирования предприятий

Однако, до настоящего времени вопрос идентификации коллектива к какому-либо типу организационной культуры как носителю определенной модели социально-психологического климата в современной социологической и экономической литературе не ставился. В то же время в исследовании Дж.Д.Дэниеле и Ла.Х.Радеба определено, что работники предприятий стараются избежать организационно-культурную неопределенность – 68,0%; индивидуализм – 41,0%; дистанцирование власти – 40,0%; повышенного контроля за работой – 45,0%. [6]

М. Имамбаев развивая эти положения, отмечал, что «Эффективная организационная культура является «эмоциональным топливом» организации. При этом она осуществляет резонансную настройку всех элементов организации, превращает работу в удовольствие, объединяет коллектив. Она делает организацию управляемой и, следовательно, более маневренной, гибкой, создает репутацию организации». [7, с. 54]

Учитывая эти теоретические положения в нашей работе, мы установили в прогнозном периоде характер идентификации работников с определенным типом организационной культуры как в контексте жизненного цикла предприятия с выделением этапа, относящегося к кризис-

ным ситуациям, а также в контексте стабилизации социально-психологического климата коллектива.

К известным стадиям жизненного цикла деятельности предприятия: внедрения, развития, зрелости, спада [8, с. 41-42] мы, исходя из современных условий функционирования предприятий, добавляем стадии: предпроектную и кризиса. При этом мы полагаем, что стадии внедрения всегда предшествует предпроектная стадия, состоящая в исследовании ситуации в конкретной среде, подборе специалистов, выпуске опытных образцов товаров или продукции, коммуникации с товаропроизводителями и потребителями. Стадия кризиса зависит от самых всевозможных ситуаций в деятельности предприятий и носит общесистемный характер. Эта стадия может быть выделена как в самостоятельную, так и структурно-функциональную, входящую в другие стадии.

В процессе производственной деятельности работники предприятий (N 720) идентифицируют себя с различными типами организационной культуры коллектива (см. табл. 1):

Таблица 1

Идентификация работников с различными типами организационной культуры на разных стадиях жизненного цикла предприятий, %

№ № пп	Стадии жиз- ненного цикла предприятия	Типы организационной культуры коллектива					
		Роле- вой	Власт- ный	Деятель- ный	Индиви- дуалисти- ческий	Иннова- ционный	Адап- тивный
1	Предпроект- ная	10,0	90,0		10,0		
2	Внедрения	30,0	70,0		5,0		
3	Развития			35,0		65,0	
4	Зрелости	30,0		45,0		25,0	
5	Спада		20,0				80,0
6	Кризиса		40,0				60,0

Адаптивность характеризует направленность предприятия на внешние и внутренние изменения в деятельности предприятия; инновационность – нацеленность на преобразования научно-технической, экономической и социальной деятельности; деятельный – служит важнейшим механизмом вовлечения работников в проявление инициативы, предприимчивости, творчества в работе; властный – определяет комплекс задач по повышению эффективности производственной деятельности, распределяет состав работ, ресурсы и осуществляет механизм адаптации, идентифицируясь с основным типом организационной культуры и

считая возможным при определенных условиях переход к вспомогательному типу оргкультуры. Особенно это положение характерно для периода деятельности предприятий в 2008-2010 годах и 2014-2015 годах – периодов кризиса, получивших свое название как системного.

Как видно из полученных данных о идентификации работников с различными типами организационной культуры коллектива на разных стадиях жизненного цикла, большинство респондентов являются приверженцами комбинированных типов оргкультуры. Обусловлено это, с одной стороны, тем, что на каждой стадии деятельности предприятия возникают непредвиденные обстоятельства, вызванные нестабильностью внешней среды функционирования, а также конкурентными особенностями взаимодействия с поставщиками и потребителями продукции.

Индивидуалистический тип организационной культуры не нашел своего отражения в сознании работников, так как самореализация работника вне коллектива, вне совместной деятельности если невозможна, то затруднена. Кроме того, личностный тип организационной культуры способствует повышенной чувствительности работников, раздражительности, эгоизму, развитию самомнения, а также состояния работников как быстрота, гибкость, оригинальность, точность в этом типе оргкультуры ничем не мотивированы.

Определенный тип организационной культуры, во многом, определяет модель социально-психологического климата коллектива: напряженность межличностных отношений с коллегами; напряженность межличностных отношений с руководителями; частые перемены в характере взаимоотношений в коллективе; межличностные, межгрупповые и межфункциональные конфликты; неопределенность положения в коллективе и на предприятии в целом; нарушение норм поведения работников; принижение личного вклада в работу коллектива; завышенные амбиции формальных и неформальных лидеров.

Зависимость моделей социально-психологического климата от типа организационной культуры коллектива предприятия представлена в таблице 2.

Каждый из типов организационной культуры коллектива влияет на модель социально-психологического климата. Индивидуалистический тип занимает в этом процессе 1-ый рейтинг, так как является наиболее «разрушительным» социально-психологического климата. Властный тип организационной культуры связан с принижением личного вклада работников в конечные результаты работы предприятия и завышением амбиций формальных и неформальных лидеров (2-ой рейтинг).

Таблица 2

Зависимость модели социально-психологического климата от типа организационной культуры коллектива предприятия, %

	Модель социально-психологического климата	Типы организационной культуры коллектива					
		Ролевой	Властный	Деятельный	Индивидуалистический	Инновационный	Адаптивный
	Напряженность межличностных отношений с коллегами	8,0	10,0	22,0	45,0	15,0	10,0
	Напряженность межличностных отношений с руководителями	10,0	25,0	20,0	25,0	15,0	5,0
	Частые перемены в характере взаимоотношений в коллективе	15,0	25,0	10,0	30,0	15,0	5,0
	Конфликты						
4	Межличностные	15,0	10,0	5,0	35,0	25,0	10,0
4	Межгрупповые	15,0	5,0	20,0	15,0	35,0	10,0
4	Межфункциональные	50,0	10,0	15,0	5,0	15,0	5,0
	Неопределенность положения работника						
5	В коллективе	10,0	5,0	5,0	70,0	5,0	5,0
5	На предприятии	10,0	15,0	10,0	45,0	10,0	10,0
	Нарушение норм поведения	15,0	5,0	15,0	45,0	15,0	5,0
	Принижение личного вклада в работу коллектива	5,0	60,0	10,0	10,0	10,0	5,0
	Завышение амбиций формальных и неформальных лидеров	15,0	35,0	20,0	10,0	15,0	5,0
	Средние значения	20,37	26,87	19,00	41,88	21,88	9,38
	Рейтинг влияния	4	2	5	1	3	6

Инновационный тип, как известно, предполагает формирование новых представлений о лидерах, о роли личности в процессе производственной деятельности, о задачах преобразования научно-технического, экономического и социального потенциала предприятия. В этом типе за-

ложено противоречие между новым и старым отношениями к деятельности и поведению работников в коллективе предприятия. А это противоречие означает появление конфликтной ситуации, сказывающейся на ухудшении социально-психологического климата коллектива. При этом, на наш взгляд, сказывается неготовность работников к изменениям в производственной деятельности предприятия.

С позитивной точки зрения на социально-психологический климат оказывают влияние ролевой, деятельный и адаптивный типы организационной культуры. Ролевой тип регламентирует состав отношений в коллективе, придавая социально-психологическому климату нормативный ясный всем характер поведения. Деятельный тип предполагает активное включение работников в производственную деятельность коллектива предприятия, в которой цели и задачи, состав и мера труда определены, характер взаимоотношений между работниками носит нормативный принцип построения, четко очерчены экономические и социальные обязательства каждого работника. Деятельный тип организационной культуры направлен на достижение поставленной цели, хотя и не всегда приводит к ней, но работа коллектива и работников в коллективе предприятия всегда рациональна, обеспечивается трудовой атмосферой и здоровым социально-психологическим климатом.

Адаптивный тип организационной культуры является сглаживающим внутриколлективные противоречия, напряженность в отношениях между работниками, группами, функциями работников в процессе производственной деятельности. Этот тип предъявляет высокие требования к осознанию работниками своего производственного и общественного статуса, своего поведения, реакций на различные внутриколлективные ситуации. Одновременно он предполагает активную вовлеченность работников в осуществление производственной деятельности в согласованность профессиональных, материальных и нематериальных желаний и амбиций. Как следствие, социально-психологический климат коллектива является наиболее стабильным и предсказуемым. При этом в коллективе предприятия усиливаются социальные связи, обеспечивая взаимодействие различных профессионально-квалификационных и статусных групп работников. Конфликт, если он и возникает, решается в процессе взаимодействия работников, основанного на доверии друг к другу и понимании стоящих перед коллективом целей.

Тем самым, можно утверждать, что идентификация содержания организационной культуры в контексте стабилизации социально-психологического климата коллектива предприятия, носит, во многом, ситуативно-предметный характер, что обеспечивает своеобразную подвижность социально-психологической атмосферы в коллективе.

Таким образом, можно сделать вывод, что без мониторинга и учета социокультурного аспекта стратегии организационного развития крупных промышленных комплексов весьма затруднительно формировать его базовые компоненты, среди которых: функциональные основы производственной деятельности, предметные цели и задачи, закрепление персонала за конкретными видами деятельности, формирование предметно-деятельной структуры управления, построения системы операционализации формирования и реализации управленческих решений, применение инструментов стимулирования труда работников и т.п.

Библиографический список:

[1] Edgar Schein, *Organizational Culture and Leadership*, 2nd ed., Yossey-Bass, San Francisco, 1992.

[2] Richard Beckhard, *Organization Development: Strategies and Models*, Addison-Wesley, 1969

[3] Оранский С.А. Основные вопросы марксистской социологии. – Л.: Прибой, 1929, с. 43.

[4] Mitroff, Ian. L. and Kilmann, R.H. Stories managers tell: A new tool for organizational problem solving. *Management Review*, 1975, p. 18.

[5] Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2002.

[6] Дэниеле Дж.Д., Радеба Ла.Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции / Пер. с англ. – 6-е изд. – М.: Дело Лтд. 2000.

[7] Имамбаев М. Правильное формирование «правильной» организационной культуры // Журнал управления компанией. – 2004. N 3, с. 54.

[8] Академия рынка. Маркетинг. – М.: Экономика, 1993, с. 41-42.

УДК 654.077

Терехова Юлия Сергеевна, Terekhova J.S.

старший преподаватель

juliaserg2010@mail.ru

ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИЕЙ

Москва, Московский технический университет связи и информатики
(МТУСИ)

Аннотация: Показана роль финансового анализа в управлении деятельностью инфокоммуникационной компании. На основе выявле-

ния специфики деятельности инфокоммуникационных компаний в рыночной среде обосновывается необходимость совершенствования методики финансового анализа их деятельности. Представлена возможность применения методов прогнозирования финансового состояния в инфокоммуникационных компаниях.

Ключевые слова: финансовый анализ, инфокоммуникационная компания, методы прогнозирования, управление деятельностью компании.

Abstract: It shows financial analysis of operation management of infocommunication company. On the basis of detection of infocommunication companies activity specific in a market environment need locates of improvement the financial analysis method of theirs operation activity. Possibility of using methods of financial circumstances prediction was shown for infocommunication company.

Key words: financial analysis, infocommunication company, prediction methods, management of company activity.

Для оценки возможности развития организации в будущем и в целях бизнес-планирования менеджментом компании проводится анализ производственно-хозяйственной деятельности, как элемент управленческого анализа. При его выполнении анализируются основные производственно-экономические показатели, а именно: объем продукции, трудовые индикаторы, характеристики технического развития производства. В настоящее время в системе экономического анализа значительное внимание уделяется финансовому анализу.

При формировании стратегии развития инфокоммуникационной компании в современных условиях существенную роль играет применение приемов финансового менеджмента. Результаты проводимого финансового анализа могут быть использованы внутренними службами предприятий для принятия определенных управленческих решений. Не меньшую важность они имеют и для внешних пользователей информации таких, как банки, инвесторы, поставщики, потенциальные клиенты и т.д.

В современной экономической литературе предлагается широкий круг методик для проведения финансового анализа организации, согласно которым финансовые показатели изучаются в динамике, а коэффициенты сравниваются с нормативными значениями. Для обобщенной характеристики финансового положения можно применять балльную или рейтинговую оценку финансового состояния. Вышеуказанные методики предполагают расчет избыточного количества финансовых показателей оценки деятельности компаний. Для точной и полной характеристики

финансового состояния организации и оценки тенденций его изменения достаточно небольшого набора коэффициентов. Важно лишь, чтобы каждый из этих показателей отражал наиболее существенные стороны финансового состояния.

Отраслевая специфика инфокоммуникационных компаний накладывает отпечаток на состав финансовых индикаторов, а также на алгоритм проведения финансового анализа. Особенности инфраструктурной отрасли с сетевым характером производства услуг весьма существенно отличают инфокоммуникации от других отраслей: это и невещественность создаваемой продукции, и как следствие - низкая материалоемкость и высокая фондоемкость продукции; существенная зависимость результатов деятельности от спроса клиентуры и как следствие - территориальная и временная неравномерность спроса и объемов производства услуг, серьёзная конкуренция на рынке услуг [4]. Развитие инфокоммуникационного сектора на современном этапе происходит одновременно по нескольким направлениям конвергенции сетей, технологий и услуг [5]. В целях изучения и разработки основных направлений развития инфокоммуникационной компании анализ финансового состояния организации становится практической основой финансового прогнозирования.

Методической инструментарий расчета прогнозных значений финансовых показателей достаточно широк. Среди методов экономико-математического моделирования наиболее актуальной является оценка вероятности наступления банкротства. Модель оценки в общем виде представляет собой сумму произведений значений финансовых показателей на их весовые значения, которые обычно определяются эмпирическим путем. Кроме этого, модель содержит постоянную величину ($const$), которая также получается эмпирическим путем и включается в модель присоединением к ранее рассчитанной сумме. Конечный результат (Z) сравнивается со шкалой, выявляется состояние, в котором находится исследуемое предприятие с точки зрения финансов, оценивается вероятность наступления банкротства (средняя или низкая) [3].

Известные и широко используемые модели Э. Альтмана, У. Бивера, Э. Тоффлера и др. рекомендуется применять для российских инфокоммуникационных компаний с осторожностью, так как весовые коэффициенты в этих моделях могут не соответствовать внешним и внутренним условиям деятельности российских организаций. В аналитической практике находят применение модели отечественных авторов, каждым из которых предлагается свой набор ключевых показателей, составляющих модель. Возникает необходимость в разработке уникальной модели, учитывающей отраслевую специфику инфокоммуникационных компаний.

Детерминированные методы статистического моделирования могут применяться при построении уравнения тренда изучаемого показателя. Применяя линейную функцию для нахождения прогнозных значений коэффициента финансирования на основе изучения его поведения за ряд отчетных периодов было выведено следующее уравнение тренда:

$$y_t = 3,126 - 0,48 \cdot t.$$

Подставляя вместо t условные значения отчетных периодов можно получить прогнозные значения коэффициента финансирования y_t .

В качестве метода фундаментальной диагностики наиболее предпочтительным является анализ финансовых коэффициентов. Как было отмечено выше, избыточный перечень данных показателей не представляет возможным в полной мере применить его в инфокоммуникациях в целях оперативного управления организацией.

Одним из методов, в какой-то мере учитывающим специфику деятельности инфокоммуникационных компаний является графический метод. В рамках данного метода строится график финансовой устойчивости и ликвидности на основе удельных значений отдельных показателей бухгалтерской отчетности, который помогает оценить не только существующее финансовое положение организации в отчетном периоде, но и прогнозировать его изменение в определенном направлении, на основании двух показателей.

Для построения графика используется система координат. По оси абсцисс откладывается показатель оценки финансовой устойчивости, а по оси ординат – индикатор ликвидности [2]. Применение данного метода рассмотрено на примере инфокоммуникационной компании.

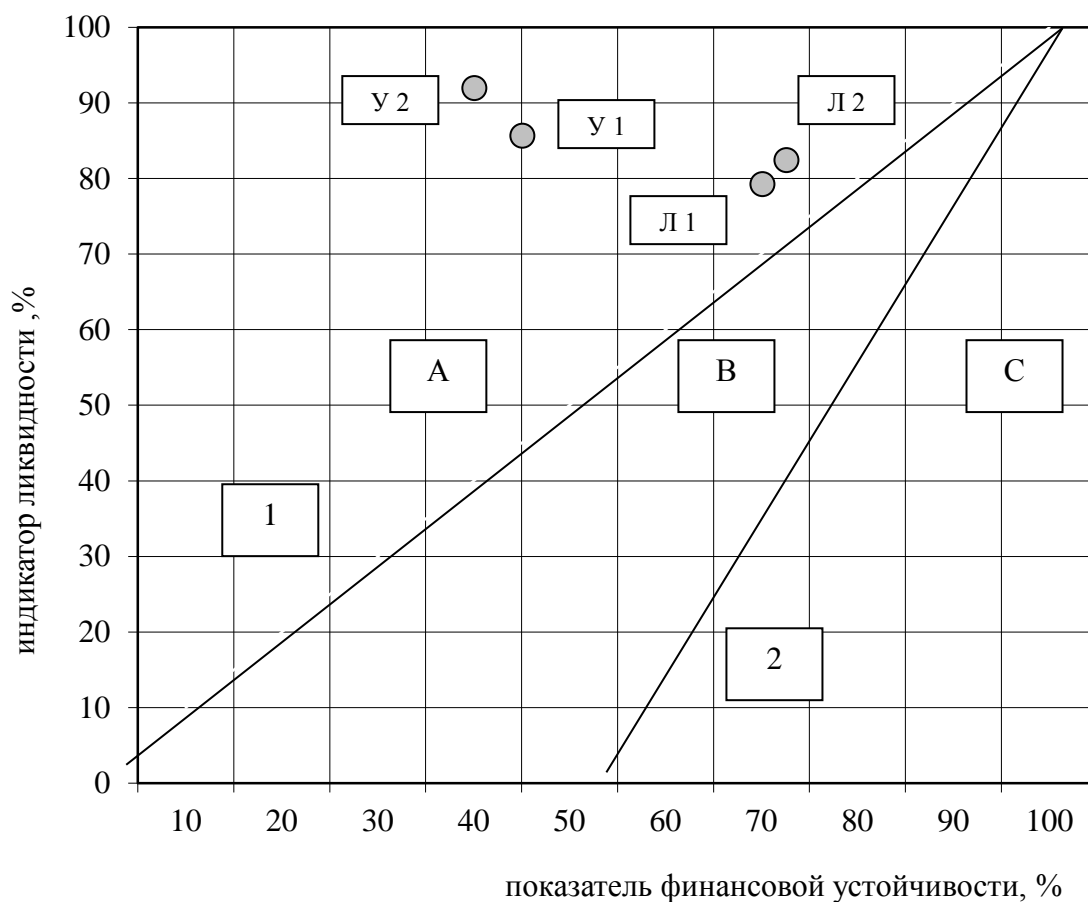


Рисунок 1. Унифицированный график по данным инфокоммуникационной компании

Из графика видно, что точка У1 лежит выше граничной линии 1 и находится в области неустойчивого положения (область А). к концу года неустойчивое положение сохранилось и даже ухудшилось. Точка У2 переместилась дальше от граничной линии 1 и продолжает находиться в области А. Точки Л1 и Л2 также находятся в области А, к концу года точка Л сместилась ближе к линии 2, но не намного. Улучшению коэффициента текущей ликвидности способствовало увеличение к концу года удельного веса внеоборотных активов в валюте баланса.

В целом положение организации по финансовой устойчивости относится к четвёртому типу – неустойчивого состояния. Для стабилизации финансовой устойчивости и повышения коэффициента текущей ликвидности необходимо выполнение следующих действий: сокращение доли внеоборотных активов и запасов в валюте баланса, превышение объема собственного капитала и долгосрочных обязательств относительно величины краткосрочных обязательств.

Графический способ финансового анализа дает широкую возможность для оценки финансового состояния организации в прошлом и настоящем, а также прогнозирования финансового состояния в будущем при разработке финансовой стратегии инфокоммуникационной компании. Для этого на основании плана развития организации, её стратегических программ определяются основные направления дальнейшей работы.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 25.06.2003 N 367 "Об утверждении Правил проведения арбитражным управляющим финансового анализа" (25 июня 2003 г.)
2. Вишневская О.В. Контроль финансовой устойчивости и текущей ликвидности предприятия по унифицированному графику // Финансовый менеджмент. 2004. №3, с. 3-11.
3. Ендовицкий Д.А., Щербаков М.А., Диагностический анализ финансовой несостоятельности организаций: учебное пособие для вузов. – М.: Экономистъ, 2007 г – 287 с.
4. Кузовкова Т.А., Терехова Ю.С. Совершенствование методики оценки финансовой устойчивости телекоммуникационных компаний //Век качества. 2013. №1, с. 2-5.
5. Кузовкова Т.А., Терехова Ю.С., Тюренков М.А. Комплексное прогнозирование развития инфокоммуникаций //Век качества. 2014. №2, с. 46-50.
6. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. М.:Инфра-М, 2007. – 512 с.
7. Статистика: Учебник / Под ред. И.И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2010. – 448 с.

РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СИСТЕМ В РАЗВИТИИ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ

THE ROLE OF INTEGRATED CORPORATE SYSTEMS IN THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN AVIATION INDUSTRY

г. Ульяновск, ЗАО «Авиастар-СП»

Аннотация: В статье исследуется деятельность интегрированных корпоративных систем в авиационной промышленности России, выделены проблемы развития авиационной промышленности, обозначены ключевые направления роста.

Ключевые слова: интегрированная корпоративная система, корпорация, авиационная промышленность

Abstract: The article investigates the activities of integrated corporate systems in the Russian aviation industry, highlighted the problems of development of the aviation industry, outlines the key areas of growth

Keywords: integrated corporate system, corporate, aviation industry.

Интегрированные корпоративные системы составляют основу экономики развитых стран, поэтому вопросы их формирования и развития вызывают значительный практический и научный интерес. Экономическая действительность требует решения многих проблем, связанных с особенностями и перспективами развития современной отечественной экономики, совершенствованием механизмов управления крупными интегрированными системами, реализацией их преимуществ.

Преимущества интегрированных корпоративных систем позволяет им обеспечить более устойчивое и эффективное развитие по сравнению с отдельными самостоятельными предприятиями: консолидация ресурсов и скоординированная деятельность компаний–участников интегрированных систем позволяет снизить удельные затраты на производство и продвижение продукции, на НИОКР; реализовать крупные инвестиционные проекты; повысить эффективность бизнес-процессов и качество управления; диверсифицировать риски; увеличить прибыль; обеспечить конкурентные преимущества на российском и международном рынках.

Происходящие в экономике России в 1990-е годы институцио-

нальные изменения привели к активизации интеграционных процессов. Крупные интегрированные корпоративные системы сформировались во всех отраслях народного хозяйства: ОАО «Газпром», ОАО НК «Роснефть», ОАО «Лукойл» (нефтегазовая), ОАО «СИБУР-Холдинг» (нефтехимическая), ОАО «Северсталь», ОАО «Новолипецкий металлургический комбинат» (металлургическая), ОАО «Ростелеком» (телекоммуникационная), ОАО «АВТОВАЗ», ОАО «КАМАЗ» (автомобилестроение), ОАО «Уралкалий» (химическая) и т.д.

Одной из важных отраслей народного хозяйства страны является авиастроение, от стабильной работы которого зависит обороноспособность страны, развитие ряда высокотехнологичных отраслей промышленности ввиду большой длины и разветвленности технологических цепочек, образующихся в процессе создания современной авиатехники.

В отечественном авиастроении созданы следующие основные интегрированные системы: ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация» (ОАО «ОАК»); ОАО «ОПК «Оборонпром» (включающая ОАО «Вертолеты России» и ОАО «Управляющая компания «Объединенная двигателестроительная корпорация»), представляющие собой вертикально-интегрированные структуры, обеспечивающие полный цикл создания, производства и поддержки эксплуатации конечных изделий. Предпосылками их создания явилась необходимость концентрации ресурсов на реализацию ключевых проектов, обеспечения специализации производств, сокращения дублирующих производственных мощностей, высвобождения капитала и ресурсов, роста капитализации компаний.

В стадии формирования находятся интегрированные системы в области основных комплектующих авиационной техники и вооружений: ОАО «Концерн «Авиаприборостроение» (авиационные приборы и комплексы радиоэлектронного оборудования) и ОАО «Концерн «Авиационное оборудование» (авиационное оборудование и системы электроснабжения).

ОАО «ОАК» создано в соответствии с указом Президента РФ от 20.02.2006 г. №140 «Об открытом акционерном обществе «Объединенная авиастроительная корпорация» [1]. Общество учреждено Российской Федерацией путем внесения в его уставный капитал государственных пакетов акций авиационных предприятий, а также частными акционерами ОАО «Корпорация «Иркут». Уставный капитал корпорации составляет 188,9 млрд. руб. В собственности Российской Федерации находятся 85,2896% акций ОАО «ОАК». В табл. 1 представлены компании, входящие в структуру ОАО «ОАК».

Таблица 1. Структура ОАО «ОАК» по состоянию на 24.10.2014 г.

Компании	Доля участия в уставном капитале
Управляющие компании	
ОАО «Компания «Сухой»	58,59% - ОАК, 28,14 - ВЭБ
ОАО «Корпорация «Иркут»	85,9% - ОАК, 9,6% - Сухой
ОАО «Туполев»	94,86% - ОАК
ООО «ОАК – Антонов»	50% - ОАК
ОАО «ОАК - Транспортные самолеты»	100% - ОАК
Конструкторские бюро	
ОАО «Российская самолётостроительная корпорация «МиГ»	66,86%
Филиал ОАО «Компания «Сухой» «ОКБ Сухого»	
ЗАО «Гражданские самолёты Сухого»	74,99% - ОАК
ОАО «Опытно-конструкторское бюро им. А.С.Яковлева»	6,67% - ОАК, 75,46% - Иркут
ОАО «Авиационный комплекс им. С.В.Ильюшина»	13,24% – ОАК, 74,82% – ОАК-ТС
ЗАО «АэроКомпозит»	96,95% - ОАК, 3,05% - Сухой
ОАО «Летно-исследовательский институт им. М.М. Громова»	86,85 – ОАК
ООО «ОАК – Центр комплексирования»	100%-ОАК
ОАО «Таганрогский авиационный научно-технический комплекс им. Г.М. Бериева»	82,25% - ОАК, 7,76% - Иркут, 7,98% - Сухой
ОАО «Экспериментальный машиностроительный завод им. В.М.Мясищева»	100% ОАК
Производственные площадки	
Филиал ОАО «Компания «Сухой» «Комсомольский – на – Амуре авиационный завод имени Ю.А. Гагарина»	
Филиал ОАО «Компания «Сухой» «Новосибирский авиационный завод имени В.П. Чкалова»	
ОАО «Нижегородский авиастроительный завод «Сокол»	99,8989% - ОАК, 0,1009 – Иркут
Филиал ОАО «Корпорация «Иркут» «Иркутский авиационный завод»	
ЗАО «Авиастар-СП»	94,06% - ОАК, 5,94% - Туполев
ОАО «Воронежское акционерное самолётостроительное общество»	96,37% - ОАК, 1,18% - АК Ил, 1,31% - ОАК-ТС
Филиал ОАО «Туполев» - Казанский авиационный завод им. С.П. Горбунова	
Прочие компании	
ОАО «Ильюшин Финанс Ко.»	48,4% - ОАК, 1,24% - АК Ил
ОАО «Финансовая лизинговая компания»	89,31% - ОАК
ООО «ОАК – Закупки»	100% - ОАК

Составлено по данным ОАО «ОАК» [7]

Приоритетными направлениями деятельности ОАО «ОАК» и вхо-

дящих в корпорацию компаний, являются: разработка, производство, реализация, сопровождение эксплуатации, гарантийное и сервисное обслуживание, модернизация, ремонт и утилизация авиационной техники гражданского и военного назначения.

ОАО «ОАК» с 2007 г. является основным производителем самолетов гражданского и военного назначения в России. В частности, в 2012–2014 гг. доля ОАО «ОАК» в поставках гражданской и транспортной авиации составляла 96–100%. В табл. 2 представлены объемы поставок самолетов гражданской и транспортной авиации заказчикам.

Таблица 2. Консолидированные поставки самолетов гражданской и транспортной авиации ОАО «ОАК»

Показатели	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Самолеты гражданской авиации, шт.	6	5	6	7	18	29	37
Самолеты транспортной авиации, шт.	-	3	1	3	2	-	-
Доля поставок самолетов гражданской и транспортной авиации в общем объеме поставок, %	11,3	8,4	9,5	9,8	21,3	26,1	23,0

Составлено по данным ОАО «ОАК» [7]

В 2014 г. ОАО «ОАК» поставило заказчикам 161 самолет, в том числе 37 гражданских лайнеров. Большая часть поставок в сегменте гражданской авиации приходится на самолеты Sukhoi Superjet 100 (SSJ-100): в 2011 г. – 5 самолетов; в 2012 г. – 12; в 2013 г. – 25; в 2014 г. – 28. В 2013 г. было подписаны контракты с госзаказчиками на поставки самолетов: 2 Ил-96-300, 3 Ту-214 и 16 Ан-148-100Е. Сформированы портфели заказов по самолетам: 168 SSJ-100 (+29 - опцион) и 139 МС-21. Целевой портфель заказов на период до 2020 г. должен составить не менее 600 единиц.

В качестве цели Федеральной целевой программы «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002 - 2010 годы и на период до 2015 года» (в ред. от 07.05.2008 г.) было заявлено изменение стратегической конкурентной позиции гражданского сектора авиационной промышленности России, заключающееся в создании на его базе нового мирового центра авиастроения и завоевание к 2015 г. не менее 5 % мирового рынка продаж гражданской авиационной техники. Основные перспективы продвижения на внутренний и внешний рынки гражданской авиационной техники в период действия Программы связаны с развертыванием продаж региональных самолетов, из которых основным является проект RRJ (SSJ-100). Объем поставок на внутренний рынок самолетов SSJ-100 в рамках Программы оценен в 100–150 самолетов, на внешний рынок до 2015 г. – более 300 самолетов [3].

Как показывает анализ, целевые показатели Программы не достигнуты. На рынке гражданской авиационной техники доля ОАО «ОАК» составляет около 1%. За 2011-2014 гг. поставлено на внутренний и внешний рынки 70 самолетов SSJ-100.

В табл. 3 представлены показатели консолидированной отчетности ОАО «ОАК».

Таблица 3. Показатели консолидированной отчетности ОАО «ОАК» (по МСФО), млрд. руб.

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013
Выручка	98,57	140,68	161,65	171,02	220,07
Прибыль (убыток) от операционной деятельности	(14,99)	(11,85)	0,003	0,6	2,83
Чистая прибыль (убыток)	(27,72)	(20,17)	(13,35)	(5,65)	(12,41)
Сумма долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов	163,03	154,67	194,99	215,2	260,78

Составлено по данным ОАО «ОАК» [7]

В 2013 г. консолидированная выручка ОАО «ОАК» составила свыше 220 млрд. руб., что соответствует 28% роста по сравнению с показателем предыдущего года. Тем не менее, за весь анализируемый период корпорация получает чистый убыток (из-за высоких финансовых расходов по процентам). Несмотря на меры государственной поддержки (в 2013 г. размер субсидий из федерального бюджета на компенсацию затрат на уплату купонного дохода по облигационным займам, привлеченным с предоставлением в 2010 г. государственных гарантий Российской Федерации, составил 1,8 млрд. руб.) чистый убыток в 2013 г. увеличился и составил 12,41 млрд. руб.

Необходимо отметить, что финансовые показатели многих компаний-участников интегрированной структуры в 2013 г. ухудшились. Так, чистая прибыль уменьшилась у ОАО «Компания «Сухой» (с 3,75 до 1,28 млрд. руб.), ЗАО «Авиастар-СП» (с 0,46 до 0,14 млрд. руб.), ОАО «Ил» (с 0,19 до 0,17 млрд. руб.), ОАО «ИФК» (с 244,5 до 43,1 млрд. руб.), ЗАО «АэроКомпозит» (с 153,49 до 79,13 млрд. руб.), ОАО «ЭМЗ им. В.М. Мясищева» (с 2,3 до 0,9 млрд. руб.). Чистый убыток получили в 2012-2013 гг. ОАО «ВАСО» (1,18 млрд. руб. и 0,89 млрд. руб. соответственно), ОАО «НАЗ «Сокол» (1,07 и 0,78 млрд. руб.), ОАО «ОАК-ТС» (0,72 и 0,41 млрд. руб.), ОАО «Туполев» (0,22 и 0,21 млрд. руб.), ОАО «КАПО им. С.П. Горбунова» (1,32 и 1,54 млрд. руб.), ОАО «ТАНТК им. Г.М. Бериева» (0,55 и 0,88 млрд. руб.), ОАО «ЛИИ им. М.М. Громова» (0,79 и 0,93 млрд. руб.). В 2013 г. чистый убыток в размере 9,97 млрд. руб. получило ЗАО «ГСС» (в КНАФ ЗАО «ГСС» осуществляется сборка самолетов SSJ-100).

Совокупный долг корпорации (сумма долгосрочных и краткосрочных кредитов и займов) увеличился на 21%. При этом долговая нагрузка ЗАО «Авиастар-СП» увеличилась на 13% (с 18,18 до 20,56 млрд. руб.), ОАО «Ил» - на 22,5% (с 1,97 до 2,41 млрд. руб.), ЗАО «ГСС» - на 17% (с 62,83 до 73,39 млрд. руб.), ОАО «ОАК-ТС» - в 3,2 раза (с 2,7 до 8,67 млрд. руб.), ОАО «Корпорация «Иркут» - на 27,9% (с 42,3 до 54,1 млрд. руб.), ОАО «РСК «МиГ» - на 8,4% (с 51,4 до 55,7 млрд. руб.), ОАО «Туполев» - на 68,8% (с 3,2 до 5,4 млрд. руб.), ОАО «КАПО им. С.П. Горбунова» - на 13,2% (с 5,3 до 6,0 млрд. руб.).

Такое положение корпорации не способствует достижению целевых показателей Государственной программы «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы». Госпрограмма направлена на создание высококонкурентной авиационной промышленности и закрепление ее позиции на мировом рынке в качестве третьего производителя по объемам выпуска авиационной техники. Основные целевые индикаторы подпрограммы «Самолетостроение» госпрограммы представлены в табл. 4.

Таблица 4. Основные целевые индикаторы подпрограммы «Самолетостроение» Государственной программы «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 гг.» [2]

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Выручка от продажи товаров, работ и услуг отрасли самолетостроения, млрд. руб.	252	363	369	410	465	528
Количество поставленных самолетов, шт.	147	211	198	217	235	260
Количество поставленных гражданских самолетов, шт.	49	62	69	83	98	113
Количество поставленных военных, специальных и транспортных самолетов, шт.	98	149	129	134	137	147
Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
Выручка от продажи товаров, работ и услуг отрасли самолетостроения, млрд. руб.	598	635	708	753	716	746
Количество поставленных самолетов, шт.	295	312	331	335	302	298
Количество поставленных гражданских самолетов, шт.	141	179	192	192	177	166
Количество поставленных военных, специальных и транспортных самолетов, шт.	154	133	139	143	125	132

Суммарный объем финансирования госпрограммы в 2013–2025 гг. составит более 714 млрд. руб. На реализацию подпрограммы «Самолетостроение» планируется выделить свыше 83 млрд. руб. из федерального бюджета [2].

В Стратегии развития ОАО «ОАК» на период до 2025 года, утвержденной Советом директоров ОАО «ОАК» в 2014 г., обозначены следующие целевые ориентиры корпорации:

- стать авиастроительной компанией №3 в мире;
- достижение объема выручки 25 млрд. долл. США в 2025 г.;
- доведение доли выручки от реализации гражданских самолетов до уровня не менее 40% к 2025 г.;
- обеспечение рентабельности продаж по чистой прибыли к 2025 г. на уровне не менее 10% и роста производительности труда в 7,3 раза [7].

В 2014 г. выручка ОАО «ОАК» составила 285 млрд. руб. (для сравнения: выручка Airbus за 9 месяцев 2014 г. составила 40,5 млрд. евро, выручка Boeing за 2014 г. составила 90,76 млрд. долл. [4]), однако количество поставленных гражданских самолетов меньше запланированных в госпрограмме. В 2012-2013 гг. доля выручки от реализации гражданских самолетов ОАО «ОАК» в совокупной выручке составила 17,5%.

В табл. 5 представлены показатели рентабельности продаж по чистой прибыли ведущих мировых производителей авиационной техники и ОАО «ОАК».

Таблица 5. Рентабельность продаж по чистой прибыли, %

Показатели	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Airbus	-1,8	1,2	2,1	2,2	2,5	3,5
Boing	1,9	5,1	5,8	4,8	5,3	6,0
Bombardier	н/д	4,3	4,6	3,6	3,1	-6,2
Embraer	5,0	6,2	1,9	5,7	5,5	н/д
ОАО «ОАК»	-28,1	-14,3	-8,3	-3,3	-5,6	н/д

Расчеты сделаны по данным компаний Airbus, Boing, Bombardier, Embraer, ОАК

Как показывают данные таблицы, за весь анализируемый период показатели рентабельности ОАО «ОАК» имеют отрицательные значения.

Неэффективность деятельности корпорации обусловлена в основном недостатками в организационно-правовой системе управления предприятиями авиационной промышленности, неэффективным контролем за распределением ресурсов, недостаточно высоким качеством выпускаемых SSJ-100 (самолет изначально был задуман в качестве аналога уже существовавших на тот момент ближнемагистральных судов Bombardier CRJ-900NG и Embraer-19 и не содержал существенных нововведений).

В настоящее время основой стратегий развития ведущих мировых производителей гражданских воздушных судов является постоянное

технологическое совершенствование их продукции и снижение эксплуатационных издержек предлагаемых моделей самолетов, включая расход топлива и затраты на ремонт и техническое обслуживание, совершенствование сервисного обслуживания [5, 6].

Устойчивое развитие отечественного производства самолетов является условием нормального функционирования системы гражданской авиации страны. Ключевыми направлениями его обеспечения являются применение инновационных технологий, совершенствование системы государственного регулирования и корпоративного управления авиационной промышленностью, формирование масштабной долгосрочной программы государственных закупок авиационной техники, кооперация с мировыми лидерами гражданского авиастроения с переориентацией с конечного производства на участие в совместном производстве и кооперационных поставках; развитие глубоких и долгосрочных отношений авиапроизводителей с авиакомпаниями путем оказания им всесторонней поддержки в эксплуатации, модернизации и обновлении парка самолетов.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 20.02.2006 г. № 140 «Об открытом акционерном обществе «Объединенная авиастроительная корпорация»
2. Государственная программа «Развитие авиационной промышленности на 2013-2025 годы» (в редакции, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. №303)
3. Федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002 - 2010 годы и на период до 2015 года» (в редакции, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 07.05.2008 г. №364)
4. 2014-й: предварительные итоги. Часть 1. Производство пассажирских и транспортных самолетов // Авиационный журнал «Взлет». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.take-off.ru/>
5. Кондратьев В. Российское авиастроение: по ком звонит колокол? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.perspektivy.info/>
6. Топорков А.М. Резервы повышения эффективности хозяйствования на предприятиях самолетостроения // Машиностроение России: инновационно-технологические и организационно-экономические проблемы развития: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза: РИО ПГСХА, 2013. – С. 88-94.
7. Официальный сайт ОАО «Объединенная авиастроительная корпорация»: <http://www.uacrussia.ru/>

**УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ
ПРОДАЖ КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В
СЕКМЕНТЕ ПРЕМИУМ
EMOTIONAL COMPONENT OF SALES MANAGEMENT AS
STRATEGIC DIFFERENTIATOR IN PREMIUM SEGMENT**

Санкт-Петербург, Консалтинговая группа VI TO BE

Аннотация. Подводятся некоторые итоги изучения эмоциональных факторов, влияющих на принятие решения о покупке в ценовом сегменте премиум. Описываются результаты исследования, проведенного в области элитной недвижимости, а также инструменты внедрения технологии управления эмоциональными факторами продаж.

Abstract. The results of study concerning emotional factors of purchase decision in premium segment are given. The outcomes of research, conducted in the premium real estate market are provided, as well as the tools for implementation of emotional factors management technology.

Ключевые слова: эмоциональные факторы, продажи, клиентский сервис, премиум сегмент.

Key words: emotional factors, sales, customer service, premium class market segment.

Сегодня, в условиях жесткой рыночной конкуренции, качественное обслуживание клиентов — не только одно из конкурентных преимуществ, во многих сферах деятельности это стало ключевым конкурентным преимуществом [1, с.17].

Особую актуальность фактор приобретает в сегменте премиум: не менее, чем к продукту, целевая аудитория требовательна к взаимодействию, к культуре сервиса. При этом понятие сервиса может включать в себя не только постпродажное обслуживание, но и взаимодействие с клиентом на протяжении всего цикла покупки и потребления, и соответственно применимо к широкому кругу компаний.

Стоит отметить, что высокая культура сервиса — результат тщательного планирования и разработки стратегии [1, с.237], и стратегия должна учитывать все факторы, критические для целевой аудитории.

Удовлетворенность процессом покупки можно условно разделить на две составляющие:

1) Рациональная составляющая: клиенту предоставляются все возможности покупки по современным стандартам и технологиям.

2) Эмоциональная составляющая: клиент получает дополнительную ценность: комфорт, впечатления, интересное и полезное общение и т.д.

В то время как рациональная часть достаточно проработана в литературе по продажам, эмоциональная составляющая для премиального сегмента в открытых источниках освещена скудно. В связи с этим целью исследования стало выявление и ранжирование эмоциональных факторов, составляющих позитивное впечатление клиента целевой аудитории от процесса покупки.

Проект включал как кабинетные исследования, так и тесное взаимодействие с целевой аудиторией. Формат исследования позволил увидеть разницу восприятия целевой аудитории и специалистов по продажам: так у представителей целевой аудитории при планировании желаемого образа жизни эмоциональная составляющая превалирует над рациональной. У специалистов по продажам – напротив. Это подтвердило версию того, что менеджерам необходима специальная подготовка в эмоциональной сфере, им непросто «встать на место покупателя».

По результатам исследования было выявлено и проранжировано 9 эмоциональных факторов продаж в сегменте элитной недвижимости, приведенные в таблице ниже.

Таблица 1. Эмоциональные факторы продажи в сегменте премиум

Приоритет	Фактор
1	Искренняя заинтересованность менеджера в клиенте
2	Профессионализм менеджера
3	Увлеченность менеджера своей работой, компанией, предлагаемыми объектами
4	Открытая партнерская позиция менеджера
5	Деловой стиль во внешности и речи менеджера
6	Работа менеджера "в унисон" с эмоциями клиента, на языке его ценностных ориентиров
7	Харизматичность менеджера
8	Эмоциональное погружение в объект
9	Тонкое соблюдение границ в общении с клиентом

По результатам исследования была собрана существенная база поведенческих индикаторов – на основании опыта и ожиданий целевой аудитории. Раскрытие каждого фактора в наборе поведенческих индикаторов поясняет значение фактора в деталях, в формате прямой речи от потенциальных клиентов, включающей ключевые слова, важные для целевой аудитории.

Приведем пример проработки принципов общения с клиентом на языке его ценностных ориентиров (фактор 6 «Работа менеджера "в унисон" с эмоциями клиента, на языке его ценностных ориентиров»). С одной стороны, методики продаж, изученные в ходе исследования, включали прямую презентацию статусности, о чем писал и классик «теории праздного класса»: «в общем восприятии требования почтенности сростаются с требованиями чувства прекрасного, и красота, которая не сопровождается общепризнанными знаками добропочтенности (*престижности, - прим.автора*), не признается» [2, с.79]. Однако в ходе исследования было выявлено, что менеджер легко может попасть в ловушку разницы жизненных позиций с клиентом и излишне выразительно транслировать свое восприятие статусности в презентации объекта. В связи с этим был предложен подход другого уровня, выражаемый в следующем руководстве: *«Менеджер умеет обосновать ценовую категорию объекта через ценностные ориентиры клиента. Статусность представляет аккуратно: если нет явного запроса, то без употребления прямых ключевых слов ("элитарность" и т.п.). Делает акцент на других ценностях (безопасность, комфорт). При заинтересованности клиента в презентации статуса - дозирует информацию, не проговаривает очевидные вещи».*

Результаты исследования представляют интерес для компаний, продающих продукты и услуги в премиальном сегменте B2C, в первую очередь – для товаров с длинным циклом продаж. На данный момент были применены для одной из петербургских компаний, предлагающих жилую недвижимость в сегменте премиум. Для внедрения управления эмоциональной составляющей продаж компании были переданы эмоциональные факторы и поведенческие индикаторы по каждому фактору. Кроме того, была разработана система оценки соответствия менеджеров ожиданиям клиентов по эмоциональным факторам, проведен контрольный замер состояния «как есть», выявлены дефициты и разработана комплексная программа обучения для менеджеров, позволяющая им развивать эмоциональную составляющую продаж за счет наработки конкретных знаний, умений и навыков. В целях контроля изменений и выявления зон развития оценка по эмоциональным факторам включена в структуру регулярной оценки качества работы менеджеров по продажам.

Системная работа над эмоциональной составляющей продаж создаст новый уровень индивидуального подхода, новый уровень комфорта для клиента. Процесс покупки будет более приятным, обогащающим информационно и эмоционально выше планки требований клиента, поскольку на высшем уровне цель сервиса — дать клиенту больше, чем он ожидает [1, с.29]. Следуя методике управления эмоциональными факторами, менеджер станет скорее партнером по решению, чем продавцом. Выстраивание отношений с клиентами в этом ключе составит преимущество компаний, применяющих методику, создаст потенциал лояльности и повышения уровня повторных продаж и продаж по рекомендации в долгосрочной перспективе.

Литература:

1. Шоул, Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество [Текст] / Джон Шоул; Пер. с англ. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. — 338 с.
2. Торстейн В. Теория праздного класса [Текст] / В.Торстейн. — М.: Прогресс, 1984. — 368 с.

УДК 005.65.012

Фомченкова Лариса Владимировна
Fomchenkova L.V.

д.э.н., доцент
l.fomchenkova@gmail.com

ФОРМИРОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

DYNAMIC APPROACH FOR DEFINITION OF ORGANIZATION STRATEGY

Филиал Национального исследовательского университета «МЭИ»
в г. Смоленске

Аннотация: Обоснована необходимость динамического подхода к определению стратегии. Разработан процесс ее формирования на основе реализации организационных способностей и организационного обучения. Представлена типология динамических стратегий с учетом стадии жизненного цикла организации.

Abstract: The necessity of dynamic approach for definition of strategy has been proved. The process of strategy forming on the base of organizational capabilities and organizational learning has been developed. The typology of dynamic strategies in view of organizational life circle stage has been presented.

В быстроизменяющихся внешних условиях бизнеса возрастает необходимость использования динамического подхода к разработке и реализации стратегии, изменяющейся во времени в соответствии с принципами динамичности и развития, что обеспечивает непрерывное организационное обучение, позволяющее сформировать организационные способности, реализация которых способствует росту конкурентоспособности в долгосрочной перспективе. Данный подход соответствует современному определению стратегии с позиций ее содержания, контекста и процесса. Под динамической стратегией организации будем понимать образ ее действий, определяющий непрерывное развитие и конкурентоспособность в долгосрочной перспективе на основе реализации организационных способностей, сформированных в ходе организационного обучения, для приспособления к внешним условиям или их изменению в соответствии с внутренним ресурсным потенциалом.

Процесс формирования стратегии организации на основе динамического подхода помимо традиционных этапов целеполагания, стратегического анализа и стратегического выбора должен быть дополнен процедурами организационного обучения. Кроме того в ходе исследования внешней и внутренней среды необходимо выявить возможности усиления, комбинирования, реконфигурации организационных способностей для успешной деятельности в изменяющихся внешних условиях. Формирование динамической стратегии продолжается на этапе ее реализации, в ходе которого должны поддерживаться условия непрерывного организационного обучения, среди которых обеспечение обмена информацией между подразделениями, командный подход к построению организационной структуры управления и делегирование полномочий, что составляет основу непрерывных управленческих инноваций. В ходе стратегического контроля проводится оценка эффективности стратегии и посредством обратной связи обеспечивается ее своевременная корректировка.

Реализация динамического подхода к стратегическому менеджменту требует пересмотра традиционной классификации организационных стратегий, которые по своей сути являются статичными, пригодными для определенной стадии жизненного цикла организации. При переходе на новый этап развития требуется реализовать динамическую гибридную стратегию (таблица 1).

Таблица 1 – Типология динамических стратегий организации

Стадия жизненного цикла организации	Стратегия развития	Конкурентная стратегия	Стратегия переходного периода	Инновационная стратегия
Зарождение	Выход на рынок	Фокусирование на продукте		Стратегия радикального опережения
Переходный период	Развитие продукта	Стратегия «быть быстрее»		Формирование организационных способностей
Рост	Концентрированный рост	Лидерство по издержкам		Стратегия опережающей наукоемкости
Переходный период	Интегрированный рост	Динамическая продуктовая дифференциация		Комбинирование организационных способностей
Зрелость	Диверсифицированный рост	Дифференциация		Стратегия поддержки продуктового ряда
Переходный период	Реструктуризация	Стратегия «одновременности»		Реконфигурация организационных способностей
Спад	Сокращение	Фокусирование на издержках		Стратегия следования за рынком

Формирование стратегий с учетом стадии организационного жизненного цикла и переходных процессов при ее изменении позволяет реализовать динамический подход к стратегическому менеджменту, обеспечить своевременную организационную перестройку и осуществить планирование деятельности из прошлого через настоящее в будущее, что способствует росту конкурентоспособности и эффективности деятельности в долгосрочном периоде.

Чалая Инна Сергеевна

Chalaja I.S.

innusenka_90@mail.ru,

Лопатин Михаил Валентинович

Lopatin M.V.

к.э.н., профессор

ПЕРСПЕКТИВЫ УЧАСТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ

PROSPECTS OF PARTICIPATION OF SUBJECTS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN GOVERNMENT PROCUREMENTS

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Субъекты малого и среднего предпринимательства представляют собой важный элемент рыночной экономики. При этом данные субъекты часто остаются «в тени» рынка или выбывают из него вследствие тяжелых обстоятельств. Одним из возможных сценариев развития субъектов малого и среднего предпринимательства является их участие в государственном заказе. Это позволит развивать и инновационный сектор. Но и здесь субъекты могут столкнуться с барьерами выхода на рынок государственного заказа. Поэтому необходимо контролировать и стимулировать деятельность малого и среднего предпринимательства, чтобы программы по их развитию были эффективными и целесообразными.

Ключевые слова. Субъекты малого и среднего предпринимательства, государственный заказ, закупки, тендеры.

Abstract. Subjects of small and average business are an important element of a market economy. Thus these subjects often remain «in the shadow» the market or leave it owing to difficult circumstances. One of possible scenarios of development of subjects of small and average business is their participation in the government procurements. It will allow to develop also innovative sector. But also here subjects can face barriers of entry into the market of the government procurements. Therefore it is necessary to control and stimulate activity of small and average business that programs for their development were effective and economically expedient.

Keywords. Subjects of small and medium enterprises, state order, purchases, tenders.

Определившаяся в последнее время тенденция стратегического развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации, в частности в Санкт-Петербурге, является пока мало эффективной моделью государственной политики из-за незначительных улучшений количественных и качественных показателей роста сегмента малого и среднего бизнеса. Конечно, для развития и поддержки данного сегмента применяются определенные меры, например, льготы и преференции, а также разрабатываются специальные программы и стратегии.

Согласно Федеральному закону Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1] определяются понятия субъектов малого и среднего предпринимательства, инфраструктура, виды и формы их поддержки. Однако сам по себе данный закон является малоэффективным инструментом без совокупности предпринимаемых мер. Так, например, малому бизнесу сложно принимать участие с государственным заказом, особенно, если речь идет об инновационных товарах. Это связано с тем, что существуют некие барьеры участия малых предприятий в госзаказе, государственный сектор ориентирован на цену закупаемых товаров, работ, услуг, а также существуют проблемы с доступностью необходимой инфраструктуры с современным оборудованием, что не позволяет малым инновационным предприятиям развиваться планомерно и эффективно.

Минэкономразвития подготовило Распоряжение от 29 мая 2013 г. №867-р «Расширение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием» [2], направленное на сокращение административных, финансовых и информационных барьеров к доступу субъектов малого и среднего предпринимательства к государственным закупкам. Предложенные в документе мероприятия («дорожная карта») позволят увеличить долю госзаказа среди субъектов малого и среднего предпринимательства от 10% до 25% в год, увеличить саму долю инновационной продукции и НИР и ОПКР среди данных субъектов, что, в свою очередь, будет способствовать закупкам увеличению объема отечественных товаров и разработок.

В 2014 году произошли изменения в сфере регулирования государственным заказом: с 1 января 2014 г. начал действовать Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», а также к Федеральному закону от 18 июля 2011 г. N 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» вышло Постановление Правительства РФ от 11.12.2014 N 1352 «Об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках

товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» [3]. Данные меры позволяют более полно контролировать сферу государственного заказа, обязывая учреждения и предприятия закупать некоторые виды товаров, работ и услуг только среди субъектов малого и среднего предпринимательства. Также предусмотрены особенности участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках в качестве субподрядчиков (соисполнителей).

Конечно, «дорожная карта» и иные попытки создать благоприятную среду для развития малого и среднего предпринимательства открывают новые возможности для развития бизнеса и являются эффективными, но одновременно с успехом они претерпевают и поражение. Участие в государственных торгах для малых предприятий является порой сложной процедурой, поскольку требуется набор определенных знаний, умений, навыков, опыта, т.е. зачастую требуется привлечение дополнительных специалистов или иные расходы (особенно, если речь идет о многоэтапных процедурах или комплексных закупках). Таким образом, малому бизнесу не хватает обучающих мероприятий, позволяющих постичь сложность чтения и подготовки тендерной документации. О бесплатных обучающих программах, к сожалению, в государстве пока речи не идет, а обучение, предоставляемое коммерческими организациями, к сожалению, часто не оправдывает затраченных средств.

По результатам опубликованных сведений на общероссийском официальном сайте (ООС) www.zakupki.gov.ru, предназначенном для публикации информации о размещенных торгах государственными предприятиями и отдельными видами юридических лиц, за 2014 год по 44-ФЗ было проведено гораздо больше конкурентных процедур, направленных на снижение издержек предприятий, экономию денежных средств, открытую конкуренцию, по сравнению с 223-ФЗ. Это подтверждают статистические диаграммы, опубликованные на ООС [4]. На рисунке 1 видно, что за 2014 год по 44-ФЗ было проведено 51,73% электронных аукционов, 23,97% конкурсов, 17,98% закупок у единственного источника.

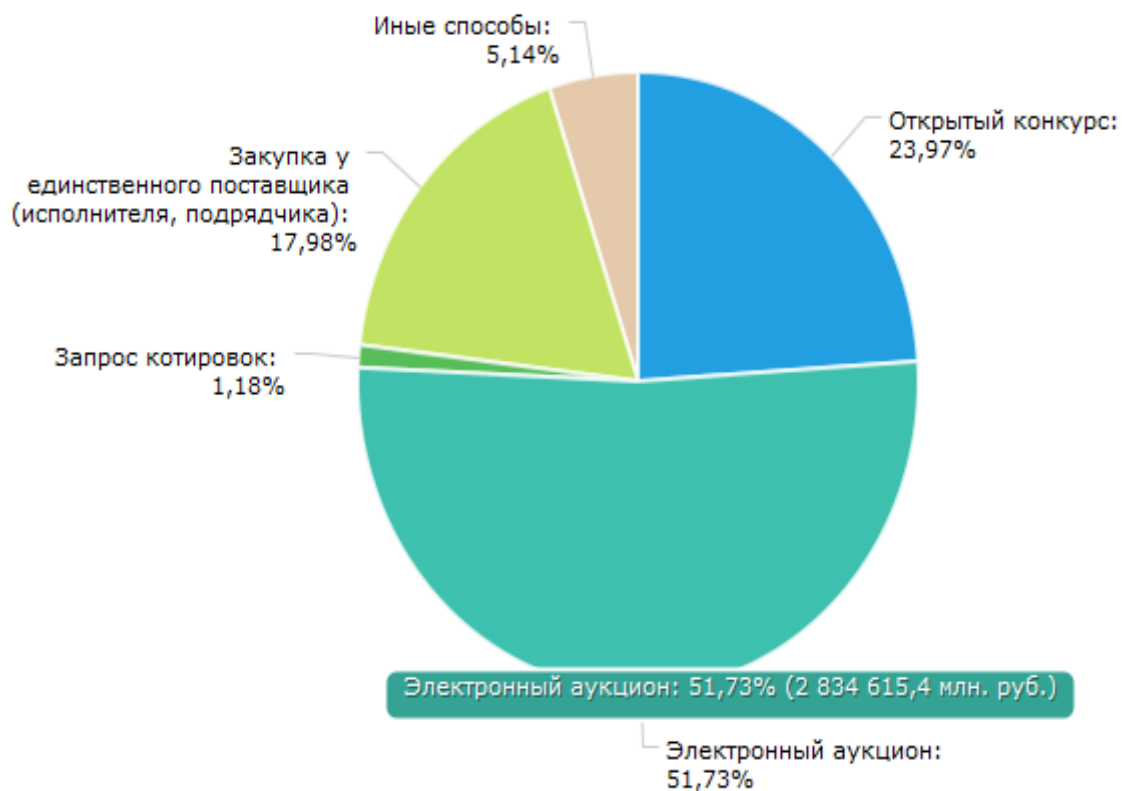


Рис. 1. Диаграмма закупок по 44-ФЗ за 2014 год

За этот же период по 223-ФЗ было проведено 48,1% закупок у единственного источника, 41,6% иным способом, 5,9% конкурсом, 2,5% аукционом в электронной форме (рис. 2).

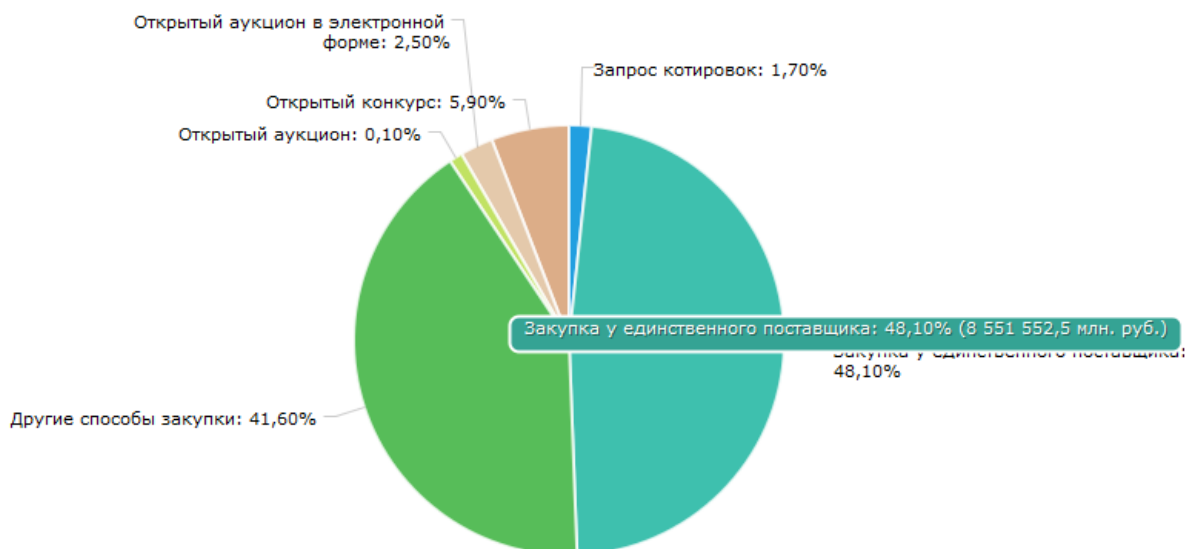


Рис. 2. Диаграмма закупок по 223-ФЗ за 2014 год.

Очевидная разница в объемах проведенных закупок обусловлена тем, что 223-ФЗ не является столь жестко регламентирующей деятельность предприятий законом, как 44-ФЗ. Закупки у единственного источ-

ника (т.е. у любого поставщика, работающем на рынке) по 44-ФЗ требуется согласовывать Федеральной антимонопольной службой (ФАС). По 223-ФЗ предприятия могут установить самостоятельно перечень таких закупаемых товаров, работ, услуг, как и сами способы организации закупки. Т.е. показатель 41,6% закупки «другим способом» означает, что предприятия в своем Положении о закупках могли самостоятельно утвердить такой способ закупки, как конкурентные переговоры, предварительный квалификационный отбор, предложение делать оферты и др., описав порядок осуществления закупок указанными способами. Это позволяет предприятиям устанавливать «свои правила» работы по 223-ФЗ, делая его менее эффективным инструментом по развитию бизнеса, конкуренции.

Конечно, стоит учесть и количественную разницу зарегистрированных заказчиков: на 1 января 2015 г. по 44-ФЗ работает 248869 учреждений, которые опубликовали за период с 01.01.2014 по 31.12.2014 2781706 процедур, тогда как по 223-ФЗ работает 74130 учреждений, опубликовавших за аналогичный период 1068446 процедур [4].

Если вернуться к вопросу о субъектах малого и среднего предпринимательства для всех субъектов малого предпринимательства опубликовано закупок на 374 874,6 млн. рублей, что составляет 4,93% от совокупного годового объема закупок, предусмотренного планом-графиком, из них по Санкт-Петербургу опубликовано закупок на 23 354,4 млн. рублей, что составляет 8,06% от совокупного годового объема закупок (рис 3). Таким образом, установленная доля в размере не менее 15% совокупного годового объема закупок у субъектов малого предпринимательства, социально ориентированных некоммерческих организаций не выполняется.

Показано: с 01.01.2014 по 31.12.2014

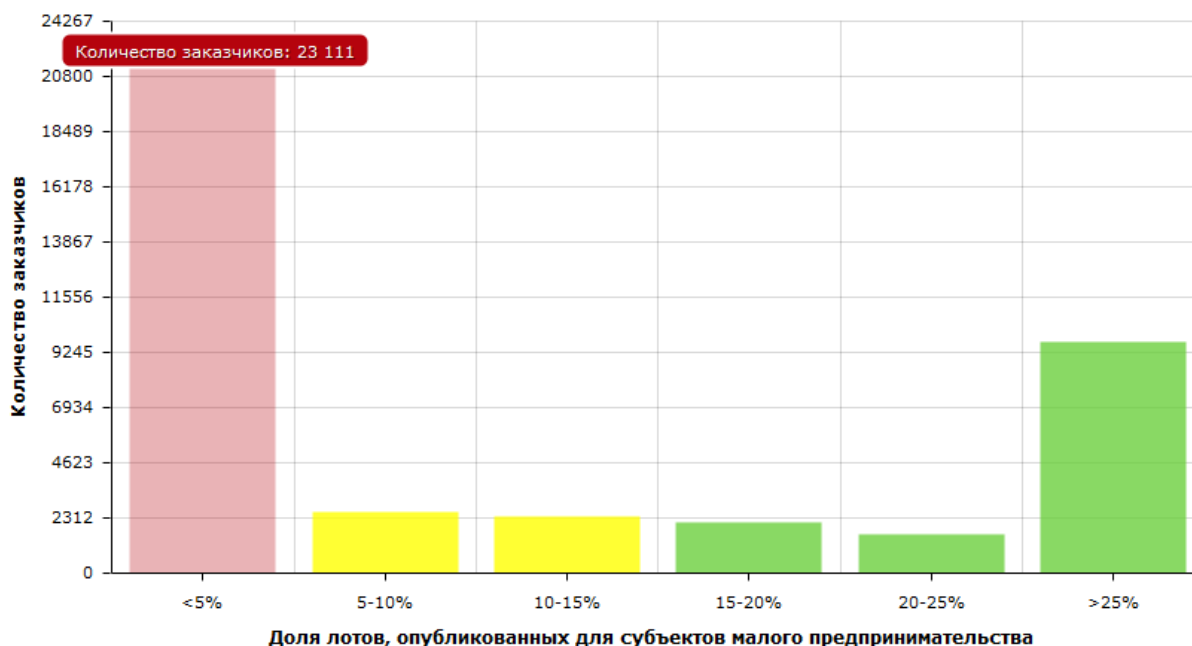


Рис. 3. Доля лотов, опубликованных для субъектов малого предпринимательства по 44-ФЗ.

По 223-ФЗ закупки специально для субъектов малого и среднего предпринимательства обязательны к размещению лишь с 2015 года (для некоторых юридических лиц с 2016 года), поэтому невозможно представить какую-либо диаграмму. Проведя мониторинг реестра закупок на ООСе было установлено, что за период с 01.01.2014 г. по 20.02.2015г. по 44-ФЗ было проведено порядка 1000000 процедур среди субъектов малого и среднего предпринимательства, а по 223-ФЗ – порядка 300 процедур (в 2014 г. практически таких процедур проведено не было) [4].

Существует целый комплекс проблем, препятствующих участию малого и среднего предпринимательства в закупках с государственным участием. Среди них отсутствие спроса заказчиков на услуги малого бизнеса, который не обладает достаточными ресурсами необходимого качества, вследствие чего существуют проблемы с исполнением контрактов. Кроме того субъекты малого и среднего предпринимательства иногда сами не заинтересованы участвовать в торгах, поскольку начальная максимальная цена контракта может быть заниженной, из-за чего получить коммерческую выгоду является невозможным (полученные доходы покроют лишь затраты). Даже могут быть сложности при подаче жалобы в ФАС, если есть признаки заниженной начальной максимальной цены контракта, необоснованного ограничения конкуренции. Это связано с тем, что у малых предприятий недостаточно юридических знаний для грамотного составления жалобы и отстаивания своих позиции.

Для устранения барьеров, возникающих при участии малого и среднего предпринимательства в государственном заказе, необходимо продолжать анализировать получаемые данные с ООС, постоянно проводить анкетирование, в ходе которого участники могут высказать мнение о проблемах качества и развития услуг в сфере размещения заказов и закупочной деятельности, в т.ч. о проблемах работы субъектов малого и среднего предпринимательства. С целью развития и поддержки данных субъектов за последнее время было принято множество значимых государственных решений и нормативных актов. Но, к сожалению, на бумаге, на заседаниях и конференциях декларируется о достигнутых результатах, а практика реализации опровергает многие аспекты. Конечно, положительная динамика участия в государственных закупках есть: все больше и больше малый бизнес регистрируется на электронных площадках в поисках интересных тендеров. Однако при участии в условиях контракта прописываются невыполнимые для многих требования и значительные штрафные санкции за нарушения, тогда как «своим» предпринимателям всегда можно подписать протокол разногласий и смягчить условия тендера. Это показывает слабость малых предприятий, ставит под угрозу их дальнейшее развитие на рынке госзаказа, поскольку отсутствие необходимых личных знаний и вседозволенность организаторов торгов препятствуют развитию честной конкуренции в сфере государственного заказа и на экономическом рынке в целом.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»// Российская газета. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2007/07/31/biznes-doc.html> (дата обращения: 03.02.2015)
2. Распоряжение от 29 мая 2013 г. №867-р «Расширение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к закупкам инфраструктурных монополий и компаний с государственным участием» »// Российская газета. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2013/06/10/zakupki-site-dok.html> (дата обращения: 03.02.2015)
3. Постановление Правительства РФ от 11.12.2014 N 1352 «Об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» // КонсультантПлюс. ВерсияПроф [Электронный ресурс]. – Электрон. дан.
4. Официальный сайт Российской Федерации в сети Интернет для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг. [Электронный ресурс]. URL: <http://zakupki.gov.ru> (дата обращения: 21.02.2015)

УДК: 334.784

Шевченко Наталья Николаевна
Shevchenko N.N.

Nata_shevchenko@list.ru

Горчакова Людмила Ильинична
Gorchakova L.I.

доцент, кандидат экономических наук

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ
КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ОСОБЕННОСТЕЙ СЛИЯНИЙ,
ПОГЛОЩЕНИЙ И АЛЬЯНСОВ В РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ**

**FORMING THE STRATEGIC DEVELOPMENT PLAN ON THE
BASIS OF MERGER'S, ACQUISITION'S AND ALLIANCE'S
FEATURES IN THE RUSSIAN BUSINESS**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: В данной статье рассмотрен рынок слияний и поглощений в России, его отличительные черты, проанализированы крупнейшие сделки 2013-2014 года и определено текущее состояние рынка.

Ключевые слова: слияния, поглощения, рейдерские захваты, приватизация, альянс, миноритарные акционеры.

Abstract: This article describes the market of mergers and acquisitions in Russia, its distinctive features, the largest transactions in 2013-2014 were analyzed and the current state of the market is determined.

Key words: mergers, acquisitions, raider attacks, privatization, alliance, minority shareholders.

В связи с высоким уровнем конкуренции и ограниченностью ресурсов компании всегда сливались друг с другом и поглощали своих конкурентов. Рынок "M&A" при переводе с английского языка означает «Слияния и поглощения». Рынок слияний и поглощений в России находится на начальном этапе развития, но постепенно набирает темпы и в будущем сможет играть очень важную роль в экономическом развитии страны [1].

Рынок слияний и поглощений зародился в начале 90-х, после распада Советского союза, когда было положено начало приватизации промышленных предприятий. Отличительной чертой российского рынка слияний и поглощений является то, что в большинстве своём они носят недружественный и враждебный характер. Предприниматели восприни-

мают слияние не как возможность для развития и расширения доли рынка, а как проигрыш конкуренту [2]. Слияния и поглощения часто рассматриваются в качестве стратегий интеграции, т.к. сделки такого рода предполагают объединение компаний, участвующих в сделке. Заключённый стратегический альянс может перерасти в итоге в слияние и поглощение, зачастую он для этого и создаётся, и таким образом облегчает процесс слияния.

В российской практике термины «слияние» и «поглощение» очень часто обозначают синонимы, но на самом деле между этими двумя типами сделок существует большая разница. Поглощение – это тендерное предложение, когда руководство одной компании делает предложение другой о покупке контрольного пакета акций, то есть к действующему юридическому лицу происходит присоединение другого юридического лица с его аннулированием. Слияние – объединение нескольких компаний, в результате которого образуется единая экономическая единица.

Существуют несколько направлений слияний:

1) Горизонтальное слияние. Данный вид слияния происходит в рамках одной отрасли. Такая сделка приводит к лучшему использованию производственных ресурсов, сокращаются похожие должности, и в итоге компания увеличивает свою прибыль, а стоимость акций растёт. Пример – слияние Лукойла и Комитэка (у них были месторождения нефти в Республике Коми) в 1999 году. Компания обменивает свои конвертируемые привилегированные акции на обыкновенные акции "КомиТЭКа" при коэффициенте 25,2 в свою пользу. В дальнейшем полученные акции были конвертированы в обыкновенные в отношении один к шести. В результате бывшие акционеры "КомиТЭКа" стали обладателями более 5% акций "ЛУКОЙЛа" [3].

2) Вертикальное слияние. Такая сделка происходит в случае объединения компаний из одной отрасли, но специализирующихся на разных процессах. Примером такой сделки является покупка Северсталью заводского моторного завода в 2005 году для сборки внедорожника «Rexton». Позднее в 2006 году компания подписала контракт с компанией «Ssang Yong».

3) Образование конгломерата. Данный вид сделки возникает при слиянии компаний из разных секторов. Например, производственная компания покупает банк. После такого слияний в случае нехватки денежных средств компания всегда сможет получить их у собственного банка. Пример – покупка Газпромом различного рода агропромышленных предприятий.

Компании соглашаются на слияния для обеспечения синергетического эффекта. В результате выгодного слияния компании могут сокра-

тить свои операционные издержки, увеличить стоимость акций, создать более сильный бренд и потеснить свои конкурентов.

В большинстве случаев сделки по слиянию и поглощению можно рассматривать как:

1) Разновидность интеграции бизнеса. Обостряющаяся конкуренция на мировых и региональных рынках заставляет искать новые пути повышения конкурентоспособности своего товара

2) Этап реструктуризации предприятия. Некоторые компании используют сделки такого рода для создания дополнительных перспектив роста, стабилизации и укрепления позиции в сегменте.

3) Стратегия инвестирования. Для оптимизации использования имеющегося капитала необходимо грамотное инвестирование. Нарастивание доли рынка с помощью приобретения существующих компаний намного эффективнее, чем вложение средств в построение производств с нуля. Инвестиционные компании самых крупных компаний мира, таких как General Motors и Google направлены именно на такие сделки.

На данный момент сделки по слиянию и поглощению являются одним из самых эффективных инструментов при конкурентной борьбе.

В российском бизнесе сделки по слиянию не так распространены, за исключением крупного бизнеса. Как правило, малый и средний бизнес подвергаются враждебным поглощениям, или так называемым рейдерским захватам, в результате которых собственники теряют свой бизнес.

Обычно, при враждебных поглощениях используются следующие методы:

1) Скупка акций у миноритарных акционеров, которая постепенно приводит к захвату большей доли в компании

2) Механизм банкротства. Поглотитель скупает все долги компании и таким образом получает полный контроль над компанией.

3) Использование конфликта между акционерами. Очень часто акционеры бывают недовольны вектором развития компании, или считают, что они не получают дивиденды. Этим пользуются захватчики, стараясь переманить одну из сторон на свою сторону.

Основными способами защиты от враждебных поглощений являются: вывод наиболее ликвидных активов, использование альтернативных способов руководства компанией (2 генеральных директора, создание наблюдательного совета) [4].

Для перехода компании на новый уровень необходимы новые возможности и ресурсы, для достижения которых необходимо осуществить следующие цели:

1) Улучшить финансово-экономического состояния предприятия, которое невозможно оптимизировать исключительно при использовании стратегии внутреннего роста

- 2) Устранить конфликта между менеджментом компании
- 3) Вывести собственника из бизнеса путём покупки его акций
- 4) Получить доход от спекулятивных сделок по слиянию и поглощению

При осуществлении сделки по слиянию и поглощению можно выделить несколько этапов:

- 1) Разработка стратегии
- 2) Поиск и анализ компании, удовлетворяющей целям
- 3) Формирование команды по проведению сделки
- 4) Проведение переговоров
- 5) Осуществление сделки
- 6) Проведение интеграции
- 7) Постинтеграция

Успешность сделки зависит от верного осуществления каждого этапа. При всех плюсах таких сделок, слияния и поглощения являются наиболее жёсткой и агрессивной формой роста компании. Самой безболезненной формой стратегического союза является стратегический альянс, который заключается в объединении двух независимых компаний для достижения определённой цели.

В большинстве случаев стратегические альянсы являются долгосрочными и охватывают разные сферы деятельности компаний. Для альянса сроки завершения интеграции имеют намного меньшее значение, чем для сделок по слиянию и поглощению. Решающую роль играет вклад каждой компании в общее дело. Но, к сожалению не все альянсы достигают успеха, большая часть из них распадается, не достигнув намеченных целей, в связи с возникающими трудностями при управлении и соблюдении паритета для всех компаний-участниц. Стратегические альянсы базируются на доверии компаний, возможности и ресурсы которых взаимно дополняют друг друга, но каждый участник преследует свои интересы, что нередко приводит к конфликтам.

В связи с усложняющейся политической и экономической ситуацией в стране, рынок слияний и поглощений становится всё более внутривососсийским. По словам Антона Силуанова, отток капитала из России в 2014 году составил около 130 млрд. долларов, что больше прошлогоднего в 2 раза [5]. Иностранные инвесторы не рискуют вкладывать свои средства в российские предприятия. В основном в 2014 году слияния происходили на топливно-энергетическом рынке и рынке связи.

В связи с ограничениями осуществления IPO для российских компаний и введением санкций, объём сделок по покупке российских компаний иностранными инвесторами сократился в первом квартале 2014 года на 64% и составил 2,6 млрд. долларов.

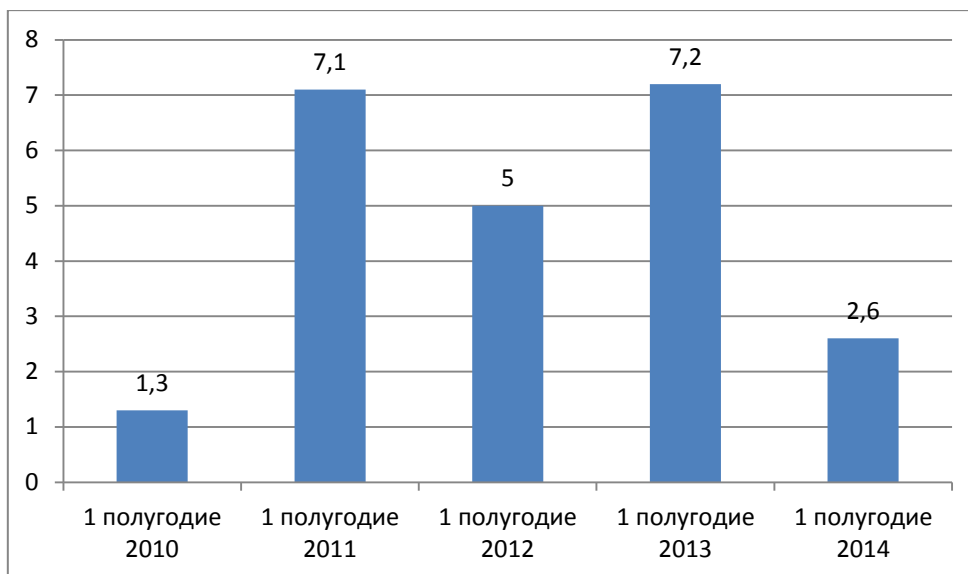


Рис.1. Объёмы сделок в первых полугодиях

Одним из самых ярких слияний 2014 года стала сделка по объединению старейших игроков в секторе бытовой техники – «Техношок» и «Техносила». В последние годы компании развивались параллельно, никак не конкурируя друг с другом, т.к. «Техношок» развивал свою сеть в северо-западных регионах, а «Техносила» концентрировала свои усилия на магазинах в центральной части России. В результате данной бездежной сделки 70% акций получили владельцы «Техносилы», а 30% - акционеры «Техношока». Компании решили объединить свои усилия для того, чтобы войти в 10 крупнейших ритейлеров бытовой техники.

Сделкой 2013 года стала покупка «Роснефтью» компании «ТНК-ВР», в результате которой «Роснефть» стала крупнейшим производителем нефти. Для покупки «ТНК-ВР» были взяты кредиты в зарубежных банках на сумму в 31 млрд. доллар. Это поглощение является очень важным шагом в рамках приватизации государственной собственности. Продажа «ТНК-ВР» стала результатом продолжительного конфликта среди акционеров, который длился на протяжении 5 лет. Компания не могла договориться о стратегии развития, в связи с чем акционеры постоянно заявляли о своей готовности продать доли сторонним организациям.

В итоге каждая компания должна выбирать, какой метод достижения конкурентоспособности наиболее приемлем для неё.

Литература

- 1) Журнал РЦБ. РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rcb.ru/rcb/2005-20/7163/>, свободный
- 2) Браславская М. Тропа войны сворачивает в Кремль / Слияния и поглощения – 2003. - № 3. - С. 18-25.

3) Независимая газета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ng.ru/news/485463.html>, свободный

4) Ионцев М. О некоторых превентивных способах защиты предприятия от недружественного поглощения / Слияния и поглощения – 2004. - №3. – С. 39

5) Информационное агентство АК&М [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akm.ru/>, свободный

УДК 658

Штейнгарт Евгений Александрович
Shteingart E.A.
аспирант, genja.89@mail.ru

БИЗНЕС-ИНЖИНИРИНГ, КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ

BUSINESS ENGINEERING AS AN EFFECTIVE TOOL OF STRATEGIC MANAGEMENT ORGANIZATIONS IN A CHANGING WORLD

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Современный мир быстро меняется, а следовательно активно трансформируется и внешняя среда деятельности крупных промышленных предприятий. Для своевременного гибкого реагирования на происходящие изменения необходимы инновационные инструменты стратегического управления, одним из которых является современный бизнес-инжиниринг. В статье приводится характеристика концепций инжиниринга и бизнес-инжиниринга, даётся авторское определение бизнес-инжиниринга и анализируются основные программные средства, поддерживающие это направление научных исследований.

Abstract. The modern world changes rapidly and consequently the external environment of activity of the large industrial enterprises is actively transformed. Innovative instruments of strategic management one of which is modern business engineering are necessary for timely flexible response to the happening changes. The characteristic of concepts of engineering and business engineering is provided in the article, the author's definition of business engineering is given and the main software supporting this direction of scientific researches are analyzed.

Ключевые слова. Конкуренентоспособность предприятия, инжиниринг, реинжиниринг бизнес-процессов, бизнес-инжиниринг, архитектура предприятия, инструменты управления архитектурой предприятия.

Key words. Competitiveness of the enterprise, engineering, business process reengineering, business-engineering, enterprise architecture, enterprise architecture management tools.

Сегодня, в быстро изменяющемся мире, главной целью абсолютно любой организации независимо от размера, организационно-правовой формы, сферы деятельности и прочих параметров является повышение уровня конкурентоспособности. Одной из наиболее эффективных, современных и инновационных концепций, позволяющих достичь эту цель является бизнес-инжиниринг, исследование теоретического базиса и основных инструментов которого является очень актуальным.

Цель работы заключается в раскрытии сущности терминов инжиниринг и бизнес-инжиниринг и характеристике инструментальных средств, применяющихся в сфере бизнес-инжиниринга. В работе решены следующие основные задачи: приведена краткая история появления терминов инжиниринг и бизнес-инжиниринг, зафиксированы чёткие определения терминов инжиниринг и бизнес-инжиниринг; дано авторское определение термина бизнес-инжиниринг; описаны основные программные продукты, которые применяются в бизнес-инжиниринге; проведена сравнительная характеристика средств, применяющихся при бизнес-инжиниринге. Для решения этих важных задач используются общенаучные методы, такие как изучение литературы, обобщение, классификация, систематизация, анализ и синтез.

Впервые понятие инжиниринг начало использоваться в Англии ещё в середине 19 века и означало специализированную консультационную деятельность по постройке мостов, тоннелей, дорог и прочих объектов инфраструктуры. Несколько позже инжиниринг уже стали связывать с предоставлением инженерно-консультационных услуг в промышленной сфере. С конца 50-х годов 20 века инжиниринг превратился в обособленную область глобальной коммерческой деятельности и научных исследований, которая динамично развивается до настоящего времени и, безусловно, будет востребована и в будущем в условиях международной нестабильности и увеличения скорости происходящих в мире изменений во всех сферах деятельности человечества. [1]

На данный момент используется большое количество различных многоаспектных определений инжиниринга. Изложим некоторые из них. Инжиниринг это:

1. Предоставление фирмой-консультантом – фирме-клиенту услуг при строительстве промышленных или иных объектов. [2]

2. Это особая деятельность, связанная со строительством и эксплуатацией предприятий и объектов инфраструктуры. [3]

Далее необходимо перейти к ключевому направлению современного инжиниринга бизнес-инжинирингу, который является предметом рассмотрения и научного анализа. Бизнес-инжиниринг появился на Западе. Изначально в 80-е годы 20 века появилась концепция реинжиниринга бизнес-процессов предложенная М. Хаммером и Дж. Чампи. С течением времени реинжиниринг начал видоизменяться, превращаясь в систему управления, которую дополняют различные специализированные технологии. Начали появляться различные пакеты прикладных программ. Всё это послужило переходом управленческой мысли к концепции бизнес-инжиниринга, системы проектирования бизнеса, как инженерной науки за счёт оптимизации бизнес-процессов предприятия, которые ставятся во главу угла. По сути реинжиниринг это один из компонентов бизнес-инжиниринга. Таким образом, бизнес-инжиниринг это комплексный специальный подход к осуществлению организационных преобразований социальных систем, то есть предприятий. Вот некоторые наиболее часто употребляемые определения термина бизнес-инжиниринг.

1. Базирующаяся на использовании научных методов и моделировании концепция конструирования предприятия в информационном веке. [4]

2. Дисциплина, применяемая для выполнения любых работ по созданию, изменению или реорганизации любого предприятия. [5]

3. Развивающаяся дисциплина (область знаний, понятия, теория и связанная методология) для анализа, проектирования и создания предприятий [6]

4. Деятельность по преобразованию предприятий, в рамках которой осуществляется интегрированное проектирование, как ИТ, так и процессов и структур предприятия [7]

5. Специализированная деятельность по созданию и обеспечению оптимального функционирования и развития бизнес-систем, основанная на инженерном подходе [8]

На основании вышеизложенных определений бизнес-инжиниринга сформулировано авторское определение: *”Бизнес-инжиниринг – это обособленная сфера практической деятельности и научных исследований по проведению работ связанных с созданием, изменением или реорганизацией предприятий за счёт оптимизации структуры управления и достижения сбалансированности всех компонентов предприятий для улучшения их деятельности с использованием инженерного подхода и современных информационных технологий”.*

Бизнес-инжиниринг, безусловно, является фундаментом управления предприятием при его миграции от индустриального к информационному обществу. Концепция бизнес инжиниринга чётко сочетается с быст-

рым инновационным развитием в сфере ИТ и телекоммуникации. Современная концепция бизнес-инжиниринга многогранна и основана на сочетании общенаучных, экономических технических и информационных знаний, методов и технологий в их неразрывной связи с процессами трансформации предприятий, происходящими под воздействием динамично меняющейся внешней среды. Таким образом, значимость бизнес-инжиниринга несомненна, так как это целостное и всеобъемлющее направление научных исследований и практической деятельности, которое позволяет эффективно осуществлять трансформации предприятий и управлять ими на базе новейших разработок в сфере бизнес-информатики.

Технологический базис концепции бизнес-инжиниринга – это инструменты управления архитектурой предприятия (EAM - Enterprise Architecture Management tools). Это класс специализированных программных продуктов, которые включают в себя разработки в области таких направлений ИТ как CAD-системы, CASE-технологии, BPR-средства, Orgware-средства и Strategy design средства. Прежде чем перейти непосредственно к характеристике и анализу EAM-инструментов – основы современного бизнес-инжиниринга, кратко охарактеризуем средства и системы, которые появились ранее, на предыдущих стадиях развития научных исследований.

Ещё в 60-х годах 20 века появились CAD-системы (Computer-Aided Design – система автоматизированного проектирования). Сейчас CAD-системы – это главный инструмент при проектировании в сфере машиностроения и строительства (AutoCAD, SolidWorks, КОМПАС). В 80-е годы на основе развития CAD-систем появились CASE-технологии (Computer-Aided Software/System Engineering – автоматизированное проектирование программного обеспечения/систем). Изначально CASE-технологии определялись как набор инструментов и методов программной инженерии для проектирования программного обеспечения. Однако, позднее в ходе своего развития, CASE-технологии начали применяться к проектированию различных систем, в том числе и социально-экономических. Среди известных CASE средств следует упомянуть BPWin, ERWin и Ramus. В рамках CASE-технологий в 90-е годы начали развиваться BPR-средства (Business Process Reengineering – средства реинжиниринга БП). В начале 2000-х годов набрали популярность специализированные средства для проектирования структуры и функций предприятия (Orgware) и его стратегии (Strategy design). Все перечисленные выше инструменты в полной мере воплощены в EAM-средствах, позволяя не только проектировать АП для крупного промышленного предприятия, но и управлять ею.

Стандартное определение термина архитектура предприятия. АП – это описание (модель) основного устройства (структуры) и связей частей системы (физического или концептуального объекта или сущности). [5] ЕАМ-инструменты позволяют работать с концепцией архитектуры предприятия, предоставляя следующие основные функциональные возможности:

1. Предоставление фундаментальных знаний о предприятии всем заинтересованным лицам.
2. Создание единой терминологической базы внутри предприятия.
3. Представление всех основных компонентов АП (миссии, оргструктуры, ценностей, информации, стратегии, БП) в целостной модели.
4. Постановка процессной системы управления предприятием.
5. Формирование прочного фундамента для разработки методик по постоянному совершенствованию деятельности предприятий. [9]

Благодаря функциональным возможностям ЕАМ-инструментов любое предприятие способно значительно повысить эффективность своего функционирования за счёт более гибкого реагирования на изменяющиеся реалии внешней среды. В таблице 1 описываются основные ЕАМ-инструменты, которые применяются при бизнес-инжиниринге в России и за рубежом.

Таблица 1. Программное обеспечение для моделирования и управления АП

ПО	Краткое описание
Отечественные инструменты моделирования и управления АП	
1. Business Studio	Business Studio – система бизнес-моделирования для максимально простого и эффективного создания бизнес-архитектуры предприятия на основе графической среды моделирования MSOffice Visio. Кроме этого, Business Studio позволяет решать задачи, которые необходимы для непрерывного развития и улучшения функционирования предприятия. Главная задача, Business Studio – это разработка комплексной модели бизнеса. Основные решаемые задачи: 1.Формализация стратегии и контроль ее достижения. 2.Моделирование и целостная оптимизация БП. 3.Проектирование организационной структуры и штатного расписания. 4.Регламентация деятельности: то есть разработка регламентов и распространение их среди всех сотрудников предприятия. 5.Внедрение системы менеджмента качества в соответствии со стандартом ISO. 6.Формирование технических заданий и поддержка внедрения информационных систем. [10]
2. Fox Manager	Основной интерфейс программы содержит следующие функциональные модули: оргструктура, поставщики, процессы, контроль, документация, аудиты, отчёты, личный кабинет. Fox Manager – даёт возможность сформировать и детально проанализировать

ПО	Краткое описание
	организационную структуру предприятия, создать процессную модель, распределить ответственность среди персонала за бизнес-процессы и функции. [11]
3. Орг-Мастер	Система Орг-Мастер предназначена для комплексного проектирования деятельности предприятия с использованием концепции АП: 1.Верхнеуровневой архитектуры (цели и структуры). 2.Оптимизации бизнес-процессов. 3.Разработки информационных систем. Программное средство даёт возможность создавать интегрированную модель любой системы с различным уровнем глубины ее представления. Значимой особенностью программного продукта является отказ от общего способа создания и отображения БП в виде графиков и блок-схем, а применение табличного метода. [11]
4. Бизнес-Инженер	Продукт Бизнес-Инженер – это инструмент для комплексного моделирования функционирования предприятия с полный циклом его проектирования. Microsoft Visio является графическим редактором процессов и моделей как и в Business Studio, а способ моделирования и отчёты схожи с системой ОргМастер. Интерфейс системы – многооконный, то есть при клике мышкой открывается новое окно. Графический редактор для построения бизнес-процессов в Бизнес Инженере – это скорее вспомогательное средство для наглядного отображения информации, а базу составляют табличные и аналитические данные, что ведёт к большей абстрактности выходной документации, такой как, например, должностные инструкции, чем в других средствах. Имеется возможность создания большого количества настраиваемых табличных отчётов. [11]
Международные инструменты моделирования и управления АП	
1. ARIS Business Architect	Система ARIS - это один из первых продуктов, появившихся на рынке для создания АП. Для формулирования целостного описания бизнеса профессором Шеером был предложен так называемый “Дом бизнес-инжиниринга”. В ARIS используется целостный подход к моделированию и детальному анализу, как отдельных БП, так и к моделированию всей АП. В системе ARIS выделяют 5 типов описания, которые являются строительными кирпичиками “дома ARIS”: организационное описание (organization view); функциональное описание (function view); описание данных (data view); описание выходов; процессное описание (process view). ARIS использует нотацию EPC при моделировании БП, которая является внутренней разработкой компании, и, не поддерживается большинством других программных продуктов. [12]
2. MEGA Suite	MEGA Suite - это комплексное решение по управлению АП на базе единой платформы, что даёт возможность не только моделировать АП, но и осуществлять контроль и трансформацию

ПО	Краткое описание
	планирования различных проектов и миграции из архитектуры “как есть” в архитектуру “как надо” с учетом стратегии конкретного предприятия. Отдельные модули системы интегрированы в единый интерфейс. Система MEGA позволяет проводить глубокий анализ различных сценариев трансформации АП для выбора оптимальной траектории. MEGA Suite включает в себя четыре категории инструментов для: моделирования, контроля, преобразования, коммуникации. [13]
3. IBM Rational System Architect	IBM Rational System Architect - это одно из первых средств для эффективного управления АП. IBM Rational System Architect - мощный программный продукт для визуализации, анализа и коммуникации в рамках концепции АП и комплексного анализа бизнес-процессов. Система позволяет эффективно работать с АП на базе особого Web-интерфейса, осуществлять выполнение бизнес-преобразований, оценивать качество бизнес-архитектуры. IBM Rational System Architect предоставляет данные для планирования и прогнозирования. В системе содержится гибкий графический конструктор отчетов. [14]
4. Archi	Этот инструмент бизнес-моделирования находится в открытом доступе на сайте производителя. На примере применения программного продукта Archi очевидна концепция разнообразных точек зрения (viewpoints) на архитектуру предприятия и методы её описания. Разные точки зрения необходимы для визуального представления многообразных аспектов архитектурной модели для всех заинтересованных сторон. Archi позволяет моделировать архитектуру предприятия на всех уровнях, включая моделирование бизнес-процессов предприятия. [15]
5. Essential Project	Данное программное средство разработано для поддержки практик управления АП. Средство компании Essential Project сфокусировано на легкости обучения и поддержки и на возможности относительно быстро приносить результаты. Вся основная функциональность системы может быть сведена к двум основным категориям: 1.Функции моделирования предприятия 2.Функции поддержки пользователей при рассмотрении этой модели с различных точек зрения, за счет отчетов и анализа. В Essential Project существуют широкие возможности проектирования и генерации отчетов. [16]

В таблице 2 приводится сравнительная характеристика ручного режима работы с концепцией АП и наиболее распространенных ЕАМ-средств России и Украины и на основании этого выбирается базовое средство автоматизации - оптимальный вариант для внедрения на крупных отечественных промышленных предприятиях.

Таблица 2. Сравнительные характеристики отечественных ЕАМ-средств

	Ручной режим	Business Studio 3.6 Enterprise	Fox Manager Pro + Контроль 1.7	Орг Мастер Стандарт	Бизнес Инженер 5.0
Год выхода	————	2004	2007	2002	2003
Требования к ПК	Минимальная комплектация	Core 2 1700 Mhz; 2 GB RAM	Celeron 600 Mhz; 128 MB RAM	Celeron 1500 Mhz; 256 MB RAM	Celeron 1000 Mhz; 128 MB RAM
Требования к ОС	Windows 2000/XP/Vista/7/8; Linux	Windows XP/Vista/7	Windows 2000/XP/Vista/7; Linux	Windows 2000/XP/Vista/7	Windows 2000/XP/Vista/7
Разработчик	————	“Современные технологии управления”, РФ.	Фокс Менеджер, Украина	Бизнес Инжиниринг Групп, РФ	“БИТЕК”, РФ
Доступ	Однопользовательский	Многопользовательский	Многопользовательский	Многопользовательский	IDEF0, DFD, EPC
Поддерживаемые нотации	Любые	IDEF0, FlowChart, EPC	FlowChart, диаграммы	IDEF0, DFD, ЛФС	Visio/WEB-браузер
Необходимое ПО	MS Office	Word/Visio/Excel/Net Framework	Excel (для импорта данных)	Excel/ WEB-браузер	SQL Server
БД	Нет	SQL Server	SQLite	SQL Server	MS Visio
Графика	Нет	MS Visio	FlowChart	Графикс	Ручное, используется свой редактор
Построение БП верхнего уровня	Ручной режим (MS Office)	Ручное, используется MS Visio (IDEF0)	Автоматическое, используется свой редактор	Ручное, используется свой редактор	Свой редактор График-студии
Построение БП нижнего уровня	Ручной режим (MS Office)	Используется MS Visio (FlowChart или EPC)	Свой редактор (FlowChart)	Свой редактор Орг-Мастер ГРАФИКС	ФСА
Оценка процессов	Ручной расчет	Имитация выполнения и ФСА	Расчёт времени и стоимости	Оценка затрат на реализацию БП	Автоматический (свой редактор)
Отображение оргструктуры (режим)	Ручной	Полуавтоматический (Visio)	Автоматический и полуавтоматический (свой редактор)	Ручной и полуавтоматический (свой редактор)	СМК, КРІ, ССП
Другие модули	Нет	СМК, ССП	СМК, КРІ, Контроль версий	ССП, СМК	ДИ, Положения, Стандарты, Регламенты БП, Бизнес-правила деятельности предприятия

	Ручной режим	Business Studio 3.6 Enterprise	Fox Manager Pro + Контроль 1.7	Орг Мастер Стандарт	Бизнес Инженер 5.0
Основные отчёты	_____	ДИ, Положения, Регламенты БП, Штатное расписание, Руководство по качеству	ДИ, Положения, Регламенты БП, Штатное расписание, Руководство по качеству	ДИ, Положения, Стандарты предприятия по отдельным видам деятельности, Регламенты	Да
Контроль	Нет	Да	Да	Да	Ручной импорт; импорт из Excel, Word, Access, MS SQL, Oracle.
Ввод данных в систему	Ручной	Ручной импорт; импорт по расписанию; Cockpit	Импорт из Excel; «Личный кабинет» (встроен в программу)	Импорт только из приложений семейства Орг-Мастер	HTML-навигатор
Экспорт модели	Нет	HTML-навигатор	HTML-навигатор	_____	15% от цены программы на 1 год
Техподдержка	Нет	20% от цены программы на 1 год	Бесплатно	Бесплатно	Бесплатно (если оплачена техподдержка)
Обновления	Нет	Бесплатно (если оплачена техподдержка)	Бесплатно	Бесплатно	800 USD
Цена (1 лицензия)	_____	950 USD	500 USD	1500 USD	

Итак, на основании проведённого анализа:

1. Выявлены недостатки ручного режима работы с концепцией АП: трудоёмкость, большое влияние человеческого фактора, ошибки при расшифровке информации, большие временные затраты, потеря данных, неполнота информации, субъективность выводов. Всё это делает неэффективной работу с концепцией АП в ручном режиме.

2. Выбрано базовое средство для осуществления бизнес-инжиниринга на крупном отечественном промышленном предприятии - Business Studio. Этот выбор сделан на основании широких возможностей данной системы, её относительной простоты, доступности по цене и эффективности, доказанной при внедрении в работу большого количества отечественных предприятий.

3. Зарубежные программные средства также обладают определёнными преимуществами, однако в связи с устойчивым трендом последнего времени по полному замещению импортной продукции и технологий в отечественном реальном секторе экономики, их использование пред-

ставляется нецелесообразным в сложившейся ситуации и они не рассматриваются при сравнительном анализе.

В ходе работы были получены следующие основные результаты: приведена краткая история появления концепций инжиниринга и бизнес-инжиниринга; зафиксированы определения основных употребляемых терминов; дано авторское определение термина бизнес-инжиниринг; кратко охарактеризованы некоторые инструменты современного бизнес-инжиниринга; проведён сравнительный анализ и выбрано базовое средство для осуществления бизнес-инжиниринга на крупном отечественном промышленном предприятии.

В заключении следует отметить, что актуальность и значимость концепции непрерывного бизнес-инжиниринга компонентов АП с использованием специализированных ЕАМ-средств будет только возрастать. Это обусловлено тем, что использование ЕАМ-средств позволяет существенно повысить конкурентоспособность абсолютно любого отечественного предприятия за счёт: систематизации всеобъемлющей информации о предприятии; повышения потенциала предприятия в сфере реализации его миссии и стратегии; ускорения реакции предприятия на динамично меняющуюся внешнюю среду; улучшения качества принимаемых управленческих решений на всех уровнях управления. Увеличения совокупной стоимости предприятия, что является приоритетной задачей собственников предприятия.

ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Осика Л. Что такое инжиниринг? // ЭнергоРынок - 2010.- №4.- С. 11-19.
- 2.Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов - сто ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке). - М.: Международные отношения, 1991. - 416 с.
- 3.Официальный сайт Европейской экономической комиссии ООН [Электронный ресурс]. - <http://www.unecsc.org/>
- 4.Деловой портал "Управление производством" [Электронный ресурс]. - <http://www.up-pro.ru/encyclopedia/business-engineering.html>
- 5.ГОСТ Р ИСО 15704-2008. "Промышленные автоматизированные системы. Требования к стандартным архитектурам и методологиям предприятия"
- 6.Hoogervorst J. A. P. Enterprise governance and enterprise engineering. - Springer, 2009.- P. 430.
- 7.Sol H. G. Shifting Boundaries in System Engineering and Policy Analysis, School of System Engineering and Policy Analysis, Delft University of Technology, the Netherlands. 1992. - P. 590.

8. Григорьев Л. Ю. Менеджмент по нотам. Технология построения эффективных компаний - М: Альпина Паблишерз. 2010. - 692 с.
9. В. Ерохин. Инструменты управления архитектурой предприятия. // Открытые системы, 2007.- №3 - [Электронный ресурс]. – <http://www.osp.ru/os/2007/03/4177548/>
10. Официальный портал системы бизнес-моделирования Business Studio [Электронный ресурс]. - <http://www.businessstudio.ru/>
11. Бизнес-портал BPM-Soft [Электронный ресурс]. - <http://bpmsoft.org/>
12. Официальный сайт системы ARIS [Электронный ресурс]. - <http://www.aris-portal.ru/>
13. Официальный портал системы Mega Suite [Электронный ресурс]. - <http://www.megasuite.ru/>
14. Портал компании "Интерфейс" [Электронный ресурс]. - <http://www.interface.ru/home.asp?artId=18849>
15. Обзор продукта Archi для методологии ArchiMate сделан Андреем Коптеловым - [Электронный ресурс]. – http://club.cnews.ru/blogs/entry/kratkij_obzor_produkta_archi_
16. Официальный портал системы Essential Project [Электронный ресурс]. - <http://www.enterprise-architecture.org/about/36/ea-manager>

СЕКЦИЯ №3
СТРАТЕГИИ УНИВЕРСИТЕТОВ, ОБУЧЕНИЕ И
УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

УДК 331.1(075.8)

Ахалая Ольга Анатольевна
Akhalaia O.A.
к.э.н., *olanka777@yandex.ru*

ВАЖНОСТЬ НАВЫКОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЛЮДЬМИ
(SOFT SKILLS) В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

THE IMPORTANCE OF INTERACTION SKILLS WITH PEOPLE
(SOFT SKILLS) IN THE ACTIVITIES OF THE MANAGER

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: Одна из задач специалистов по управлению персоналом выделить у менеджеров навыки, необходимые для их максимально эффективного функционирования в организации. Все навыки условно разделяют на две большие группы: hard skills («твердые» навыки) и soft skills («мягкие» навыки). Hard skills – это технические или функциональные навыки, используемые в непосредственной работе. Soft skills – это навыки взаимодействия с людьми.

Ключевые слова: менеджер, эффективность, «жесткие» навыки, «мягкие» навыки, эффективность.

Abstract: One of the tasks for HR professionals is selecting skills for manager which necessary for their effective functioning in the organization. All of the skills are divided into two big groups: hard skills and soft skills. Hard skills are technical or functional skills which use in working process. Soft skills are the skills of interaction with people.

Key words: manager, efficiency, hard skills, soft skills.

Квалифицированное управление в организации осуществляется на основе знаний, полученных менеджерами при обучении и практическом опыте. Знания, полезный опыт других компаний, собственный опыт ру-

ководителя, опробованные инструменты и навыки пользования ими являются основой управления.

В современном обществе, в условиях непрерывных изменений менеджеры и другие сотрудники организации начинают осознавать необходимость в постоянном самообразовании и обучении, поскольку требования к их квалификации также постоянно возрастают и изменяются.

Прежде чем рассматривать навыки, необходимые менеджеру для их максимального функционирования, будет интересно рассмотреть результаты исследования, проведенного Институтом будущего (The Institute for the Future – IFTF) в совместной работе с научно-исследовательским институтом Феникса (The Phoenix Research Institute). В статье “Навыки Будущего” (Future Work Skills) были перечислены умения и навыки, которые будут востребованы для того, чтобы получить престижную работу в ближайшем будущем (ориентация на 2020 год).

Были названы шесть ключевых тенденций, происходящих в обществе, и оказывающих влияние на наличие определенных умений и навыков у сотрудников организации.

Первая тенденция - рост продолжительности жизни (Extreme longevity). В настоящее время значительная часть высокоинтеллектуальной рабочей силы не собирается отказываться от работы, выйдя на пенсию, либо рассчитывает прекратить работу как можно позже. В связи с этим сильно увеличится продолжительность рабочего стажа. Следует также отметить, что высокая скорость изменений в различных сферах экономики требует от работников непрерывного развития существующих навыков и приобретения новых в течение их профессиональной деятельности.

Вторая тенденция - расцвет «умных» машин и систем (Rise of smart machines and systems). Сегодня мы можем наблюдать активную интеграцию «умных» машин и систем с целью автоматизации человеческого труда. Стандартные задачи легко автоматизировать так, чтобы они выполнялись в полном соответствии со стандартами, в кратчайшие сроки, с минимальным участием человека, с высокой производительностью и точностью. Этот процесс меняет участие человека в рабочем процессе, зачастую оставляя его вообще в стороне от него (так называемые «безлюдные технологии»).

Третья тенденция – «мир вычислений» (Computational world). Невероятный рост сенсорных технологий и микропроцессорных мощностей дает возможность превратить окружающий человека мир в единую программируемую систему. Во все области будут внедряться вычислительные системы, в задачи которых входит удаленное управление, обеспечение безопасности, самостоятельное выполнение различных производственных и бытовых задач, упрощающих жизнь человека и прочее.

Четвертая тенденция - новые средства массовой информации (New media ecology). Они не ограничиваются лишь текстом, для донесения информации до населения используют методы визуальной, аудио, аудиовизуальной, электронной и других форм информации.

Пятая тенденция – «суперструктурированные организации» (Superstructured organizations). Благодаря развитию социальных технологий появилась возможность обращаться к коллективному опыту огромного количества людей. Эти технологии позволят создавать новые методы управления производством, принимать участие в создании стоимости продукта. Отмечено, что форумы, блоги, социальные сети, где рядовые пользователи интернета делятся информацией, своим видением происходящего, становятся важными площадками, где можно создавать определенный имидж и взаимодействовать с потребителем. Таким образом, рабочее место и рабочие отношения в ближайшем будущем будут всё дальше уходить от традиционных корпоративных границ.

Шестая тенденция - глобальная связанность мира (Globalty-connected world). Глобализация в области человеческого труда продолжает активно развиваться и усложняться. Если сначала это был простой перенос рабочих мест в менее развитые страны, то сегодня рабочие связи всё чаще затрагивают подрядчиков и коллег в других странах.

Теперь рассмотрим десять умений и навыков сотрудников, которые по прогнозам будут им необходимы для того, чтобы получить престижную работу в ближайшем будущем.

1. *Когнитивное управление (Cognitive Load Management).* Машины не могут понимать глубинный и подстрочный смысл информации, которую они обрабатывают. Человек здесь имеет преимущество, он способен фильтровать и исключать информацию по степени важности. То есть данный навык предполагает умственное восприятие сотрудником переработанной информации. У него также есть возможность, используя различные методы и средства, максимально развивать свои когнитивные функции (мышление, память, внимание, гнозис, праксис, речь).

2. *Социальный интеллект (Social Intelligence).* Сотрудники, обладающие социальным интеллектом, способны сделать общение с различными людьми максимально продуктивным. Они легко и быстро угадывают эмоции, реакции тех, с кем они общаются, и соответственным образом адаптировать свой тон, слова, жесты.

3. *Нестандартное и адаптивное мышление (Novel and Adaptive Thinking).* Этот навык включает в себя умение думать вне заданных рамок. Он позволяет находить более эффективные решения, воплощать нестандартные идеи, справляться с задачами любой сложности.

4. *Межкультурная компетентность (Cross Cultural Competency).* В современном мире бизнеса данный навык подразумевает умение одина-

ково эффективно общаться с бизнес-партнерами и клиентами, независимо от культурных различий. Сегодня знания иностранных языков становятся недостаточно, требуется также изучение особенностей культур различных народов, их обычаев и традиций, этических и моральных норм.

5. *Вычислительное мышление (Computational Thinking)*. Поскольку количество информации в современном обществе в любой области знаний растет очень быстро, необходимо развивать этот навык. Он позволяет быстро перерабатывать данные любого объема с целью определения достоверной, качественной и необходимой информации.

6. *Умение фильтровать лишнюю информацию (Sense Making)*. Кроме того, что работник должен уметь быстро перерабатывать и резюмировать данные, ему необходимо научиться быстро улавливать главное, отфильтровывая лишнюю информацию.

7. *Умение работать с современными медиа (New Media Literacy)*. Навык медиа-грамотности заключается в умении критически оценивать и разрабатывать контент (информационное наполнение) для современных форм массовой информации. Далее при помощи этого контента управлять настроением и поведением потребителя.

8. *Трансдисциплинарность (Transdisciplinarity)*. Многие из проблем и задач в организации, как и в мире в целом, требуют междисциплинарных решений. Уже сегодня существует потребность в разносторонне развитых сотрудниках, которые способны найти решение любой поставленной задачи. Идеальный сотрудник — это эксперт в одной области, имеющий также знания в смежных сферах, умеющий разговаривать на «одном языке» со специалистами из других областей.

9. *Проектное мышление (Design Mindset)*. Данный навык подразумевает умение разрабатывать проект, формулировать задачи, которые будут ясно определены и понятны каждому исполнителю, достигать любой поставленной цели.

10. *Умение работать удалённо или виртуальное сотрудничество (Virtual Collaboration)*. Благодаря развитию высоких технологий, рабочий процесс можно сегодня организовывать в виртуальной среде. Менеджеру необходимо обладать умением создать атмосферу для эффективного управления и обеспечить продуктивный рабочий процесс. Сотруднику следует научиться сотрудничать с виртуальной командой также эффективно, как если бы она находилась под руководством менеджера в офисе. Ему важно осознавать, что работа — это не место, куда он приходит, а миссия, задача, которую нужно выполнить.

Рассмотрев умения и навыки сотрудников, которые по прогнозам будут им необходимы, чтобы в ближайшем будущем получить престижную работу. Имеет смысл сделать акцент на навыках, необходимых ме-

неджерам для их максимально эффективного функционирования, и как следствие, процветания их организации.

Все навыки менеджеров можно разделить на две большие группы: *hard skills* (“твердые” навыки) и *soft skills* (“мягкие” навыки) по аналогии с *hardware* и *software* в компьютерах. *Hard skills* – это «железо», те навыки, которые необходимы, чтобы выполнять свою работу на высоком профессиональном уровне. Это производственные (технические или функциональные) навыки, используемые в непосредственной работе (в сфере финансов, аудита, логистики, маркетинга, HR, знание ИТ-программ и т.д.). Также в эту группу входят фундаментальные знания о механизмах функционирования бизнеса, понимание организации как целостной системы, экономики, маркетинга, финансов (например, знания по управлению развитием бизнеса, стратегическому планированию, операционной деятельности, моделированию преобразований и организационной структуре и прочее). Большую роль при получении *hard skills* играет диплом академического образования, уровень интеллекта. *Hard skills* можно развивать, получая дополнительное академическое образование, в программах MBA и посещая различные специализированные семинары.

Долгое время считалось, что эффективность работы зависит от уровня развития именно этих навыков. Однако только профессиональных знаний *hard skills* для успешной работы недостаточно. Переход в статус руководителя высшего звена не ограничивается овладением только техническими навыками. На практике часто менеджеры не справляются со своими обязанностями не по причине отсутствия опыта, а из-за недостаточно развитых *soft skills* («мягких» навыков).

Приведем мнение одного из гуру менеджмента, Генри Минцберга (Henry Mintzberg): “Такие дисциплины, как финансы, бухгалтерское дело и маркетинг, занимают непропорционально много времени за счет критически важных *soft skills* – лидерства, работы в команде, общения, нестандартного мышления, – именно тех навыков, которые отличают лучших от худших в мире менеджмента. И последствия такого подхода угрожающие – рынок переполнен дипломированными молодыми лидерами, у которых нет реальных лидерских качеств. Такая система, бесспорно, дисфункциональна”.

Более высокий уровень управления требует развитых навыков взаимодействия с людьми или *soft skills*. К данной группе относятся коммуникативные и управленческие навыки, например: установление отношений, умение формировать и развивать управленческую команду, слушание и понимание собеседника, проведение переговоров, навыки убеждения, ораторское искусство, проведение презентаций, ведение дискуссий, решение проблем, принятие решений в условиях неопределенности, ли-

дерство, обучение других, мотивирование, создание эффективных команд с учетом культурных различий, разрешение конфликтных ситуаций и т.д. Важность этих навыков связана с тем, что успешные управленцы до 80% своего времени общаются с другими людьми. В связи с этим прослеживается закономерность, чем выше человек поднимается по карьерной лестнице, тем меньшее значение имеют технические навыки, и тем большее значение приобретают навыки взаимодействия с людьми.

Часто приобретение soft skills, требуют от менеджера глубокой личностной перестройки. Особенностью приобретения soft skills является то, что развитие личностных навыков часто требует значительных усилий в работе над собой, поскольку надо менять существующую «картину мира», многолетние наработанные привычки и схемы поведения. Рождение новых soft skills всегда связано с преодолением себя и воспитанием себя. Специалисты считают, что овладение реальными навыками soft skills может состояться после 3–5 месяцев обучения. Важно заметить, что soft skills постоянно вырабатываются у менеджеров на рабочем месте в процессе деятельности, опыта совершения проб и ошибок.

Определяя круг навыков, необходимых менеджеру для процветания организации, следует обратить внимание на концепцию эмоционального интеллекта (EQ). Данное понятие ввели Питер Саловей (Peter Salovey) и Джек Майер (John Mayer) в 1990 году. Они определяют эмоциональный интеллект как «способность воспринимать и понимать проявления личности, выражаемые в эмоциях, управлять эмоциями на основе интеллектуальных процессов». Другими словами, эмоциональный интеллект, по их мнению, включает в себя четыре части: 1) способность воспринимать или чувствовать эмоции (как свои собственные, так и другого человека); 2) способность направлять свои эмоции в помощь разуму; 3) способность понимать, что выражают различные эмоции; 4) способность управлять эмоциями.

В трактовке Рувен Бар-Она (Reuven Bar-On), представленной в 1996 году, эмоциональный интеллект - это все некогнитивные способности, знания и компетентность, дающие человеку возможность успешно справляться с различными жизненными ситуациями. По его мнению, эмоциональный интеллект, включает в себя пять составляющих: 1) внутриличностную сферу как способность понимать, что вы чувствуете и управлять собой; 2) сферу межличностных отношений как способность взаимодействовать с людьми на уровне искусства общения; 3) сферу приспособляемости (адаптивности) как способность быть гибким, реалистичным, адекватно вести себя в любой ситуации и решать проблемы по мере их возникновения; 4) сферу управления стрессом как умение противостоять стрессу и контролировать свою импульсивность; 5) сферу

общего настроения как позитивное восприятие жизни, удовлетворенность в целом.

В последнее время, особенно на Западе, концепция эмоционального интеллекта пользуется большой популярностью. Исследования, проведенные в рамках разработки данной концепции, свидетельствуют о том, что факторы эмоционального интеллекта во многом совпадают с *soft skills*.

Д. Гоулман (D. Goleman) и его коллеги провели исследование, целью которого было определить, какие способности менеджеров обуславливают выдающиеся показатели работы компаний. Проанализировав данные о почти 500 моделях развития лидерских навыков, реализованных в международных компаниях, все навыки менеджеров были сгруппированы в три категории: специальные или функциональные навыки (указанные выше как *hard skills*); когнитивные способности; составляющие эмоционального интеллекта.

В результате исследования было установлено, что исключительную успешность лидера определяет именно его интеллект, причем особенно важными являются когнитивные навыки – широта кругозора и способность к предвидению. При этом, чем более высокий уровень занимает менеджер в управлении компанией, тем более значительную роль играют способности, связанные с эмоциональным интеллектом, тогда как различия в функциональных навыках оказываются не столь важными. То есть, чем выше ранг руководителя, тем больше навыков эмоционального интеллекта заложено в фундамент его успеха.

Вышеописанные результаты подкрепляют результаты другого исследования, проведенного в Гарвардском Университете (Harvard University) и Стенфордском Исследовательском Институте (Stanford Research Institute). Ученые выяснили, что 15% успеха руководителей обеспечивают профессиональные (*hard skills*) совместно с когнитивными способностями, и 85% приходится на факторы эмоционального интеллекта (*soft skills*). Результаты приведенных исследований показывают, что для построения успешной компании важное значение имеет развитие *soft skills* как у руководителей, так и ее сотрудников.

Soft skills позволяют менеджеру быть успешным независимо от того, в какой компании он работает, не учитывая специфику ее деятельности. Можно называть *soft skills* компетенциями, которые позволяют менеджеру выполнять свою работу эффективно. (Компетенции — это модель поведения, набор закрепленных неоднократно повторением конкретных навыков и умений, с помощью которых человек может успешно достигать цели в рабочих ситуациях). Ведь *hard skills* отвечают на вопрос «что» нужно делать, а *soft skills* - «как» это можно сделать наилучшим образом.

На принципе неразделимости hard и soft skills может быть построена специфика обучения в компании. Одни компании при наборе сотрудников делают ставку на soft skills, понимая, что человек, умея быстро обучаться и, обладая пытливым умом, будет схватывать необходимые функциональные навыки очень быстро. Данный подход особенно актуален, если технические навыки, необходимые для работы в компании, очень специфические, и сложно получить предварительную подготовку в другом месте.

Другие компании вначале делают упор на технические навыки (hard skills), понимая, что soft skills человек сможет развить в процессе работы, выполняя задания, реализуя проекты, взаимодействуя с сотрудниками. Поэтому внутри компании проводятся специальные тренинги с этой целью

В Boston Consulting Group было проведено исследование важности soft skills для современных работодателей. Оказалось, что наиболее востребованы коммуникативные навыки - 79 % опрошенных поставили их на первое место. Далее следуют: активная жизненная позиция - 78 %, аналитическое мышление - 77 %, выносливость - 75 %, умение работать в команде - 74 %, стремление достигать поставленных целей - 70 %, способность решать конфликты - 54 %, умение вдохновляться новыми идеями - 54 %, креативность - 43 %, надежность - 42 %.

Однако возникают некоторые сложности при желании создать единую ранжированную схему навыков, относящихся к soft skills. Специалисты считают, первостепенность некоторых soft skills зависит от различных аспектов, таких как выполняемые функции менеджера, от специфики бизнеса, в котором функционирует компания, от уровня и специфики должности.

По классической схеме выделяют четыре основные функции менеджера: планирование, организация, мотивация и контроль. Планирование — это процесс организации собственной работы с помощью планирования деятельности других людей. Организация включает работу, как с людьми, так и с процессами. Мотивация полностью связана с людьми. Если говорить о мотивации, то первостепенные soft skills, относятся к сфере межличностного общения, коммуникаций, навыков разрешения конфликтов, умению обучать и другие. Если говорить о планировании и организации, то это могут быть, такие soft skills, как управление временем, постановка целей.

Необходимость в тех или иных навыках также зависит от специфики бизнеса, в котором функционирует компания. Например, если в компании нужно уделять больше времени развитию бизнеса, то менеджер должен быть в большей степени инноватором. Если же в компании налажены процессы и процедуры, и нужно просто контролировать и чет-

ко следовать инструкциям, то необходимы навыки администратора. Если компании необходимы быстрые перемены и принятие решений в кризисной ситуации, то менеджеру необходимы навыки кризис-менеджера.

Требуемые компетенции также могут зависеть от целей, уровня и специфики должности. У каждой должности должен быть свой набор (комбинация) ключевых компетенций и определен требуемый уровень их развития. Например, ключевыми компетенциями для менеджера могут быть лидерство, взаимодействие, наставничество, развитие других сотрудников, стратегическое мышление, принятие решений, понимание бизнеса, инновативность и т.д.

При условном выделении четырех типов деятельности сотрудника, можно выделить предпочтительные для каждого типа soft skills (важные компетенции).

1. "Разработчик" - не только создает, изобретает что-то новое, но и несет ответственность за востребованность своего продукта покупателем. Он сотрудничает с партнерами из других отраслей, следовательно, должен быть устойчив к критике, уметь работать в коллективе и обладать навыками убеждения.

2. "Консультант" - ему нужна способность "раскладывать" самые сложные вещи на простые составляющие, гибкость в разных ситуациях и с любыми людьми, следовательно, повышенная коммуникабельность, а также умение анализировать собственное поведение, чтобы быть максимально убедительным.

3. "Сбытовик" - должен уметь легко вступать в контакт с разными людьми, "влезать в шкуру" другого, сохраняя при этом собственный стержень и внутреннюю мотивацию. Он - "лицо" предприятия, поэтому ему необходима хорошая речь и представительный вид.

4. "Руководитель" - должен быстро осваивать новые сферы деятельности, аналитически мыслить, а также обладать отличными организаторскими способностями. Ему необходимы навыки ведения эффективных совещаний, мотивации сотрудников, конструктивной критики и решения конфликтных ситуаций.

Таким образом, современная управленческая практика показывает, что только профессиональных знаний hard skills для эффективной деятельности менеджера недостаточно. В связи с тем, что управленцы большую часть своего времени общаются с другими людьми, это требует от них развития навыков взаимодействия с людьми (или soft skills). Управленцам следует знать результаты исследований, что чем выше менеджер поднимается по карьерной лестнице, тем меньшее значение имеют технические навыки, и тем большее значение приобретают его навыки взаимодействия с людьми.

Источники:

1. Иванов Д. Что важнее: soft skills или hard skills? Путь к вершине. Факторы успеха. Журнал "Управление человеческим потенциалом", №3, 2010 г. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.colloquium.ru/article/hard_soft/hard_soft.php.
2. Мишина Я.О. Взаимодействие корпоративной культуры и кадровой политики организации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия № 5. Экономика, выпуск 4. – 2006.
2. Навыки будущего: какие способности будут требоваться при поиске работы в 2020 году? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://yvek.ru>.
3. Орел Е. Эмоциональный интеллект: понятие и способы диагностики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.hr-journal.ru/articles/op/eq.html>.
4. Управленческие компетенции руководителей высшего звена. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://lipinet.ru/forum/viewtopic.php?f=80&t=7812>
5. Hard или soft skills: что важнее для менеджера? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://training.ludidela.ru/articles/985985>.

УДК: 330.322.3

Валевникова Ольга Александровна
Valebniikova O.A.,
olgavalebniikova@gmail.com
Горчакова Людмила Ильинична
Gorchakova L.I.
к.э.н., доц.

РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

ROLE OF EDUCATION AS A MAIN INVESTMENT IN HUMAN CAPITAL

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: Для большинства людей восприятие термина человеческий капитал связано с банковским счетом, акциями, фабриками или

конвейерами. Это все формы капитала, которые принято считать активами компании. Однако, эти осязаемые формы не единственные. Обучение, медицинское обеспечение, тренинги – все это также является формой капитала. Это так, потому что они увеличивают доход. Таким образом, затраты на образование, тренинги, медицинское обеспечение и т.д. считаются инвестициями в человеческий капитал. В статье рассмотрено влияние образования на человеческий капитал.

Ключевые слова: Человеческий капитал, образование, мотивация, обучение, тренинг

Abstract. Most people conceive term human capital as bank account, shares, plants or equipment. These all are forms of capital which are known as assets of the company. However, this tangible forms are not the ones. Education, medical care, trainings are also forms of capital. They are increasing earnings. So the costs for education, trainings, medical care etc. Are considered as investments in human capital. This article observes impact of education on human capital.

Key words: human capital, education, motivation, trainings, tuition.

Человеческий капитал – это уникальный набор, присущий только одному человеку, состоящий из множества элементов, таких как врожденные черты характера, накопленный опыт, воспитание, интересы, знания, навыки, умения и возможности, которые могут быть развиты путем инвестирования в образование, профессиональные тренинги, хобби, охрану здоровья, и которые создают отличительные характеристики индивидуума.

Обучение и тренинги - наиболее важные инвестиции в человеческий капитал. Зачастую, получение высшего образование становится лишь одним из начальных этапов в становлении и развитии человеческого капитала. Чтобы быть успешным в профессиональном плане, современный рынок требует не просто знаний в профессиональной области, но так же и в смежных областях. Глобализация и мировое сотрудничество способствуют освоению различных языков. Хороший специалист сейчас – это не просто выпускник, но лучше выпускник, получивший параллельное образование, обладающий знаниями в нескольких областях, хорошо владеющий хотя бы одним иностранным языком. Инвестиции в человеческий капитал позволяют человеку стать не просто пешкой в компании, а впоследствии занимать главенствующие роли. Особенно важно постоянное совершенствование в областях, где происходят быстрые изменения. Конечно же, это медицина, область информационных технологий, бухгалтерия и юриспруденция, где имеют место постоянные изменения в стандартах учета и законодательстве соответственно. Развитие человеческого капитала в этих отраслях происходит в течение всей

профессиональной жизни. Сотрудники вынуждены и должны постоянно совершенствовать свои знания и навыки, переходить к новым системам и методам. Инвестиции в человеческий капитал длятся всю жизнь.

Обычно люди, достигшие успеха в одной из тех или иных областей, никогда не останавливаются, если это медицина, в определенный момент, они готовы сам предложить новые методы исследования клеток, или новые препараты и способы лечения. Невозможно остановить развитие и прогресс, в сфере бухгалтерского учета и аудита, например, изменения в стандартах имеют место постоянно, после тех или иных случаев, ситуаций, скандалов или открытий, специалисты в этой области проходят новые тренинги, внедряют новые системы. Нельзя не сказать о конференциях, специализированных и научных, которые так же влияют на человеческий капитал, в ходе общения с коллегами, профессионалы стараются поделиться своим опытом, а также перенять чужой, ведь, как известно, «две головы лучше одной». Таким образом, для успешной профессиональной деятельности характерно постоянное инвестирование в человеческий капитал, осваивание наиболее новых знаний в профессиональной области, а также в смежных областях, ведь каждая из областей знаний не существует отдельно, наоборот, тесно связана с другими.

Рассмотрим некоторые источники возникновения человеческого капитала.

- Врожденные способности. У работников может быть различное количество навыков/человеческого капитала из-за врожденных способностей. Исследования социальной биологии показывают, что некоторая часть IQ человека обусловлена генетическими способностями. Это приводит к 2 выводам: во-первых, всегда будет разница в человеческом капитале у разных людей, даже если у них будет одинаковое образование, одинаковый доступ к информации. Во-вторых, необходимо найти способ оценки таких, различных составляющих.

- Образование. Как наиболее измеримой части человеческого капитала, определению роли образования посвящены многие исследования.

- Качество образования и внеобразовательные инвестиции. Даже если два человека с детства растут в одном месте, ходят в одну и ту же школу, и имеют примерно равные условия жизни, их человеческий капитал будет разным. Так как один из них мог больше интересоваться физикой, а другой историей, и исходя из этого очевидна разница в их образовании. Очень важно учитывать эти условия при расчете заработной платы, по мнению экономистов, однако оценить эту разницу трудно.

- Тренинги. Это такие качества, которые работники приобретают после основной учебы, часто достаточно специализированные.

Здесь очень важно отметить роль самообразования, так как сотрудники посещают тренинги для профессионального развития, уровень дополнительного самообразования в рамках программы очень высок, однако, сотрудник не в состоянии сам принять решение о посещении специализированных тренингов в рамках организации. В таком случае, тренинги – это совместная деятельность как компании, так и ее персонала.

- Влияние сверстников. Пока человек еще не работает, очень важно влияние сверстников, различных тенденций и течений. С одной стороны – это более социологическая проблема, однако здесь имеет место вопрос инвестиций в развитие. Более убедительные доводы, более современные знания вызывают интерес к изучению – и следовательно к увеличению человеческого капитала.

Структура вложений в человеческий капитал включает в себя следующие виды инвестиций:

- образование,
- подготовка на производстве;
- здравоохранение;
- мотивация;
- поиск информации и миграция;
- фундаментальные научные разработки;
- экология и здоровый образ жизни;
- культура и досуг. [1]

Образование играет базисную роль для человеческого капитала. Взаимосвязь образованности и успешности выявляется постоянно. Успешный руководитель сейчас имеет несколько дипломов, а также несколько профессиональных сертификатов, это значит, что образование – способ увеличения человеческого капитала и продвижения, успешности в профессиональной деятельности. Многолетний опыт и статистика показывают, что люди с высшим образованием, получают большие доходы, более успешны в личном и профессиональном плане, см. рис.3.

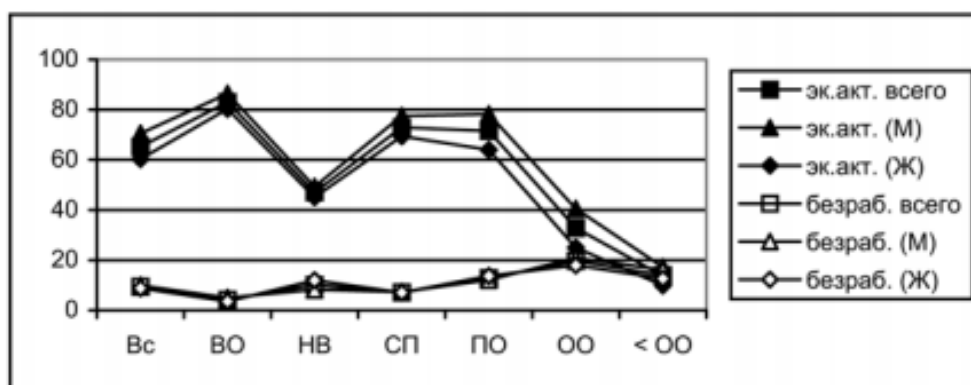


Рис.3. Уровень экономической активности (% от численности группы) и безработицы (% от экономически активного населения) по уровням образования в России.

Группы по уровню образования (горизонтальная ось): Вс — всего, ВО — высшее профессиональное, НВ - неполное высшее профессиональное, СП — среднее профессиональное, ПО — среднее (полное) общее, ОО — основное общее, < ОО — не имеют основного общего. [2]

Из рисунка видно, что люди с высшим образованием имеют более высокую экономическую активность и более низкий уровень безработицы. Это говорит о большой значимости образования в России. Образование – это вклад в будущее, а так же в человеческий капитал. Ситуация в других странах схожая, многолетние исследования показали, что в разных экономических системах, различных культурах образование - это путь к достижению более высоких позиций на работе. Рассмотрим данные Федеральной службы государственной статистики по средним заработным платам в профессиональных группах, табл.1,2.

Таблица 1. Средняя начисленная заработная плата работников по уровню образования, в руб.[3]

	2005	2007	2009	2011	2013
Все работники	8694	13570	18084	22717	28702
в том числе имеющие образование:					
высшее профессиональное	11383	17799	24366	29927	38233
неполное высшее профессиональное	7785	12384	15082	19964	-**
среднее профессиональное	7722	11830	15276	18901	23869

Продолжение табл.1.

начальное профессиональное	8123	12136	15321	19746	23926
среднее (полное) общее	7726	11787	14780	18538	22886
основное общее	6418	9992	12343	15970	21622
не имеют основного общего	5772	8997	10793	14545	19850

-** с2013 года не разрабатывается.

Таблица 2. Прирост заработной платы работников по уровню образования, в руб. [3]

	2007	2009	2011	2013	в среднем
Все работники	56%	33%	26%	26%	35%
в том числе имеющие образование:					
высшее профессиональное	56%	37%	23%	28%	36%
неполное высшее профессиональное	59%	22%	32%	-	28%
среднее профессиональное	53%	29%	24%	26%	33%
начальное профессиональное	49%	26%	29%	21%	31%
среднее (полное) общее	53%	25%	25%	23%	32%
основное общее	56%	24%	29%	35%	36%
не имеют основного общего	56%	20%	35%	36%	37%

Таблицы наглядно иллюстрируют, что:

- Специалисты с высшим уровнем образования и квалификации получают более высокую заработную плату, а также ее прирост каждый 2 года составляет в среднем 36%.
- Как ни парадоксально, работники, не имеющие основного образования, получают заработную плату, сравнимую с заработной платой работников, имеющих какое-либо образование. А кроме того, процентный прирост по этой категории работников в среднем дает наибольший результат в 37%.
- Разрыв в заработной плате работников с высшим образованием и без образования вообще, составляет почти 50%.
- Однако, темпы прироста заработной платы по различным уровням образования показывают довольно схожие результаты.
- Наибольший процентный прирост наблюдается до кризиса 2008 года, а также динамика увеличения роста к 2013 году.
- Безусловно, наличие высшего образования гарантирует более высокие показатели заработной платы. Образование – вклад в будущее развитие человека в профессиональном плане.

Рассмотрев показатели заработной платы по уровню образования, можно сказать что, в целом, показатель остается не очень высоким, по сравнению с европейским уровнем. Однако, рассмотрим распределение численности работников по размерам заработной платы, см. табл.4.

Таблица 4. Распределение численности работников по размерам начисленной заработной платы, руб.

	Все работники	в том числе по размерам начисленной заработной платы, руб.																	
		до 10 000	10 000 - 18 000	18 000 - 26 000	26 000 - 34 000	34 000 - 42 000	42 000 - 50 000	50 000 - 58 000	58 000 - 74 000	74 000 - 90 000	90 000 - 106 000	106 000 - 138 000	138 000 - 170 000	170 000 - 202 000	202 000 - 250 000	250 000 - 350 000	350 000 - 500 000	500 000 и выше	
2000	100	4,1	3,7	5,1	,3	,5	,5	,3	,6	,5	,8	,8	,4	,4 ¹⁾					
2001	100	8,4	1,3	5,3	0,2	,6	,6	,2	,8	,2	,3	,3	,7	,7	0	0	,3	,1 ²⁾	
2002	100	4,7	6,8	5,5	2,8	,2	,0	,2	,6	,9	,4	,5	,3	,7	,6	,6	0	,2 ²⁾	
2003	100	1,5	4,3	3,5	1,7	,2	,6	,0	,3	,3	,5	,8	,0	,1	,9	,1	1	,1	,1
2004	100	,9	0,7	1,1	0,7	,1	,1	,0	0,3	,3	,9	,7	,0	,7	,4	,2	,6	,2	,1
2005	100	,0	,8	,8	,1	,4	,8	,0	1,2	,8	,5	,0	,5	,6	,1	,9	,8	,4	,2
2006	100	,9 ³⁾	,2 ⁴⁾	,8	,2	,9	,8	,3	1,6	,4	,5	0,2	,4	,0	,4	,0	,4	,6	,4
2007	100	,0 ³⁾	,9 ⁴⁾	,4	,1	,7	,7	,5	0,9	,4	,2	2,8	,4	,7	,2	,9	,4	,1	,7
2009	100					,6 ⁶⁾	,9	,4	,7	,2	,8	3,9	1,2	,5	,8	,6	,3	,6	,5
2011	100					,5 ⁶⁾	,7	,3	,9	,6	,6	2,4	1,1	,3	0,5	2,6	,9	,1	,5
2013	100					,0 ⁷⁾	,7	,3	,8	,9	0,1	0,0	,3	1,7	6,4	2,7	,4	,7	

- 1) – свыше 17000; 2) – свыше 50000; 3) – до 1100; 4) – от 1100; 5) до 1800; 6) до 4200; 7) до 5000. [3]

Данные таблицы показывают, что, динамика изменений с 2000 года, показывает существенный рост заработной платы в целом. Наибольшее количество работников в среднем получает заработную плату 25000-35000 руб., что, согласно табл.1,2, характеризует группу людей, имеющих высшее профессиональное образование (возможно незаконченное). Далее наибольший сегмент распределяется между уровнями заработной платы от 10600 руб. до 25000 руб., этот сегмент в свою очередь характеризует группы работников либо не имеющих образования, либо имеющих, но не высшее. Наименьшее количество работников соответственно получает меньше 10600 руб. в месяц и выше 50000 руб. Исходя из проанализированных данным, можно сделать предположение о том, что работни-

ки с наивысшим уровнем человеческого капитала, относятся к группе населения, получающей наивысшие доходы. Именно эти люди имеют высшее образование, на как показывают данные, этого не достаточно. И можно предположить, что эти работники, инвестируют в свой человеческий капитал, развиваются и в итоге добиваются наивысших позиций в карьерной лестнице, а также высших уровней заработной платы.

Статистические данные показывают, что основную массу населения России составляют работники средних специальностей, имеющие общее или специальное образование. Работники же, имеющие высшее образование превосходят по уровню заработной платы остальных, причем, предположительно те, кто развивается в профессиональной плане на постоянной основе, гораздо более успешны остальных.

Важно рассмотреть дифференциацию заработной платы работников по отраслям. Данные Министерства Финансов представлены на рис.4.



Рис.4. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата одного работника. [4]

Согласно данным, представленным на рисунке, наиболее привлекательной с денежной точки зрения является Финансовая деятельность, далее следует добыча полезных ископаемых, что в частности в России связано с географическими условиями. В силу сложившихся обстоятельств, глобальной экономической ситуации, и в частности ситуации на рынке России, финансовая деятельность является наиболее прибыльной. Финансовая деятельность включает в себя широкий спектр элементов, таких как инвестиционная деятельность, банковская деятельность, аудит,

бухгалтерский учет, брокерские услуги, лизинговые компании. Бухгалтерский учет на прямую не связан с финансовой деятельностью, однако является неотъемлемой частью любой организации, поэтому может быть включен во все категории. Аудит же в свою очередь, для крупных компаний, котирующихся на бирже, является обязательным, кроме того, для поддержания своего имиджа, привлечения инвестиций и укрепления положения на рынке, компании охотно проводят аудит финансовой отчетности. Аудит в современном мире является неотъемлемой частью деятельности любой крупной фирмы. А организации, оказывающие аудиторские услуги, распространяют свое влияние и входят в состав финансовой деятельности.

Конечно, образование в его классическом понимании, университетское образование, это не единственный способ инвестировать в человеческий капитал. Работники обучаются и проходят тренинги вне учебных заведений, в особенности на работе. Даже после окончания университета, нельзя сказать, что выпускник полностью готов к работе, для этого необходимо пройти формальные и неформальные тренинги. Для сотрудников инженерных специальностей формальные тренинги более важны и значимы, в то время как для управленческого персонала, основополагающее значение имеют неформальные тренинги, знакомство с организацией, установление межличностных отношений для последующего управления. Следует отметить также роль самообразования в управлении человеческим капиталом. Образование требует внеурочных занятий, чтения, исследования, проведения анализа и т.д. Роль самообразования очень важна для профессионального роста человека. Ведь ни одна компания не сможет позволить себе проведение тренингов для каждого изменения в отрасли, именно поэтому специалисты должны иметь доступ и получать новые данные, исследования, изучать их и по возможности внедрять в компанию. Человеку отдельно, и компании в целом, для управления человеческим капиталом, необходимо знать различные методы, с помощью которых происходит процесс управления человеческим капиталом.

Список использованной литературы:

1. Сулейманова Л.Ш. Человеческий капитал как фактор европейской экономической интеграции// Вестник ТИСБИ, 2005, №1.
2. Рощина Я.М. Дифференциация доходов и образования России. [Электронный ресурс] : Я.М. Рощина. – Режим доступа: <http://vo.hse.ru/data/2013/10/20/1279379657/19rosh0.pdf> (20.01.2015)
3. Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (20.12.2014)
4. Министерство Финансов Российской Федерации. Режим Доступа: <http://info.minfin.ru/salary.php> (20.11.2014)

Зарубин Валерий Григорьевич
Zarubin V.G.

доктор социологических наук,
профессор кафедры социального управления
vg_zarubin@mail.ru

Певцова Светлана Геннадьевна
Pevtsova S.G.,

РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УНИВЕРСИТЕТА

RESTRUCTURING AS A UNIVERSITY DEVELOPMENT STRATEGY

Санкт-Петербург, Российский государственный педагогический
университет им. А.И. Герцена

Аннотация. Реструктуризация рассматривается как целенаправленное изменение структуры организации. Её цель - адаптация организации к меняющимся условиям внешней среды. Раскрываются внешние и внутренние аспекты реструктуризации университетов.

Abstract: Restructuring is seen as purposeful change of the organization structure. Its goal is to adapt the organization to the changing environmental conditions. Internal and external aspects of universities restructuring are revealed.

Ключевые слова: реструктуризация, организация, образовательное учреждение, университет.

Key words: restructuring, organization, educational.

Реструктуризация - это целенаправленное изменение структуры организации и входящих в неё структурных подразделений. Реструктуризация – это естественный управляемый процесс, который является ответом на снижение экономической эффективности, ухудшение финансового состояния и падение показателей социальной результативности организации. Её цель - адаптация организации к меняющимся условиям внешней среды.

В современных условиях структурным изменениям подвергаются не только хозяйственные предприятия и финансовые компании, но и образовательные учреждения. Университеты вынуждены жить в условиях непрерывных изменений. Им необходимо выработать «институциональную привычку к переменам»[1].

Политика реструктуризации поставила на повестку дня вопрос о том, какие вузы являются эффективными, а какие – нет.

Суть ведомственного подхода состоит в оценке эффективности деятельности вузов по четырем направлениям. Первое направление - образовательная деятельность; в нем учитывается средний балл ЕГЭ зачисленных студентов, число выпускников, получающих стипендии президента и правительства РФ, доля выпускников, трудоустроившихся в течение одного года после окончания вуза. Второе - научно-исследовательская деятельность. Среди критериев берется в расчет доля расходов на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) от общих доходов вуза. Третье - международная деятельность, где учитывается доля иностранных студентов. Четвертое - финансово-экономическая деятельность, где среди критериев учитываются доходы вуза из всех источников в расчете на одного работающего и отношение среднемесячной зарплаты научно-педагогических работников к средней заработной плате по экономике в регионе.

Позиция Российского Союза Ректоров существенно дополняет административный подход. В части оценки эффективности образовательной деятельности вузов следует ввести такие пункты, как доля выпускников-лауреатов и номинантов международных и российских премий и доля работающих в госучреждениях и организациях с участием государства. В оценку научно-исследовательской деятельности предлагается добавить, кроме критериев по количеству цитирований публикаций студентов и работников вузов, такие параметры, как количество патентов и авторских прав, число учебников выпущенных под грифом министерства на русском и иностранных языках, число заявок, поданных сотрудниками и учащимися вузов на гранты в отечественные научные фонды. Перечень критериев по международной деятельности предлагается дополнить такими параметрами, как доля работников вуза, обладающих почетным званием, присвоенным зарубежным учебным заведением, и число сотрудников, имеющих дипломы иностранного вуза.

Реструктуризация заставила эффективные университеты оптимизировать внутреннюю организационную структуру. В частности, на базе нескольких факультетов создаются институты. На переход к институтской структуре влияют, прежде всего, внешние обстоятельства, связанные с финансированием и сокращением бюджетных мест на отдельные направления подготовки студентов. Это ведет к сокращению бюджетных ставок для преподавателей и закрытию части кафедр. Однако причина организационных изменений не только в этом. Реструктуризация носит стратегический характер. Она направлена на оптимизацию образовательного, научно-исследовательского и воспитательного процессов, а также на более эффективное использование материально-

технических и интеллектуальных ресурсов. Реструктуризация способствует росту привлекательности институтов для абитуриентов и социальных партнеров, повышению конкурентных преимуществ основных образовательных программ [2].

Опыт создания института экономики и управления на базе двух факультетов в РГПУ им. А.И. Герцена свидетельствует, что профессорско-преподавательский состав нацелен на достижение результатов образовательной деятельности и открытие новых образовательных программ уровневой подготовки студентов.

С переходом на управление образовательными программами возросла персональная ответственность руководителей за реализацию неэффективных программ. В итоге снизилось количество образовательных программ, не прошедших маркетинговые исследования. Вместе с тем, увеличилась эффективность действующих образовательных программ, в том числе – за счет повышения их привлекательности для студентов, обучающихся на внебюджетной основе [3].

Таким образом, реструктуризация является как внешним ориентиром для определения приоритетов современной политики университетов, так и действенным инструментом их внутреннего реформирования.

Список использованной литературы:

1. Кларк Б. Поддержание изменений в университетах. Преемственность кейс-стадий и концепций. М.: ИД ВШЭ. 2011;
2. Соломин В.П., Громова Л.А. Новые тенденции развития высшего образования, факторы инновационной активности университета // Менеджмент XXI века: ресурсы развития образования и бизнеса: сб. материалов междунар. Науч.-практ. конф. СПб.: РГПУ им. А.И. Герцена. 2013. СС. 8-12;
3. Соломин В.П., Громова Л.А. Управление структурными подразделениями университета в условиях реструктуризации // Высшее образование России. 2014. № 12. С. 24.

ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗОВАННОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Санкт-Петербург, СПбГЭУ

Аннотация: В работе приведены результаты исследования поведения потребителей на рынке организованного студенческого туризма, рассмотрены изменения в характере спроса, приведены рекомендации для туристских организаций.

Abstract: The paper presents the results of a research of consumer behavior in the market of organized student tourism, shows changes in the nature of demand, provides recommendations for tourist organizations.

На сегодняшний день многие задачи системы высшего профессионального образования России - как учебные, так и внеучебные, решаются с применением туристских технологий. В университетах активно развиваются программы академической мобильности (в том числе, международной), образовательного туризма, культурно-познавательного и событийного туризма, прочих форм туристской деятельности. Применение технологий туризма позволяет вузам проводить разноплановые мероприятия для решения широкого спектра задач по повышению качества образования, развитию внешних связей, оздоровлению, восстановлению работоспособности, а также культурно-нравственному воспитанию студентов, формированию современной системы ценностей студенческого общества. Комплексное решение этих задач на высоком уровне способствует достижению амбициозной цели, обозначенной высшим руководством страны – повышению конкурентоспособности и включению российских вузов в международные рейтинги. Очевидно, что реализация таких планов возможна только в том случае, когда каждый университет максимально эффективно использует все внутренние и внешние ресурсы, грамотно выстраивая процессы взаимодействия с партнерскими организациями, приобретая наиболее качественные товары и услуги, сотрудничая с лидерами рынка.

Глобальные изменения, происходящие в России и мире, безусловно, затрагивают деятельность университетов. Автором был проведен ряд исследований, направленных на изучение изменений объемов и характера потребления услуг организованного студенческого туризма высшими

учебными заведениями Санкт-Петербурга. Был проведен экспертный опрос 10 представителей руководства университетов и их структурных подразделений. В результате были выявлены прогнозы изменений, которые коснутся сферу организованного студенческого туризма в 2015 году:

1) Секвестрование бюджета Российской Федерации, обусловленное падением курса рубля, а также кризисное состояние рынка туризма на начало 2015 года (в полной мере проявившиеся банкротством туроператоров в 2014 году) приведет к снижению объемов закупок вузами туристских услуг из бюджетных средств – 8 из 10 экспертов.

2) Существует вероятность реструктуризации спроса и активизация закупок туристских услуг, финансируемых из внебюджетных источников – 7 из 10 экспертов.

3) Ввиду ослабления экономических взаимоотношений со странами западной Европы сократится объем закупок программ академической мобильности в данных странах – 7 из 10 экспертов.

4) Существуют перспективы активизации закупок туристских услуг для реализации программ академической мобильности в странах СНГ, странах Азии – 6 из 10 экспертов.

5) Объемы закупок услуг прочих форм туризма внутри России не увеличатся, однако возрастет их удельный вес в общем объеме закупок туристских услуг – 6 из 10 экспертов.

6) Кризисное состояние рынка туроператорских услуг может привести к активизации самостоятельного туризма, а также закупкам отдельных туристских услуг (например, услуг размещения, транспортных услуг) – 5 из 10 экспертов.

Данный прогноз позволяет сделать ряд рекомендаций туристским организациям, и прежде всего, туроператорам, действующим на рынке организованного студенческого туризма:

- Продолжать ценовую и региональную дифференциацию предложения;
- Проводить работу по налаживанию экономических связей с потенциальными партнерами в новых регионах и странах;
- Настраивать бизнес-процессы на работу в условиях смешанного характера потребителя и оплат туров из нескольких источников.
- Предпринимать действия по повышению адаптивности к реструктуризации спроса, быть готовыми к выходу на новые рынки;

С нашей точки зрения, изменения, происходящие в потребительском поведении высших учебных заведений на рынке туризма, могут не только привести к трудностям в деятельности компаний-туроператоров, но и поспособствовать разработке новых инструментов туристской деятельности.

Корокин Иван Борисович
Korokin I.V.

к.э.н., доцент,
ikorokin@mail.ru

Москвин Андрей Вадимович
Moskvin A.V.

д.х.н., профессор,
Синотова Светлана Владимировна
Sinotova S.V.
к.ф.н., доцент

**АНАЛИЗ МНЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ АПТЕЧНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА О КАЧЕСТВЕ
ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКОВ СПХФА**

**ANALYSIS OF THE VIEWS OF MANAGERS OF PHARMACEUTI-
CAL COMPANIES IN ST. PETERSBURG ABOUT THE QUALITY OF
TRAINING OF GRADUATES OF SPFA**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого

Аннотация. В данной статье представлены результаты социологического опроса руководителей аптек Санкт-Петербурга о наиболее важных трудовых функциях, о необходимых знаниях и умениях выпускника-провизора.

Ключевые слова. Система менеджмента качества, квалифицированный специалист, работодатель, корректирующие действия.

Abstract. This article presents the results of a survey of managers of pharmacies in St Petersburg about the most important labor functions, necessary knowledge and skills of graduate pharmacist.

Key words. The quality management system, qualified, the employer, corrective actions.

Санкт-Петербургская государственная химико-фармацевтическая академия (далее так же – СПХФА или Академия) является старейшим фармацевтическим вузом страны и занимается подготовкой специалистов для фармацевтической отрасли России с 1919 года. Ежегодно фармацевтический факультет Академии выпускает 160 молодых специалистов-провизоров, из них около 100 специалистов трудоустраиваются в аптечные организации Санкт-Петербурга.

В СПХФА функционирует сертифицированная система менеджмента качества (СМК) в соответствии с требованиями стандарта ГОСТ ISO 9001-2011, которая охватывает подготовку специалистов по основным образовательным программам высшего профессионального образования.

В соответствии с принципами действующей системы качества, одной из документированных стратегических целей Академии в области качества является «постоянное изучение и удовлетворение потребностей общества, работодателей в квалифицированных специалистах, сочетающих профессиональную компетентность и культуру с гражданским патриотизмом». Для достижения поставленной цели Академия регулярно проводит социологические исследования для сбора информации о требованиях и ожиданиях руководителей аптечных организаций (работодателей) к качеству подготовки провизоров. Очевидно, что качество подготовки специалистов непосредственно связано с качеством реализуемых в академии учебных образовательных программ.

Очередное исследование по выявлению мнений руководителей аптек о качестве образовательной подготовки специалистов-провизоров было проведено сотрудниками Академии в январе-феврале 2015 года. Актуальность данного исследования обусловлена важностью выявления наиболее значимых для работодателей трудовых функций, которые будут выполнять выпускники Академии в аптеках города, и первоочередные знания и навыки, которыми должны обладать молодые специалисты-провизоры для эффективного выполнения этих функций. Полученные результаты анализа помогут преподавателям СПХФА оперативно разработать и применить меры корректирующего характера в соответствии с положениями стандарта Академии «Управление корректирующими и предупреждающими действиями» максимально соответствующие требованиям и ожиданиям работодателей для повышения конкурентоспособности своих выпускников и их гарантированного трудоустройства.

На первом этапе исследования была сформирована экспертная комиссия в составе рабочей группы и группа экспертов. В рабочую группу вошли преподаватели Академии, которые организовывали деятельность экспертной группы и обрабатывали суждения экспертов. В группу экспертов были приглашены 20 руководителей и заместителей руководителей аптечных организаций г. Санкт-Петербурга, которые были заинтересованы в проведении исследования и отвечали требованиям профессиональной и квалиметрической подготовки. Стаж работы специалистов, входивших в состав экспертной группы, на руководящих должностях в аптеках города, составил: от 1 года до 5 лет – 13 чел., от 5 лет до 10 лет – 2 чел., свыше 10 лет – 5 чел. Наличие у экспертов стажа работы подтверждает их компетентность по

оцениванию профессиональных навыков, знаний и умений выпускников академии.

На втором этапе собирались мнения экспертов. В качестве метода получения информации и экспертной оценки было выбрано анкетирование. Опрос работодателей проводился при помощи анкет на бумажном носителе.

Мнения руководителей аптек об уровне подготовки специалистов СПХФА распределились следующим образом (рис. 1):

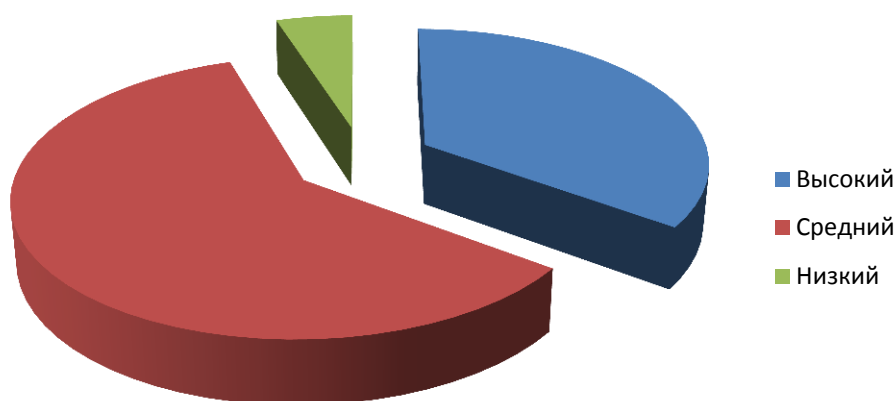


Рис. 1. Мнения руководителей аптек относительно уровня подготовки специалистов СПХФА

Все респонденты отметили высокий уровень теоретической подготовки специалистов-провизоров, что касается уровня практической подготовки специалистов для работы в аптеке сразу после окончания вуза, то лишь 40 % руководителей остались удовлетворенными ее уровнем. Отчасти это объясняется тем, что студенты старших курсов, совмещая работу с обучением, повышают свой уровень практической подготовки. С другой стороны, это говорит о том, что программа производственной практики не отвечает требованиям и ожиданиям потребителя – работодателя и нуждается в корректирующем воздействии.

Все респонденты нуждаются в молодых специалистах-провизорах и приглашают их на работу, участвуя во встречах с руководством, сотрудниками и студентами СПХФА, путем размещения вакансий на сайте СПХФА.

На вопрос, повлияло ли наличие сертифицированной системы менеджмента качества в соответствии со стандартом ISO 9001:2008 в СПХФА на ре-

шение о приеме на работу выпускников Академии, мнения работодателей распределились следующим образом (рис. 2):

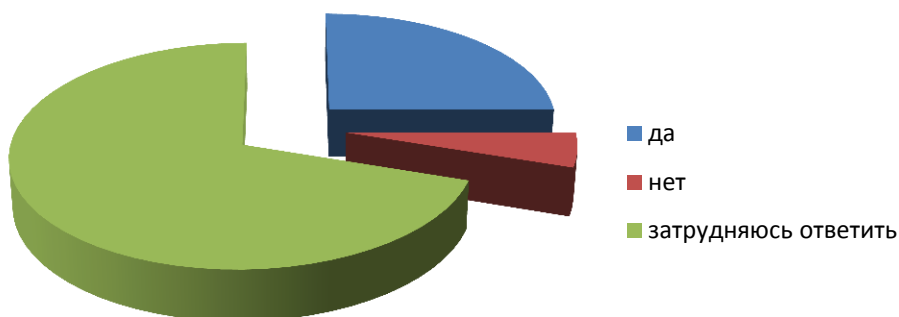


Рис. 2. Мнения руководителей аптек о наличии сертифицированной системы менеджмента качества образовательных услуг в соответствии со стандартом ISO 9001:2008 в СПХФА

75 % опрошенных ответили «нет» или «затрудняюсь ответить». Таким образом, можно сделать следующие выводы: во-первых, подавляющее большинство экспертов не имеют представления о СМК вузов и ее влиянии на качество подготовки выпускников. Во-вторых, только 25 % респондентов знают, что наличие системы менеджмента качества в ВУЗе и ее эффективное функционирование гарантирует выпускникам получение необходимых знаний и умений для выполнения трудовых действий, предусмотренных профессиональным стандартом.

Среди профессиональных качеств работодатели выделили следующие: коммуникабельность, умение общаться с людьми, владение основами маркетинга, менеджмента.

Ключевым вопросом анкеты, как отмечалось выше, был вопрос о значимости трудовых функций, которые будут выполнять провизоры в аптеках города, для работодателей и конечных потребителей – покупателей лекарственных средств. Прежде чем предложить экспертам высказать свое мнение по данному вопросу, участники рабочей группы выбрали из проекта профессионального стандарта «Специалист в области фармации»[1] 10 наиболее важных для потребителей функций (табл. 1).

Таблица 1. Перечень наиболее важных функций из проекта профессионального стандарта «Специалист в области фармации»

№ пп	Трудовые действия
1.	Фармацевтическая экспертиза рецептов и требований и их регистрация
2.	Проведение контроля при отпуске лекарственной формы
3.	Решение вопроса о замене выписанного лекарственного препарата на синонимичные или аналогичные препараты в установленном порядке
4.	Организация и проведение выкладки лекарственных препаратов и ТАА в торговом зале/витринах отделов
5.	Изучение спроса и потребности на различные группы ЛП и других ТАА
6.	Проведение приемочного контроля поступающих лекарственных средств, медицинских изделий, БАД и других ТАА и проверки сопроводительных документов
7.	Изъятие из обращения лекарственных средств и ТАА, пришедших в негодность; с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции
8.	Обеспечение режимов и условий хранения, в том числе «холодовой цепи», необходимых для сохранения качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и других ТАА и их физической сохранности
9.	Оказание информационно-консультационной помощи при выборе безрецептурных лекарственных препаратов, по правилам эксплуатации медицинских изделий
10.	Информирование врачей о новых современных лекарственных препаратах, синонимах и аналогах, о возможных побочных действиях лекарственных препаратов, их взаимодействиях

Затем эксперты провели оценку значимости отобранных функций путем присвоения им рангового номера. Трудовой функции, выполнение которой выпускником является наиболее значимой для аптеки, присваивался ранг 1, второй по значимости трудовой функции ранг 2 и т.д.

Далее, на третьем этапе исследования, на основе данных анкетного опроса работодателей была составлена сводная матрица рангов и проведена проверка правильности ее составления путем исчисления контрольной суммы. Анализ значимости, важности трудовых функций для работодателей проводился на четвертом этапе исследования на основании полученных сумм рангов (см. табл.2).

На следующем пятом этапе исследования проверялась согласованность мнений экспертов путем расчета коэффициента конкордации. Его величина составила 0,627 ($W=0,627$), что свидетельствует о средней согласованности мнений экспертов.

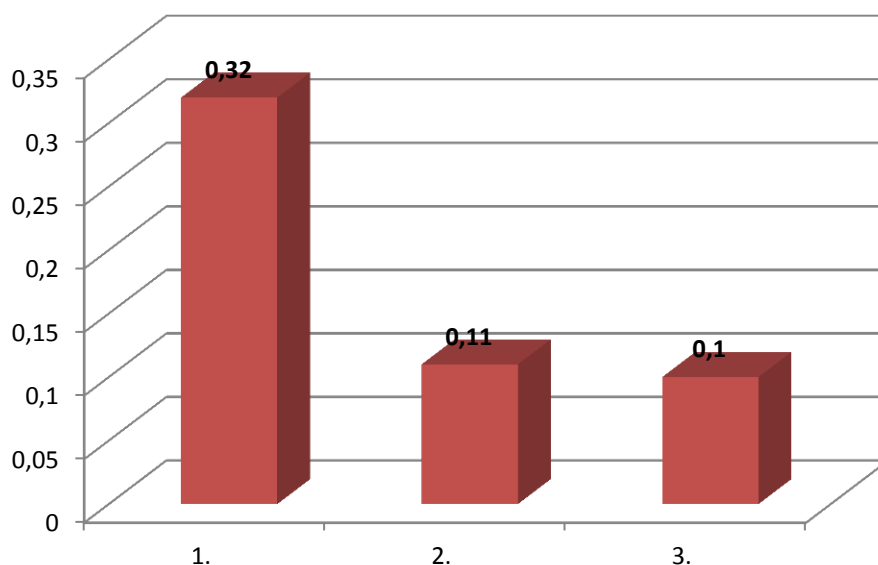
Оценка значимости коэффициента конкордации, рассчитанная по критерию согласованности Пирсона, проведенная на шестом этапе

исследования, показала, что $W=0,627$ величина не случайная, полученные результаты имеют смысл и могут использоваться в дальнейших исследованиях.

На основании полученной на четвертом этапе исследования суммы рангов на заключительном седьмом этапе были рассчитаны показатели значимости, весомости трудовых функций для работодателей. Полученные результаты расчетов представлены в таблице 2.

Таблица 2. Сумма рангов и коэффициенты значимости трудовых функций

Трудовые функции	Сумма рангов	Коэфф. значимости
1. Оказание информационно-консультационной помощи при выборе безрецептурных лекарственных препаратов, по правилам эксплуатации медицинских изделий	26	0,32
2. Изъятие из обращения лекарственных средств и ТАА, прошедших в негодность; с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции	76	0,11
3. Проведение приемочного контроля поступающих лекарственных средств, медицинских изделий, БАД и других ТАА и проверки сопроводительных документов	82	0,1
4. Обеспечение режимов и условий хранения, в том числе «холодовой цепи», необходимых для сохранения качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и других ТАА и их физической сохранности	86	0,0959
5. Проведение контроля при отпуске лекарственной формы	98	0,0842
6. Фармацевтическая экспертиза рецептов и требований и их регистрация	105	0,0786
7. Изучение спроса и потребности на различные группы ЛП и других ТАА	138	0,0598
8. Решение вопроса о замене выписанного лекарственного препарата на синонимичные или аналогичные препараты в установленном порядке	139	0,0594
9. Организация и проведение выкладки лекарственных препаратов и ТАА в торговом зале/витринах отделов	154	0,0536
10. Информирование врачей о новых современных лекарственных препаратах, синонимах и аналогах, о возможных побочных действиях лекарственных препаратов, их взаимодействиях	196	0,0421



1. Оказание информационно-консультационной помощи при выборе безрецептурных лекарственных препаратов, по правилам эксплуатации медицинских изделий
2. Изъятие из обращения лекарственных средств и ТАА, пришедших в негодность; с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции
3. Проведение приемочного контроля поступающих лекарственных средств, медицинских изделий, БАД и других ТАА и проверки сопроводительных документов

Рис. 1. Наиболее значимые трудовые функции по оценке работодателей

Анализ мнений экспертов о том, какими первоочередными профессиональными знаниями и умениями должны обладать выпускники Академии для выполнения трудовых действий в аптеках города проводился в соответствии с процедурой, рассмотренной выше. Результаты опроса экспертов представлены в таблицах 3 и 4.

Таблица 3. Сумма рангов и коэффициенты значимости профессиональных знаний

Профессиональные знания	Сумма рангов	Кoeff. значимости
1. Положения законодательных актов и других нормативных правовых актов, регулирующих обращения лекарственных средств и других ТАА	53	0.18
2. Современный ассортимент лекарственных препаратов и других ТАА, фармакологические группы лекарственных средств	61	0.15
3. Характеристика лекарственных средств, синонимы и аналоги, показания и способ применения, противопоказания, побочные действия	72	0.13
4. Основы делового общения, медико-фармацевтическая деонтология, основы профессиональной психологии	80	0.12

5. Действующую редакцию Правил хранения лекарственных средств	101	0.0924
6. Требования к качеству лекарственных средств	105	0.0889
7. Правила уничтожения фальсифицированных и контрафактных лекарственных средств	126	0.0741
8. Порядок закупки и приема товаров от поставщиков, установленный в организации, включая отчетную документацию	144	0.0648
9. Требования по санитарному режиму, охране труда, технике безопасности, противопожарной безопасности, экологии окружающей среды	172	0.0543
10. Система фармаконадзора в Российской Федерации	186	0.0502

Таблица 4. Сумма рангов и коэффициенты значимости профессиональных умений

Профессиональные умения	Сумма рангов	Коэфф. значимости
1. Оказывать консультативную и информационно-консультативную помощь по правильному и безопасному применению лекарственных препаратов, выбору безрецептурных препаратов. Распознавать состояния, жалобы, требующие консультации врача	24	0.33
2. Проводить фармацевтическую экспертизу всех форм рецептов/требований на соответствие действующих нормативно-правовых актов	64	0.12
3. Использовать вербальные и невербальные способы общения в профессиональной деятельности	88	0.0905
4. Соблюдать санитарный режим, правила охраны труда, техники безопасности, противопожарной безопасности	90	0.0885
5. Осуществлять прием, хранение, учет, отпуск лекарственных средств и медицинских изделий, другой продукции аптечного ассортимента в организациях оптовой и розничной торговли	91	0.0875
6. Проводить сортировку поступающих в организацию лекарственных средств и ТАА с учетом их физико-химических свойств и требований к условиям и режиму хранения особых групп лекарственных средств и другой продукции	117	0.0681
7. Осуществлять выкладку лекарственных препаратов и ТАА в торговом зале/витринах отделов в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами и правилами хранения	127	0.0627
8. Устанавливать режимы хранения и условия хранения, необходимых для сохранения качества, эффективности и безопасности лекарственных средств и ТАА и их физической сохранности	142	0.0561

9. Интерпретировать положения законодательных актов и других нормативных правовых актов, регулирующих обращение лекарственных средств и ТАА	162	0.0492
10. Пользоваться компьютерным методом сбора, хранения и обработки информации, применяемой в профессиональной деятельности, в том числе информации о качестве лекарственных средств, распространяемой государственными органами исполнительной власти, осуществляющими государственный контроль (надзор) за качеством лекарственных средств, прикладными программами обеспечения фармацевтической деятельности	195	0.0409

Таким образом, математическая обработка результатов опроса экспертов выявила наиболее значимые трудовые функции, которые будут выполнять выпускники Академии, первоочередные знания и умения необходимые для их выполнения.

Проведённое исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Все эксперты отметили высокий уровень теоретической подготовки провизоров и плохое качество практической подготовки (40 % опрошенных). Требуется корректировка программы производственной практики.

2. Провести корректировку программы повышения квалификации руководителей аптек с целью ознакомления слушателей с конкурентными преимуществами поставщиков, которые имеют сертифицированные системы менеджмента качества.

3. Анализ суждений экспертов выявил наиболее значимые трудовые действия, необходимые для работы в аптеке: оказание информационно-консультационной помощи при выборе безрецептурных лекарственных препаратов по правилам эксплуатации медицинских изделий, изъятие из обращения лекарственных средств и ТАА, пришедших в негодность; с истекшим сроком годности, фальсифицированной, контрафактной и недоброкачественной продукции.

4. Положения законодательных актов и других нормативных правовых актов, регулирующих обращения лекарственных средств, современный ассортимент лекарственных препаратов, характеристики лекарственных средств, синонимы и аналоги, показания и способ применения, противопоказания, побочные действия – это первоочередные знания, которые должны иметь выпускники СПХФА.

5. Умение оказывать консультативную и информационно-консультативную помощь по правильному и безопасному применению лекарственных препаратов, выбору безрецептурных препаратов, умение распознавать состояния, жалобы, требующие консультации врача – были определены как самые важные.

6. Ознакомить с результатами опроса всех заведующих кафедрами, которые имеют непосредственное отношение к формированию первоочередных знаний и умений в процессе обучения, и предложить им разработать комплекс мер по корректировке рабочих программ с учетом требований и ожиданий потребителей.

7. Провести дополнительное социологическое исследование с целью количественной оценки качества подготовки выпускников в соответствии с мнениями экспертов, высказанных на предыдущем опросе.

Список использованной литературы:

1. Проект профессионального стандарта «Специалист в области фармации»;
2. <http://math.semestr.ru/corel/concordance.php>

УДК 658.3:331.108.26

Лопатин Михаил Валентинович

Lopatin M.V.

к.э.н, профессор, зав. кафедрой

m_lopatin@inbox.ru

РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАБОТНИКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ

DEVELOPMENT OF THE PERSONNEL INTERACTION PROCESSES IN THE HR MANAGEMENT SYSTEM (OF THE ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS)

г. Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация: Сформулирована задача развития процессов взаимодействия работников предприятия при решении производственных и социальных задач. Исследована взаимосвязь эффективной деятельности руководителей предприятия и социально-психологического климата в трудовом коллективе.

Ключевые слова: Управление персоналом, профессиональные коммуникации, социальные установки, поведение работников, деятельность руководителей предприятия

Abstract: The article is defined the problem of development of the personnel interaction process while solving social and production problems. The article is exploring the mutual relationship between the efficiency of leaders' activity and social and psychological atmosphere in the collective of employees.

Key words: HR management, professional communications, social attitudes, behavior of workers, management's activities

Исходной позицией в развитии процессов взаимодействия работников в системе управления персоналом является совокупность межличностных, межгрупповых и статусных профессиональных коммуникаций. Ю.Вайденгаммер данные коммуникации считал основой «коллективного тела», в котором наиболее ярко и последовательно проявляются все типы поведения работников, институализируемые правовыми, организационными, экономическими и специальными нормами [1]. В свою очередь развитие коммуникаций работников в системе управления персоналом по образному выражению П.И.Новгородцева [2] и Б.А. Кистяновского [3], обусловлен не только человеческой природой, но и приспособлением работников предприятий как к конкретной исторической ситуации, так ситуацией в составе экономической деятельности предприятий. Факт приспособления к конкретной ситуации в деятельности предприятий и организаций является одной из норм поведения работников при осуществлении своей трудовой деятельности и фактом внутриколлективных профессиональных и межпрофессиональных коммуникаций. Как следствие, не вызывает сомнений и то, что коммуникации различных категорий работников создают конкретную профессиональную структуру систем управления персоналом. Вместе с тем, нельзя не учитывать тот факт, что между личностно-созерцательными, личностно-познавательными и личностно-конструктивными свойствами работников и миссией деятельности предприятий всегда существует объективные противоречия, состоящие в отношении к произведенному продукту, предвнесенной в производственный процесс интеллектуальной собственности, в распределении материальных благ и услуг. В этом контексте «причинность» к производственной деятельности выступает в виде основных факторов, препятствующих или развивающих функции управления персоналом и способствующих выполнению конкретных видов работ и формированию у работников адекватного поведения, соотносящее цели деятельности предприятий и состав задач, стоящих перед каждым работником или коллективом структурного подразделения. Однако заметим, что в конкретной производственной ситуации приходится сталкиваться с эмоционально-чувственной детерминантой социального поведения работников и их субъективно-эмоциональной ориентацией,

обусловленной обстоятельствами их жизнедеятельности и жизнеспособности. Н.О. Кареев подобную ситуацию в производственной деятельности предприятий назвал «надорганической средой» [4], представляющую собой сложную систему социально-психологических практик в управленческой деятельности предприятий. Состав этих практик в современной интерпретации можно представить в виде пяти основных причин:

- умственный или интеллектуальный процесс, представляющий собой воспитание способностей к профессиональной деятельности;
- нравственный процесс как особая форма общественного сознания и общественных отношений в сфере производственной деятельности;
- политический процесс, предполагаемый развитие гражданских свобод, свободы выбора направления профессиональной деятельности и регулирования поведения работников при изменяющихся условиях в политике государства;
- экономический процесс, связанный с ростом благосостояния работников, качества и уровня жизни, активизации работников достижения результатов производственной деятельности предприятий;
- правовой процесс, составляющий объективно-субъективную основу правовых, экономических и социальных норм и правил поведения работников в системе управления персоналом предприятий.

Не менее важно в процессе развития коммуникаций работников внедрить и социокультурный аспект, который представляет собой механизм формирования как общечеловеческий, так и профессиональной культуры.

Н.Я. Данилевский под социокультурным аспектом понимал набор «духовных задатков», нравственно-религиозную принадлежность личности, отношение к власти, к общественному злу, что, как он отмечал, является результатом исторического воспитания народов [5]. Е.В. Боголюбова [6], М.Б. Ешин [7] и др. осуществили развитие взгляда на роль культуры в механизме взаимодействия личностей в сфере труда, классифицировав ее следующим образом: предметно-ценностная, деятельная, личностно-атрибутивная, общественно-атрибутивная, информационно-знаковая, системообразующая общественные отношения. Подобная классификация социокультурных аспектов развития коммуникаций в системе управления персоналом подчеркивает ее отношение к человеку-работнику, раскрывает ее процесс усвоения в ретроспективе общественных и социокультурных отношений и определяет их направленность на

обеспечение результатов в деятельности предприятий. Однако нельзя забывать, что основа или критерий результативности деятельности предприятий является экономика, отражающаяся в показателях производственной деятельности.

По убеждению П.Н. Ткачева основой взаимодействия личностей в сфере труда является «экономический принцип» и «экономические начала» [8], а также «экономические условия» [9]. А.С. Лаппо-Данилевский в своих исследованиях сознательного и психологического взаимодействия индивидов друг с другом отмечал необходимость понимания «непрерывности сознания» [10], проявляющегося в интернализации роли работника в коллективной деятельности предприятия [11]. Последнее предполагает формирование позиции работника в системе управления персоналом, которую может охарактеризовать как позиция ответственного поведения. Здесь необходимо заметить, что М.Л. Гомелаури подчеркивал, что формированию ответственного поведения работников мешают те или иные сложившиеся ничем не обоснованные производственные установки. Этой ситуации есть подтверждение в исследовании В.К. Потемкина, который при анализе деятельности 19 крупных промышленных предприятий Санкт-Петербурга установил, что до конкретного исполнения доходят менее 15% приказов и указаний, большинство из которых либо не подкреплено соответствующими ресурсами, либо противоречат друг другу, либо не имеют ничего общего с включенностью работников в решение конкретной производственной задачи [12].

В последние годы возникла существенная проблема в развитии процессов взаимодействия работников предприятий, которую можно определить как «социально-психологическую несовместимость». В этой связи целесообразно обратиться к истокам понимания этого феномена. Так, Н.Н. Обозов, исследуя психологию межличностных отношений определил следующие критерии оценки совместимости и срабатываемости работников в коллективе предприятия: результаты деятельности, эмоционально-энергетические затраты ее участников; удовлетворенность работников этой деятельностью [13]. Как следствие, социально-психологическая совместимость работников в процессе производственной деятельности является производной от оптимального сочетания типов поведения работников в структурных подразделениях, а так же общности их социальных установок, потребностей и интересов, ценностных ориентаций. Учёт в системе управления персоналом социально-психологической совместимости работников позволяет установить степень их удовлетворённости своим положением в коллективе предприятия: ситуаций для персонала предприятия – 34,0%; ситуаций для себя лично – 36,0%; возможностью проявления инициативы и предприимчивости – 14,0%; возможностью проявления творчества в работе – 12%; со-

ответствием характера содержания работы личным интересам – 27,0%; возможностью полностью реализовать самоотдачу – 42,0%; составом благоприятного социально-психологического климата в коллективе – 50,0%; отношением с коллегами по работе, создающими предпосылки повышения её эффективности – 52,0%; отношением с непосредственным руководством – 38,0%; отношением с руководством предприятия – 8,0%; отношением к созданным условиям труда – 22,0%; условием определения оплаты за выполненную работу – 23,0%; состоянием правовой значимости – 4,0%; состоянием экономической и социальной защищённости – 9,0% и т.д.

Приведённые данные свидетельствуют о несомненной роли руководителей предприятий в развитии процессов взаимодействия работников при решении производственных и социальных задач.

Основу профессиональной деятельности руководителей предприятий и организаций составляет генерирование профессиональных знаний, опыта, навыков в работе коллектива и придании им направленности на решение производственно-экономических, научно-технических и социальных задач. В настоящее время на большинстве обследуемых предприятий культивируются следующие подходы к руководству коллективами: административное управление, управление с позиции личностных приверженностей к руководству, управление поведением персонала, бессистемное управление, основанное на интуиции руководителей предприятий и организаций.

Фактором эффективной деятельности руководителей предприятий по управлению персоналом являются их волевые качества: уверенность в себе, предприимчивость, упорство, инициативность, независимость суждений, самообладание, выдержка, настойчивость, целенаправленность, уравновешенность, смелость и решительность. Данные волевые качества вполне можно назвать предметно-ориентированными. Вместе с тем эти качества могут носить слабодоверительный характер со стороны подчинённых, как правило, наёмных работников. Следовательно, дополнением к волевым качествам руководителей должны стать, с одной стороны, морально-этические, а, с другой, коммуникативные качества.

Среди морально-этических качеств такие как: честность, порядочность, принципиальность, обязательность, надёжность, добросовестность, бескорыстность, скромность, доброта, умение держать своё слово, готовность отстаивать свои убеждения.

Среди коммуникативных качеств мы выделяем следующие: личное обаяние, авторитет, общительность, вежливость, тактичность, уважение к подчинённым, доступность для контактов, отзывчивость, готовность помочь в трудных ситуациях и т.п.

В последние годы среди коммуникативных качеств руководителей всё более делается акцент на такие как: постоянно возобновляемый практический опыт, склонность к нововведениям, знание специфики деятельности не только данного предприятия, но и предприятий разной отраслевой принадлежности.

Объединяющими качествами руководителей являются административно-организационные, предполагающие умение правильно оценивать себя и подчинённых, умение координировать работу персонала, умение рационально мотивировать работу персонала, применять различные виды как поощрения так и наказания, умение осуществлять контроллинг персонала, умение принимать решения и нести за результаты работы коллектива персональную ответственность.

Деятельность руководителей предприятия может быть оценена через призму его экономического состояния: экономический подъём – 21,6%; экономическое положение хорошее, но перспективы не ясны – 17,2%; в ближайшее время для предприятия наступают трудные времена – 11,2%; предприятие находится на грани банкротства – 3,5% и т.п.

Характеристики взаимоотношений в коллективе предприятия оцениваются с позиций: взаимного доверия – 21,0%; делового сотрудничества – 35,5%; жёсткого единоначалия – 7,8%; зависят от ситуации – 14,6%; конфликтные – 6,0% и т.п.

Причинами напряжённости во взаимоотношениях в коллективе предприятий респонденты (№ 750) называют: кризисную ситуацию в стране – 35,5%; экономические проблемы предприятия – 30,2%; неумение руководителей найти контакт с персоналом – 16,4%; обособление руководителей от коллектива – 10,4%.

Во многом данные оценки деятельности руководителей предприятий складываются из структуры деловых отношений, среди которых:

- подбор и расстановка кадров – 49,0%;
 - распределение функций и полномочий между структурными подразделениями – 21,0%;
 - стратегическое планирование – 2,0%;
 - совместная выработка программы действий – 1,5%;
 - инновационная деятельность – 0,5%;
 - маркетинговая деятельность – 1,8%;
 - организация технологических процессов – 7,0%;
 - распределение ресурсов по структурным подразделениям – 11,0%
- и т.д.

Как видим, имеет место диспропорция между структурными элементами в деятельности руководителей предприятий. Во многом такое положение связано с тем, что большинство руководителей свою деятельность связывают с самоутверждением, сохранением и поддержанием

своего имиджа и репутации, ростом своего благосостояния и приобретения новых связей в политической и экономической сферах.

В создавшихся на предприятиях условиях производственной и управленческой деятельности, видимо, трудно говорить об эффективном взаимодействии персонала в решении поставленных задач. Совершенно неслучайно ведущие специалисты предлагают вполне аргументированные инструменты: переход от «феодализма» к сотрудничеству с персоналом, обмен знаниями и опытом, пересмотр устаревших позиций в управлении персоналом, разработка систем измерения эффективной работы, обозначение практического результата и определение роли каждого работника в его достижении [14]. Стивен Р. Кови решение вопроса эффективной деятельности персонала предприятий видит в роли руководителя – убеждении личным примером и определении программы действий, в основе которой видение, дисциплина, энтузиазм и совесть [15]. При этом он отмечает, что до 70% сотрудников в случае неудач в решении производственных вопросов склонны винить не себя, а других; 90% всех неудач руководителей обусловлены недостатками их характера; 33% руководителей и специалистов имеют систему личного планирования; 48% работников отмечают в их организации кризис взаимного доверия, и каждый действует в соответствии со своими ценностями и интересами.

Приведённые оценки, по нашему мнению, являются общесистемными и обращение внимания на них, на инструменты разрешения проблемных вопросов могут стать основанием дальнейшего развития процессов взаимодействия работников в системе управления персоналом предприятий и организаций.

Библиографический список:

1. Вайденгаммер Ю. О сущности ценности. Социологический набросок. – СПб.: 1911
2. Новгородцев П.И. Нравственный идеализм в философии права. В кн.: проблемы идеализма. – М.:1902
3. Кистяновский Б.А. Социальные науки и право. – М.: 1916
4. Кареев Н.О. Основные вопросы философии истории. – Т.1., СПб.: 1887, с. 360
5. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. Изд-е 4-е. СПб.: 1889, с. 95-96.
6. Боголюбова Е.В. Культура и общество. – М.:1973;
7. Ешин М.Б. Культура в системе общества/В ст.: культура в общественной системе социализма. – М.:1984.
8. Ткачев П.Н. Избр. Соч., Т.2. М.: 1932, с. 217
9. Ткачев П.Н. Избр. Соч., Т.1. М.: 1932, с.260.

10. Лаппо-Данилевский А.С. Основные принципы социологической доктрины О.Канта. – В кн.: проблемы идеализма. – М.: 1902, с. 463.
11. Интернализированная роль – внутреннее определение индивидом своего социального положения и его отношение к этому положению и вытекающим из него обязанностям. – Ст.: Кон И.С. Социология личности. – М.: 1967, с. 25.
12. Потемкин В.К. Профессиональное межличностное взаимодействие в коллективе предприятий. – СПб.: Изд-во «Инфо – да», 2009, с.9.
13. Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений. – Киев, 1990.
14. Фитц – ЕНЦ Жак, Дэвисон Барстаре. Как измерить HR-менеджмент. – М.: Изд. ГИППО, 2009, с. 13–19.
15. Кови Ст.Р. Восьмой навык: От эффективности к величию. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007, с. 137–231.

УДК 658.3.07

Михайлова Екатерина Сергеевна
Mikhailova E.S.
mikhailova-katerina@inbox.ru

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE ASSESSMENT OF THE WORKING ACTIVITY

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Рассмотрены теоретические вопросы оценки эффективности управления персоналом, определены этапы оценки эффективности трудовой деятельности и выработаны рекомендации специалистам, занимающимся оценкой персонала.

Abstract. The theoretical questions assessing the effectiveness of management personnel are defined stages evaluate the effectiveness of work and make recommendations for professionals involved in personnel evaluation.

Ключевые слова. Оценка эффективности, оценка персонала.

Key words. Effectiveness' assessment, personnel assesment.

Деятельность любой организации включает в себя постоянный систематический анализ и оценку эффективности использования ресурсов, в том числе эффективность функционирования системы управления человеческими ресурсами.

Когда речь идет об эффективности управления персоналом (менеджменте персонала), а значит и о методах измерения эффективности управленческих действий по формированию кадрового состава, его наиболее оптимального использования, развития человеческого капитала и т.п., мы сталкиваемся с тем, что основа основ это – эффективность трудовой деятельности персонала. Для этого необходимо измерять, отслеживать и оптимизировать трудовую деятельность каждого работника предприятия и каждой группы работников. Если это происходит продуктивно, то можно утверждать и о высокой эффективности управления персоналом.

Измерение и оценка эффективности управления персоналом и всемерное внимание к этой проблематике – обязательное условие успешного функционирования и развития современной организации и системы управления человеческими ресурсами, так как позволяет активно воздействовать на ее текущее состояние, устанавливать направления организационных изменений, выявлять приоритеты стратегического развития.

В условиях рыночной экономики изменяется методология измерения эффективности, которая базируется не только на системе расчета соотношения затрат на персонал и полученных результатов (определяя рентабельность использования человеческих ресурсов), а отражает, прежде всего, степень достижения поставленных целей.

Эффективность трудовой деятельности правомерно рассматривать как часть эффективности общественного производства, поскольку труд является одним из важнейших факторов производства. В экономической теории эффективность определяется исходя из поставленных целей как функция достигнутых результатов и затраченных на это ресурсов. То есть, в другой интерпретации, эффективность всегда связана с отношением ценности результата и ценности затрат.

Основной стратегической целью оценки эффективности управления персоналом является определение и устранение факторов, снижающих отдачу от использования человеческих ресурсов организации.

Измерение и оценка эффективности функционирования и развития системы управления человеческими ресурсами позволяет[3]:

- своевременно диагностировать проблемы, возникающие в ходе реализации системы управления персоналом, и активно воздействовать на текущее состояние системы с целью их устранения;
- устанавливать направления изменений и выявлять наиболее важные факторы развития;
- отслеживать и корректировать неуправляемые процессы;
- принимать оперативные решения о тех или иных изменениях системы и прогнозировать их влияние на ключевые параметры управления персоналом;

– осуществлять планирование дальнейшего совершенствования работы кадровой службы и других подразделений

Существует множество различных подходов к определению эффективности управления персоналом. Сложность заключается в том, что процесс трудовой деятельности персонала тесно связан с производственным процессом и его конечными результатами, социальной деятельностью общества, экономическим развитием предприятия и др. Это обусловлено, прежде всего, тем, что невозможно применять количественные методы к системе управления, которая принципиально рассматривается с качественной точки зрения.

Выбор конкретной концепции (или совокупности концепций) для оценки эффективности трудовой деятельности в организации зависит от ряда факторов: модели мотивации труда, системы и формы оплаты труда, отрасли экономики, величины организации, масштаба управления, периода времени, состояния планирования, системы бухгалтерского учета, количества структурных подразделений, общей численности работников, уровня информатизации и компьютеризации, уровня корпоративной культуры и т.д.

Оценка эффективности трудовой деятельности тем или иным методом или совокупностью методов является и основой определения степени эффективности управления персоналом в целом, однако успех практической реализации зависит от наличия информационной базы по человеческим ресурсам, от профессиональной подготовленности управленческих кадров, а главное, от понимания важности данного показателя руководством предприятия.

Этапы оценки эффективности трудовой деятельности:

1 этап: Выбор критериев эффективности управления персоналом

2 этап: Оценка персонала

3 этап: Оценка работы персонала

4 этап: Оценка эффективности кадровой работы

5 этап: Оценка эффективности работы всего персонала

Специалистам, занимающимся оценкой персонала, стоит придерживаться следующих рекомендаций:

- выбирать показатели, алгоритм расчета которых понятен, и информация по которым доступна;
- собирать статистику по данным показателям;
- отслеживать динамику показателей за периоды (квартал, полугодие, год);
- на основании анализа изменений показателей обосновывать принимаемые решения, например, об адаптационных инструментах, продолжительности обучения или увеличении количества наставников.

На основании исследования динамики показателей в зависимости от целей предприятия можно отслеживать изменение приоритетных компонентов и своевременно принимать меры для разрешения нежелательных для предприятия ситуаций.

Результаты оценки служат итоговыми индикаторами, фокусирующими внимание на основных проблемах работы с персоналом, таких, как качество выполняемой работы, удовлетворенность работников, исполнительская дисциплина, текучесть кадров.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Егоршин, А.П. Управление персоналом [Текст] : Учебник для вузов / А.П. Егоршин - 4-е изд., испр. - Н.Новгород: НИМБ, 2008. - 720 с.
2. Кибанов, А.Я. Основы управления персоналом [Текст] : Учебник / А.Я. Кибанов – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М. 2007. – 447 с. – (Высшее образование).
3. Степаненко Д.О. Методические подходы к оценке эффективности системы управления персоналом организации // Вестник ОГУ. – 2012. – №8.

УДК 658.3.07

Мишина Яна Олеговна

Mishina I.O.

к.э.н., доцент

yanusikk@yandex.ru

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА И ЕЕ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ КОНСАЛТИНГОВЫХ КОМПАНИЙ)

ADAPTATION OF HUMAN RESOUCE ROLE IN COMPANY MANAGEMENT IN CASE OF UNSTABLE EXTERNAL ENVIRO- MENT (BY EXAMPLE OF RUSSIAN CONSULTING COMPANIES)

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого, кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Экономический кризис вынуждает компании искать пути повышения эффективности. Малому бизнесу все сложнее конкури-

ровать на рынке. Необходимы дополнительные меры повышения устойчивости и эффективности. Одной из таких мер может стать грамотно спланированная система адаптации сотрудников, учитывающая возможные варианты адаптации.

Abstract. Economical crisis are forces companies to find the way to improve efficiency. Small businesses increasingly difficult to compete in the market. Additional measures are needed to improve the sustainability and efficiency. One such measure may be a well-planned system of adaptation employees, to account for possible adaptation options

Ключевые слова: Управление персоналом. Адаптация персонала. Консалтинговые компании.

Key words: Human resource management. Staff Adaptation. Consulting companies.

Эффективное управление компанией в условиях нестабильной внешней среды изменяет подходы к стратегии и тактике. Руководителю необходимо приложить максимум сил для выживания компании в сложных экономических и политических условиях. В настоящее время нестабильность внешней среды затрагивает практически все сферы бизнеса. Внешняя среда представляет собой совокупность ряда факторов:

- Политические.
- Экономические.
- Социально-культурные.
- Технические.
- Физико-географические.

Влияние этих факторов усиливается в условиях экономической и политической нестабильности. Для успешного функционирования компании необходимо соблюдать ряд принципов:

- Устойчивость предприятия (которая может быть нарушена при необоснованном усложнении или упрощении организационной структуры предприятия).
- Адаптивность системы (приспособляемость к новым внешним условиям, способность к саморегуляции и восстановлению устойчивости).
- Централизация системы (соответствие требованию руководства из единого центра).
- Обособленность подсистем (стремление к автономности при решении определенных вопросов).
- Совместимость подсистем (эффективность внутрифирменных коммуникаций).
- Обеспечение обратных связей (необходимость корректировки системы на основе информации с разных уровней), и др.

В современных условиях изменяющегося экономического положения в РФ компаниям все сложнее конкурировать и эффективно функционировать на целевых рынках. На первый план выходит качество персонала и его способность оптимизировать, организовать и выполнить поставленные задачи. Каждый профессиональный работник является конкурентным преимуществом особенно компаний малого и среднего бизнеса. Необходимо грамотно использовать персонал организации, уделяя максимум внимания каждой функции управления персоналом.

Можно выделить следующие функции управления персоналом в современных условиях:

- Кадровое делопроизводство.
- Планирование персонала.
- Планирование системы оплаты труда и стимулирования персонала.
- Набор и отбор персонала.
- Адаптация персонала.
- Оценка и аттестация персонала.
- Ротация персонала.
- Обучение персонала.
- Мотивация персонала.
- Управление организационной культурой.

Руководителю необходимо использовать каждую из этих функций с целью повышения эффективности управления не только персоналом, но и компанией в целом. Невнимание к управлению сотрудниками влечет за собой прямые убытки, особенно в условиях нестабильности, когда именно от личных и профессиональных качеств работников зависит результат работы компании.

Не все руководители российских предприятий уделяют управлению персоналом достаточно внимания. В таких организациях чаще всего отсутствует как функциональный, так и организационный аспект управления персоналом: нет ни кадровой политики, ни квалифицированного персонала кадровой службы, способного ее разработать и реализовать. Особенно остро эта проблема проявляется в небольших компаниях, относящихся к предприятиям малого бизнеса. Т.к. эффективность управления в компаниях данной сферы невелика, что обусловлено тем, что руководство таких фирм в большинстве случаев ориентируется лишь на краткосрочные цели, не позволяющие в полной мере совершенствовать деятельность организации. Компании малого бизнеса ограничены в ресурсах и не всегда их экономическое положение позволяет уделять должное внимание вопросам управления персоналом.

На малых предприятиях, где функции кадровой службы, как правило, выполняет сам руководитель, управление персоналом сводится к

двум основным функциям: ведение кадрового делопроизводства, набор и отбор персонала. Если кадровое делопроизводство регламентировано законодательством, то набор и отбор персонала необходимой квалификации и личных качеств непосредственно связан с личностью самого руководителя.

Большинство компаний консалтинговой сферы представляют собой именно малые и средние предприятия.

Консалтинг - консультирование производителей, продавцов, покупателей в сфере технологической, технической, экспертной деятельности; услуги по исследованию и прогнозированию рынка, разработке маркетинговых программ и т.п., предоставляемые специализированными консалтинговыми компаниями. Общеизвестно, что даже наиболее успешные предприятия на отдельных этапах своего развития могут столкнуться с рядом проблем, решение которых потребует от управляющего персонала применения специальных знаний и новых неосвоенных ранее подходов.

Характер задач может варьироваться от таких глобальных как, например, изменение общей стратегии функционирования предприятия до таких, достаточно узких, как повышение квалификации персонала или проведение специальных тренингов. В подобных ситуациях руководителям предприятий могут потребоваться консалтинговые услуги как реальный инструмент оптимизации бизнеса и решения конкретных задач.

Можно выделить основные направления рынка консалтинговых услуг в РФ:

- Совершенствование системы управления с помощью информационных технологий (наибольшим спросом пользуется ИТ – управленческий консалтинг).
- Оказание юридической поддержки (особенно постановка налогового-учетной политики, досудебное урегулирование споров и т.п.).
- Финансовое консультирование (разработка системы финансового контроля на предприятии и т.п.).
- Стратегическое планирование.
- Кадровый консалтинг.
- Проектирование маркетинговой политики.

Выделяют три базовые формы взаимодействия между консультантом и клиентом.

Первая форма носит название экспертного консультирования. Консультант самостоятельно осуществляет диагностику, разработку решений и рекомендаций по их внедрению. Роль клиента сводится в основном к обеспечению консультанту доступа к информации и оценке результа-

тов. К услугам экспертного консультирования стоит прибегать, когда проблема не видна.

Вторая форма называется процессным консультированием. Клиент в этом случае видит проблему и даже предполагает пути ее решения, но ему не хватает некоторой методологической поддержки для успешного осуществления своих намерений. Консультанты на всех этапах проекта активно взаимодействуют с клиентом, побуждая его высказывать свои идеи, соображения, предложения, осуществлять при помощи консультантов анализ проблем и выработку решений. При этом роль консультантов заключается в основном в сборе внешних и внутренних идей, оценке решений, полученных в процессе совместной с клиентом работы, и приведении их в систему рекомендаций.

Третья форма - обучающее консультирование. Характеризуется тем, что консультант не только собирает идеи, анализирует решения, но и подготавливает почву для их возникновения, предоставляя клиенту соответствующую теоретическую и практическую информацию в форме лекций, семинаров, пособий и т.д.

В течение последних лет российский консалтинг динамично развивался и совершенствовался в качественном отношении. За это время многие отечественные консалтинговые компании вполне освоили западные кейсы и методики и, что принципиально, приобрели опыт внедрения западных управленческих технологий в практику функционирования российских предприятий. Консалтинговые компании в РФ относятся к сфере малого и среднего бизнеса. Для компаний сферы малого и среднего бизнеса на первый план выходит качество персонала и его способность оптимизировать, организовать и провести работу над конкретными проектами. Каждый профессиональный работник является конкурентным преимуществом компании малого бизнеса.

Но консалтинговые компании сталкиваются с проблемами, связанными с невниманием к основным функциям управления персоналом, как и многие другие.

В рамках данной статьи рассматривается функция управления персоналом – адаптация. Во многих компаниях работа в данном направлении вообще не ведется, а если и присутствует, то связана только с критериями прохождения испытательного срока.

Адаптация персонала - это процесс приспособления коллектива к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды организации, а отдельных индивидуумов - к рабочему месту и трудовому коллективу. Таким образом, можно выделить три основных уровня адаптации:

1. Адаптация к изменениям внешней и внутренней среды.
2. Адаптация нового сотрудника.

3. Адаптация сотрудника компании на новой должности в этой компании.

Адаптация работников включает ключевые элементы как: критерии адаптации, организацию испытательного срока, адаптацию молодых специалистов, методы наставничества и консультирования, развития человеческих ресурсов. В компании должны быть разработаны и документированы Программы адаптации.

Для программ адаптации первого уровня особенно важно грамотно спланировать процесс адаптации, связанный с негативными изменениями во внешней среде. Необходимо разработать способы и пути уменьшения или ликвидации напряженности в организации. Разработать меры активизации внутренних возможностей персонала. Ведь в условиях нестабильности, целью становится минимизация затрат и, как следствие, первые шаги в этом направлении: сокращение штата, изменение систем оплаты труда, стимулирования и т.д. Поэтому необходимо использовать инструмент адаптации, продумать и грамотно провести необходимые изменения, чтобы оставшиеся сотрудники работали максимально эффективно.

Адаптация второго уровня, для новых сотрудников в организации, также должна быть тщательно спланирована, её содержание совершенно ясно и роли участников процесса чётко определены. Программа адаптации новых сотрудников должна содержать:

- Ознакомление с миссией и историей организации, организационной структурой, генеральным планом предприятия, традициями и правилами, основными участниками прохождения испытательного срока.
- Необходимость специальных учебных мероприятий по освоению новым сотрудником своих должностных обязанностей.
- Критерии успешности прохождения испытательного срока и варианты его досрочного прекращения.
- Формы предоставления обратной связи от нового сотрудника и его наставника или руководителя о ходе испытательного срока.
- Систему подведения итогов (возможна промежуточная аттестация и т.п.).

Многие консалтинговые компании ориентированы на развитие карьеры уже работающих в организации сотрудников, поэтому в большинстве случаев набор персонала, а соответственно и адаптация, в основном осуществляется на начальные позиции. Для этого многие компании сотрудничают с ВУЗами, соответствующих специальностей. С разными ВУЗами практика работы компаний различна. В большинстве случаев организации сотрудничают с отделами практики и трудоустройств ВУЗов, иногда с конкретными кафедрами, студенческими организациями

(например, AISEC). Компании принимают участие в ярмарках вакансий, устраивают семинары и презентации. Информация о работе организаций в этом направлении размещается на сайтах, в газетах и на досках объявлений ВУЗов.

В работе с молодыми специалистами (студентами и выпускниками ВУЗов) целесообразно применение двух программ: практика и стажировка. На практику принимают студентов 4-го или 5-го когда у компании, появляется дополнительный временный объем работ. Компания, таким образом, не отвлекает на эти работы своих профессионалов, а студенты получают опыт. На стажировку (это уже оплачиваемая работа) существует жесткий конкурсный отбор среди студентов, выходящих на преддипломную практику. По сути, стажировка – это уже испытательный срок, успешно прошедшие его становятся полноправными сотрудниками компании. И компания рассчитывает на их профессиональный рост. Поэтому для стажировки отбираются студенты с хорошими теоретическими знаниями.

Также существуют программы дополнительного обучения студентов, где специалисты компаний читают курс лекций исходя из специфики деятельности компании. Таким образом, компании могут подготавливать молодых специалистов с конкретными знаниями в требуемой организации области.

Все кандидаты проходят жесткий отбор по разработанным критериям: теоретическая подготовка, навыки работы в команде, соответствие организационной культуре компании. Один из популярных методов оценки молодых специалистов – предложение кандидату рабочих и жизненных ситуаций.

Во многих консалтинговых компаниях существует иерархическая структура должностей (в зависимости от размера компании):

- Ассистента специалиста.
- Специалист.
- Ведущий специалист.
- Эксперт.
- Начальник отдела.

Система адаптации новых сотрудников зависит от размера, структуры, особенностей организационной культуры компании, существующего стиля управления, а главное от категории сотрудников, на которых ориентирована программа.

Можно выделить два основных типа программ адаптации для новых сотрудников:

1. Первый тип программы адаптации предназначен для молодых специалистов, без существенного опыта работы.

2. Второй тип ориентирован на сотрудников, которые приходят уже с опытом работы в других организациях.

Для адаптационных программ первого типа основополагающим является обучение нового сотрудника необходимыми в работе теоретическими и практическими навыками. Для этого целесообразно использовать метод наставничества, когда молодой специалист прикрепляется к опытному сотруднику, который будет его консультировать и оценивать. Наставничество – это процесс, в котором вышестоящий сотрудник ответственен за продвижение и развитие молодого специалиста, вне рамок обычных взаимоотношений руководитель – подчиненный. Наставничество касается ряда моментов:

- Личное и профессиональное развитие.
- Вопросы и проблемы, связанные с работой.
- Вопросы, связанные с компанией.

Хорошо продуманная и соответствующим образом подготовленная система наставничества позволяет объективно и всесторонне оценить сотрудников компании. Поскольку наставничество - это процесс, развивающий и мотивирующий не только молодых специалистов, но и самих наставников, поэтому на определенном уровне каждый сотрудник становится наставником. Все наставники должны быть заинтересованы в успешной работе подопечных им сотрудников, поэтому целесообразно разработать бонусную систему за эффективную работу в этом направлении. Система наставничества позволяет молодому специалисту быстрее адаптироваться не только в профессиональном плане, но и в вопросе межличностных отношений, специфике организационной культуре компании.

Адаптационные программы второго типа, для специалистов с опытом работы, в большей степени направлены на ознакомление сотрудника с существующими в компании нормами и правилами поведения, специфике работы компании с клиентами, алгоритмом работы над проектами. Здесь на первый план выходит социально-психологические вопросы, адаптация к сложившейся организационной культуре, практике командной работы.

Третий уровень адаптации, связан с ротацией персонала, т.е. перемещением внутри компании. В условиях внешней негативной экономической обстановки, компании вынуждены проводить реорганизацию и сокращение персонала. Сотрудники компаний на новой должности также нуждаются в адаптации, например, к новым обязанностям, руководителям, коллегам, условиям труда и т.д. Грамотный руководитель уделит внимание данному виду адаптации.

Для консалтинговых компаний вопрос адаптации сотрудников является одним из основных в работе с персоналом, т.к. эффективная командная работа над проектами невозможно в условиях отсутствия взаимопонимания и знания специфических методов работы организации.

Кадровый состав консалтинговой компании должен не только тщательно подбираться, с целью формирования единой эффективной команды, но, и на всех этапах жизненного цикла компании, необходимо использовать все инструменты управления персоналом, разработать такую внутреннюю систему управления персоналом, которая смогла бы позитивно влиять на эффективность труда работников даже в условиях экономической и политической нестабильности.

Литература:

Ахалая О.А. Инновационная культура как элемент организационных изменений. //Труды СПбГТУ. – 2013. – № 515.

УДК 338

Мовсисян Мане Гарниковна

Movsisian M.G.

выпускник кафедры "Стратегический менеджмент"

mane-butterfly@mail.ru

ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА PRACTICE OF CORPORATE TIME MANAGEMENT

Санкт-Петербург, СПбПУ, ООО «Эльтон»

Аннотация. Большинство сотрудников в современных компаниях испытывают постоянное давление времени. Будь то крупная организация или небольшая со всех сторон, как на руководителей, так и на подчинённых влияет временной фактор. Клиенты, руководство, деловые партнёры, рынок – все ждут скорости принятия решений, организованности, пунктуальности. Придать скорости и возможности быстрее выполнять те или иные задачи и тем самым снизить издержки как финансовых затрат, так и временных издержек поможет корпоративный тайм-менеджмент.

Abstract. Most of the staff in modern companies are under constant pressure of time. Whether it's a large organization or a small on all sides as managers and officer effect on the time factor. Customers, management, business partners, market - everyone is waiting for the speed of decision-making, organization and punctuality. Give speed and quickly as possible to perform cer-

tain tasks and thereby reduce costs for both financial costs and time costs will help corporate time management.

Ключевые слова. Корпоративный тайм-менеджмент, эффективное управление временем.

Key words. Corporate time management, effective time management.

Тайм-менеджмент (англ. time management – управление временем) — система правильного распределения времени и его эффективного использования [1]. Существует множество учебных пособий и книг про эффективное управление временем, также компаний и тренинговых агентств, способных провести обучение и анализ эффективности работы персонала в организации. Разработаны различные стратегии организации и планирования личными временными ресурсами. Наиболее популярными являются:

1. Метод Эйзенхауэра (расстановка приоритетов, основанная на четком делении всех дел на важные, срочные, неважные и несрочные) [2].
2. Принцип Парето (20 % усилий дают 80 % результата, остальные 80 % усилий - лишь 20 % результата).
3. Диаграмма Ганта (позволяет визуально оценить последовательность задач и детально проанализировать их реальный ход).
4. Хронометраж (запись всех своих дел и времени, потраченного на каждое из них).

Internet портал Rabota.ru провёл опрос на тему «Сколько времени вы проводите на работе»? В онлайн-голосовании приняли участие 5245 человек. По статистике 27% россиян проводят на работе более 9 часов в сутки, а 3% респондентов являются неисправимыми трудоголиками и работают буквально без сна и отдыха. Чуть больше трети опрошенных (34% или 1806 человек) не задерживаются на работе сверх положенных восьми часов и с чистой совестью отправляются домой. 29% или 1522 респондента работы не имеют, 21% или 1079 участников опроса умеренно перерабатывают: продолжительность их рабочего дня 9-12 часов. Еще 6% или 306 респондентов проводят при исполнении служебных обязанностей более 12 часов в сутки, а 3% или 145 человек выбрали вариант ответа «Работаю до упада семь дней в неделю». 5% или 288 человек трудятся в облегченном режиме и на работу приходят всего на 5-7 часов. А 2% или 99 респондентов проводят на работе меньше 4 часов в день. [3]

Повысить эффективность работы сотрудников компании можно с помощью тайм-менеджмента. Рассмотрим результаты тренинга по тайм-менеджменту на примере организации ООО «Эльтон», в которой существует 3 отделения [4]: Северное, Центральное, Южное.

Основной причиной проведения тренинга являлось то, что на отделениях с равными условиями внешней и внутренней среды были разные

показатели эффективности работы и сроков их выполнения. Фото рабочего дня показало, что отличие по рабочему времени между отстающим и эффективным отделением составляет 40 минут, это 7,8 процентов рабочего времени. Цель же была привести все отделения в равное состояние по исполнению сроков решения задач и планов.

Тренинг проводился отделом персонала компании с каждым отделением в составе из 6 сотрудников. После чего был предоставлен отчет по результатам. Сам тренинг состоит из следующих блоков:

1. Первый день. Выявление всех неоптимальностей работы сотрудников – для этого этапа проводилась групповая фотография рабочего дня. Итоговые данные разделены на 2 этапа, где "А" (работа) и "Б" (перерывы (ожидания, перерывы для отдыха и питания, личных нужд, перекуры)) (данные представлены в таблице 1 и 2). Рабочий день начинается в 9:00 и заканчивается в 17:30, 30 минут предоставляется на обеденный перерыв.

2. Второй день. Представление результатов сотрудникам отдела и предложения по изменениям.

3. Третий – пятый дни. Использование метода на практике.

4. Шестой день. Подведение итогов и выбор оптимальной системы работы отделения. Предоставление отчёта о выполненной работе.

Рассмотрим данные самого эффективного (центрального) и самого отстающего отделения (северного).

Табл. Фотография рабочего дня двух отделов

Отделы	Центральный отдел		Северный отдел	
	Длительность, мин.	%	Длительность, мин.	%
А. Работа				
Совещание	30	5,9	30	5,9
Телефонные звонки	100	19,6	100	19,6
Администрирование за-явок	120	23,5	100	19,6
Составление документов	80	15,7	60	11,8
Итого:	330	64,7	290	56,9
Б. Перерывы				
Не зависящие от исполнителя (ожидание)	55	10,8	55	10,8
Прием пищи	30	5,9	30	5,9
Отдых и личные нужды, перекуры	95	18,6	135	26,4
Итого:	180	35,3	220	43,1

Сравнивая данные, видно, что на рабочий процесс, а именно на пункты «составление документов и администрирование заявок» уходит меньше времени. Возможно, именно это и влияет на снижение качества и количества работы для северного отделения. Рабочее время сотрудников северного отделения сокращается на 40 минут, почти час тратится на решение проблем личных нужд. Проведение подобного тренинга позволила компании ООО «Эльтон» оптимизировать рабочий процесс отделений и прописать более чёткие инструкции по использованию своего дня. После подготовки соответствующей документации было предложено отделениям следовать инструкциям прописанным по временным интервалам.

Использование нового метода работы и четко прописанной по времезатратам работы помогло оптимизировать день сотрудников. Но такая система прослужила не более четырех месяцев. Всё же не зря считается, что западные, американские и другие методы не приживаются из-за российского менталитета. Проведя дальнейшие соответствующие исследования, выяснили, что люди устали от подобных тренингов и считают себя подопытными кроликами, появилась мысль, что руководство компании не заинтересованно в работе сотрудников и только мешает эффективной выработке предприятия. Результаты работы самого эффективно-го отделения после проведения тренинга на четвертый месяц понизились на 7%, а результаты отстающего на 15%. Увеличилось количество времени на решение проблем личных нужд.

Единственным и наилучшим показателем работы остался один из пунктов рабочего дня – это администрирование заявок. Используя все чёткие инструкции, предложенные по проведению тренинга, время, которое затрачивалось на администрирование заявок, сократилось до 90 минут, и позволило переключиться к следующей задаче. Более того, инструкция была настолько простой и понятной, что сотрудники довели до автоматизма свою работу в этой области и именно по этой части все отделения справлялись максимально чётко и в указанное время. В остальной части своих работ сотрудники ухудшили свои показатели по истечении четырех месяцев работы по инструкции. Опросным методом выяснилось, что работники посчитали работу по инструкции унижением, ведь в их работе должны быть и полёт фантазии, и интуиция, а также каждый из них работает в своём темпе, который является уникальным.

В компании ООО «Эльтон» проводились и ранее тренинги по тайм-менеджменту. Количество таких мероприятий равно пяти за пять за последние четыре года. Но все из них не произвели столь глобального эффекта, как хотелось бы руководству. Так в чём же дело?!

Практика тайм-менеджмента в данной организации показывает, что работа чётко по приоритетам изо дня в день невозможна. Может это

из-за того что ежечасно возникает аварийная ситуация и необходимо всё бросить и перейти к ней и планировать своё рабочий день довольно трудно. А может просто всё зависит от настроения сотрудника в этот день и его интуиции, креативного настроения и желания чего-то нового.

Таким образом, из вышеперечисленного стоит подытожить: каким бы опытным и компетентным теоретиком бы не был тренер, который чётко, красиво и понятно всё разъяснит, в данной компании корпоративный тайм-менеджмент не прижился в полной мере.

Литература

1. Мария Хайнц Позитивный тайм-менеджмент: Как успевать быть счастливым – Изд.: Альпина Паблишер, 2014. – 128с.

2. Статья «Тайм-менеджмент для рекрутера» Царенко С. Кадровик.ру", 2013, N 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://hr-portal.ru/article/taym-menedzhment-dlya-rekrutera?page=10> "

3. Статья «Сколько времени вы проводите на работе?» опубликованного 28 сентября 2010 г [Электронный ресурс]. URL: http://www.rabota.ru/press_relizy (дата обращения 07.10.2014)

4.Официальный сайт компании ООО «Эльтон» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.aliton.ru/>

УДК: 658.152

Пашкина Наталия Леонидовна, Pashkina N.L.

к.т.н., доцент, 0207117270@mail.ru

Пашкин Владимир Яковлевич, Pashkin M.J.

к.т.н., доцент, 0111014666@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ, ПОЛУЧЕННЫХ В КОЛЛЕКТИВНОЙ БИЗНЕС ИГРЕ «БК:МАКСИМУМ»

THE RESEARCH OF FIRM MANAGEMENT RESULTS, GOT IN COLLECTIVE BUSINESS GAME OF "БК:МАКСИМУМ"

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. В исследовании показана сравнительная характеристика результатов, полученных командами студентов, принимавших управленческие решения в быстро меняющихся рыночных условиях.

Abstract. Comparative description of the results, got by student groups during accepting administrative decisions in quickly changing market conditions, is shown in research.

Ключевые слова. Диверсификация, стратегия, прибыль, рентабельность, кредит, лизинг, производство, продажа, капитал.

Key words. Diversification, strategy, income, profitability, credit, leasing, production, sale, capital.

Современный темп изменения внешних и внутренних условий функционирования бизнеса предполагает, что успешная работа менеджера может быть достигнута только при высоком уровне профессионализма, основанном на знаниях, опыте и искусстве управления [1]. Можно сравнить подготовку менеджеров с подготовкой к полету летчиков. Также как летчики отрабатывают свои профессиональные навыки в кабинах тренажеров, так и менеджеры в компьютерной бизнес игре получают возможность проявить свои способности в принятии управленческих решений и получить представление об ответственности, которая с этим связана. Последствием каждого управленческого решения является изменение состояния объекта управления, которое выражается в количественных показателях, доступных для анализа.

Исследование основано на данных пяти команд, участвовавших в коллективной игре «БК: Максимум» [2], в которой должна быть реализована стратегия диверсификации. Стартовые условия у всех команд были одинаковые. Самостоятельные решения определяют:

- выбор оборудования,
- выбор сырья,
- уровень оплаты труда,
- привлечение инвестиций в развитие производства,
- изменение качества продукции,
- объем выпускаемой продукции.

Диверсификация управления может быть проявлена в производстве различных видов продукции и в размещении финансов на депозит или на покупку акций других компаний.

Результаты производственной деятельности фирм по годам представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Результаты производственной деятельности фирм

Фирма	Продукт	Месяц начала	Месяц окончания	Капвложения	Объем производства	Количество капвложений
1	А	1	71	2 170 538	282 760	19
1	В	34	73	15 401 115	306 252	9
1	С	53	73	42 306 864	225 666	5
2	А	1	71	978 369	163 549	9
3	А	1	73	1 832 391	279 458	14
3	В	31	73	7 266 919	154 658	5
4	А	1	61	299 860	100424	10
4	В	25	73	18 355 940	365 195	5
4	С	41	73	67 321 191	555 913	6
5	А	1	68	1 678 224	278 090	16
5	В	25	73	14 522 607	348 641	8
5	С	57	73	8 600 824	258 634	1

Производственные показатели показывают:

- фирма 2 не сумела провести диверсификацию по выпуску различных видов продукции, а выпуск одного вида продукции «А» в результате стал убыточным,

- фирма 3 смогла наладить производство продукции двух видов,

- фирмы 1, 4, 5 развернули производство трех видов продукции, но в разном объеме, причем фирмы 4 и 5 прекратили производство продукции вида «А» раньше окончания цикла игры.

Успешность работы фирмы не в последнюю очередь определяется по полученной прибыли. В таблице 2 приведены данные по результатам деятельности фирм по годовым периодам игры.

Таблица 2.

Прибыль фирм по годам деятельности

Год	Чистая прибыль				
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
1	78 888	53 043	114 125	254 968	290 339
2	497 161	205 273	636 094	633 225	920 682
3	570 437	104 227	478 758	4 556 248	2 156 891
4	5 144 028	129 036	3 182 966	10 658 732	2 878 824
5	6 952 279	337 474	3 749 139	24 587 774	9 196 747
6	23 169 371	-9 006	1 781 925	28 277 261	20 249 727
Итого:	36 412 164	820 047	9 943 007	68 968 208	35 693 210

Сравнительный анализ значений прибыли, полученной каждой фирмой, показывает:

- уже в первый год фирмы добиваются разных результатов, наихудшие результаты у фирмы 2,
- второй год показал успешную работу фирмы 5 по сравнению с остальными фирмами,
- в третий год прибыль фирмы 4 значительно превысила прибыль остальных фирм,
- в четвертый год заметны стали успехи в управлении фирмы 1 и 3,
- на пятом году заметны успехи фирмы 5,
- на шестом году фирмы 1 и 5 значительно улучшили свои показатели прибыли, фирма 2 прибыли не получила, а фирма 3 ухудшила свои показатели прибыли,
- в итоге фирма 4 получила прибыль большую, чем остальные фирмы, развиваясь интенсивнее остальных от года к году.

Расчет рентабельности продукции фирм по годам представлен в таблице 3.

Таблица 3.

Рентабельность продукции

Год	Рентабельность продукции				
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
1	21,19	16,81	26,34	23,15	35,02
2	26,35	14,47	28,32	26,67	28,82
3	21,72	8,58	19,08	50,63	28,87
4	42,80	11,77	36,75	48,01	29,13
5	35,72	19,28	38,35	47,88	41,95
6	51,09	0,00	25,85	49,36	42,64

Сравнительный анализ рентабельности продукции фирм по годам отражает отставание фирмы 2.

Расчет рентабельности активов фирм по годам представлен в таблице 4.

Таблица 4.

Рентабельность активов

Год	Рентабельность активов				
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
1	46,77	35,37	65,44	101,35	111,17
2	78,43	41,84	99,32	62,33	73,59
3	31,43	17,50	26,23	105,01	79,31
4	100,76	17,95	91,28	76,50	58,79
5	55,89	39,64	53,10	64,19	70,55
6	65,15	0,00	15,97	41,39	72,61

Рентабельность активов отражает отставание фирмы 2.

Расчет рентабельности собственного капитала фирм по годам представлен в таблице 5.

Таблица 5.

Год	Рентабельность собственного капитала				
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
1	86,83	56,19	92,31	164,72	173,97
2	115,67	95,50	138,97	73,30	86,26
3	45,15	34,03	38,59	160,53	88,87
4	139,15	23,93	102,92	111,55	76,94
5	75,47	43,94	57,00	84,58	90,35
6	87,90	-1,44	18,39	61,13	82,18

Сравнительный анализ рентабельности собственного капитала фирм по годам отражает устойчивое его значение у фирмы 5.

Показатели рыночной активности фирм представлены в таблице 6.

Таблица 6.

Показатели рыночной активности					
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
Кол-во акций в обращении (A1)	500 000	300 000	500 000	500 000	500 000
Бухгалтерская стоимость акции (A2)	71,963	0,978	21,162	114,882	67,428
Инвестиционная оценка акции	24,590	4,372	9,836	103,825	68,306
Рыночная цена акции (A3)	31,911	2,186	15,651	61,124	44,941
Кэф. котировки акции (A3/A2)	0,44	2,24	0,74	0,53	0,67
Капитализация (A1*A3)	15955500	655800	7 825500	30562000	22470500
Годовая чистая прибыль на акцию (A4)	46,339	-1,037	3,564	56,555	40,499
Ценность акции (A3/A4)	0,69	0,00	4,39	1,08	1,11
Дивиденды на акцию:					
- в отчетном месяце	2,000	0,000	1,000	12,000	10,000
- за 12 мес. (A5)	4,500	0,800	1,800	19,000	12,500
Текущая дивидендная доходность (A5/A3)	14,10	36,60	11,50	31,08	27,81

Анализ показателей рыночной активности акций фирм показывает, что все фирмы кроме фирмы 2 использовали те возможности по привлечению капитала, которые им предоставлены начальными условиями.

Изменение рыночной цены акций фирм по годам представлено в таблице 7.

Таблица 7.

Изменение рыночной цены акций фирм по годам

Год	Рыночная цена акций				
	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5
1	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
2	3,286	2,421	5,495	4,990	3,420
3	3,020	2,334	5,047	10,790	5,739
4	10,196	1,325	8,885	18,566	9,371
5	15,614	2,371	13,045	46,913	9,513
6	31,911	1,000	15,651	61,124	44,941

Сравнивая изменение по годам рыночных цен акций фирм, можно сделать вывод, что с разным результатом, но все фирмы добивались увеличения их цен, кроме фирмы 2.

Источниками финансирования инвестиционных проектов, связанных с развитием и диверсификацией деятельности фирм, являются (табл. 8):

- собственный капитал фирмы (уставный фонд, прибыль, проценты с депозита, доход от приобретенных акций других фирм, дополнительная эмиссия акций);

- кредит банка;

- лизинг оборудования.

Таблица 8.

Источники финансирования инвестиционных проектов

Фирма	Капитальные вложения	Чистая прибыль	Краткосрочные кредиты	Лизинг	Капитализация акций
1	59 878 517	36 412 164	2 023 750	7 896 810	15 955 500
2	978 369	820 047	290 000	0	777 900
3	9 099 310	9 943 007	54 000	0	7 825 500
4	85 976 991	68 968 208	1 146 480	5 244 753	30 562 000
3	24 801 655	35 693 210	75 000	28 056 491	22 470 500

Данные, приведенные в таблице 8, показывают:

- менеджеры фирмы 1, 4, 5 используют все доступные источники финансирования;

- менеджеры фирмы 3 не использовали возможности приобретения оборудования в лизинг и не пользовались в полной мере кредитом, рассчитывая накопить средства для инвестиций за счет прибыли и дополнительной эмиссии акций;

- менеджеры фирмы 2 за все время деятельности использовали привлечение кредита в небольшом объеме и выпуск акций не в полном возможном объеме.

Рыночная конкуренция регулируется значениями факторов спроса и параметрами спроса и предложения, представленными в таблице 9.

Таблица 9.

Реализация в условиях рыночной конкуренции

	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5	Фирма X	Рынок
Факторы спроса							
Цена продукции	62,55	63,00	60,00	62,00	60,00	63,91	63,14
Качество продукции	1,20	0,93	1,00	1,05	1,00	1,01	1,01
Расходы на рекламу	4 783	5 500	5 000	5 500	5 500	5 265	5 287
Ставка комиссионных по сбыту	5,03	5,00	5,50	5,50	5,00	5,20	5,24
Период рассрочки оплаты	0	0	0	0	0	0,00	
Спрос и предложение							
Коэффициент привлекательности	1,94	1,15	1,21	2,07	2,22	1,00	13,58
Спрос на продукцию:							
- первичный	2 328	1 377	1 446	2 489	2 660	1 200	16 300
- вторичный	0	0	0	0	0	1 144	5 720
- суммарный	2 328	1 377	1 446	2 489	2 660	2 344	22 020
Запас продукции на начало месяца	592	429	1 078	1 287	1 196		
Уровень спроса	3,93	3,21	1,34	1,93	2,22		
Результаты реализации							
Кол-во проданной продукции	592	429	1 078	1 287	1 196	2 344	16 302
Выручка от продажи продукции	37 031	27 027	64 680	79 794	71 760	149 819	1 029 387
Прибыль от продажи	-2 028	-3 062	4 094	18 036	17 931		
Рентабельность продукции	-5,48	-11,33	6,33	22,60	24,99		

Представленные в таблице 9 данные показывают, что фирмы имеют одинаковые возможности в производстве и реализации продукции, но менеджеры принимают разные решения:

- по планированию выпуска и соответственно реализации продукции;
- по выбору значения цены продажи продукции;

- по стимулированию продаж с помощью активизации рекламы, выделяя на это средства, и определении комиссионных менеджерам продаж;

- по определению уровня качества выпускаемой продукции.

Прибыль от продаж фирмы 1 и 2 в таблице 9 имеет отрицательное значение, что является убытком от реализации продукции. Это признак неудовлетворительного управления менеджеров этих фирм.

Рейтинг присваивается фирме на основании значений чистой прибыли, рыночной цены акции, рентабельности капитала. В таблице 10 показан рейтинг и место, которое присваивается фирме по итогам деятельности за различный период.

Таблица 10.

Рейтинг и место, присваиваемое фирме по итогам деятельности

	Фирма 1	Фирма 2	Фирма 3	Фирма 4	Фирма 5	Год	Средний рейтинг
Рейтинг	75	49	88	173	188		
Место в со- ревновании	4	5	3	2	1	1	115
Рейтинг	237	141	343	289	310		
Место в со- ревновании	4	5	1	3	2	2	264
Рейтинг	146	58	161	942	455		
Место в со- ревновании	4	5	3	1	2	3	352
Рейтинг	731	31	483	1394	439		
Место в со- ревновании	2	5	3	1	4	4	616
Рейтинг	676	60	399	2252	827		
Место в со- ревновании	3	5	4	1	2	5	843
Рейтинг	1443	0	161	1812	1323		
Место в со- ревновании	2	5	4	1	3	6	948

В таблице 10 отражены показатели оценки результатов управленческой деятельности, которую продемонстрировали менеджеры фирм. Оценка изменения результатов фирм по годам следующая:

- фирма 4 занимала первое место, начиная с третьего года и до окончания игры, это результат инициативной предпринимательской активности, который оценивается высоким значением рейтинга;

- фирма 2 занимала последнее место при очень низком значении рейтинга на протяжении всей игры, что отразило низкий уровень предпринимательской активности менеджеров, и привело фирму к банкротству;

- фирма 3 в конце второго года занимала 1 место, но очень осторожная инвестиционная политика привела к снижению рейтинга и окончанию игры на четвертом месте;

- фирма 1 и 5 проявили предпринимательский характер на протяжении всей игры и закончили игру с высоким рейтингом, заняв, соответственно, второе и третье место.

Активность менеджеров в предпринимательстве и использовании возможных источников финансирования напрямую сказывается на реализации стратегии развития и диверсификации.

Руководители, которые проявляли осторожность в привлечении средств на инвестиции и рассчитывали только на собственный капитал, не смогли в конкурентной среде занять высокое место.

Инвестиционная активность фирм оценивается количеством инвестиционных проектов и суммой капитальных вложений в них:

- фирма 1 – 33 проекта на сумму 59 878 517 (место 2);
- фирма 2 – 9 проектов на сумму 978 369 (место 5);
- фирма 3 – 19 проектов на сумму 9 099 310 (место 4);
- фирма 4 – 21 проект на сумму 85 976 991 (место 1);
- фирма 5 – 25 проектов на сумму 24 801 655 (место 3).

Из приведенных данных следует, что места, занятые фирмами в конкурентной борьбе, распределились в соответствии с проявленной предпринимательской активностью в осуществлении инвестиционных проектов, направленных на развитие фирмы, их количества и величины капитальных вложений.

Бизнес игра позволяет осуществлять тренировку предпринимательских навыков менеджера, необходимых ему для эффективного управления фирмой в быстро изменяющихся условиях, характерных для рыночной экономики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Коротков Э.М. Менеджмент: учебник – М.: Издательство Юрайт: ИД Юрайт, 2011. - 640 с. – (Основы наук).

2. Тимохов А.В., Тимохов Д.А. Компьютерная деловая игра «Бизнес-курс: Максимум» Учебное пособие. - Москва: Издательство Московского Университета, 2011 – 426 с.

КЕЙС-КЛУБ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ

CASE-CLUB AS A MODERN METHOD OF EDUCATION

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Данная статья раскрывает сущность студенческих кейс-клубов в качестве источника получения дополнительного конкурентного преимущества на рынке труда.

Ключевые слова: кейс-стади, кейс-клуб, метод обучения, форма обучения.

Abstract. The article is about student case-clubs as an additional source of receiving competitive advantages on a labor market.

Keywords: case-study, case-club, method of education.

В последнее время, в результате сложившейся экономической ситуации осложнилось и без того непростое положение на рынке труда. Предложение в сегменте управленческих специальностей превышает спрос на них. В результате требования к соискателям повышаются.

Потенциальные работодатели хотят вкладывать свои ресурсы только в самых способных, активных, решительных, ответственных и целеустремленных. Различные компании используют такой инструмент как решение кейсов, то есть решение конкретной бизнес ситуации с реальными данными или максимально приближенными к ним.

Другой вариант применения метода case-study – соревнования среди студентов и выпускников, которые устраивают различные ассоциации кейс-клубов по отдельности или совместно с работодателями в рамках открытого чемпионата. Победа в подобном чемпионате помогает компаниям выделить наиболее привлекательных участников и продолжить этапы отбора с уже максимально подготовленными кандидатами.

Привычные методы обучения высших учебных заведений не позволяют развить необходимые навыки у своих подопечных. В большинстве самых известных ВУЗов Петербурга и Москвы основаны и активно развиваются студенческие объединения, целью которых является поиск и формирование команд для подготовки к соревнованиям.

Опыт работы университетов с кейс-клубами показывает, что заинтересованность студентов в получении перспективной работы стиму-

лирует участвовать их в подобных мероприятиях и сильно увеличивает их результативность в академических дисциплинах.

Анализ деятельности кейс-клубов и соревнований, а так же личный опыт авторов статьи доказывает, что подобный формат обучения позволяет студентам эффективно применять академические навыки в реальных ситуациях. Результат работы студентов в подобных организациях оказывает прямое влияние их дальнейшее трудоустройство и способности применять полученные в ВУЗе знания с большей эффективностью, чем студенты, которые в подобных мероприятиях не участвовали.

В процессе работы над статьей, авторами была создана модель кейс-клуба на базе кафедры «Стратегический менеджмент» Инженерно-экономического института. В рамках разработки авторы учли следующие факторы:

- Миссия и предназначение клуба
- Организационная структура клуба
- Перечень заинтересованных сторон
- Перечень требований к студентам и кейсам
- Необходимые материальные и человеческие ресурсы
- Программа участия в кейс-соревнованиях
- Результаты деятельности организации
- Анализ внешней и внутренней среды
- Стратегия развития кейс-клуба

Так же была проделана работа по поиску подходящих кейс-соревнований и материалов, по которым будут заниматься участники клуба. В этот список вошли известные в Петербурге кейс-соревнования McKinsey, Changellenge, Future Today и т.д.

При близком рассмотрении ситуации, создание кейс-клуба по разработанной модели, является осуществимой задачей, для которой необходима поддержка преподавателей и руководства кафедры. Результаты работы кейс-клуба помогут в обучении высококвалифицированных молодых специалистов, количество которых на рынке труда продолжает сокращаться. Следствие подобных результатов повлечет за собой приток новых, талантливых и амбициозных студентов, желающих обучаться на кафедре «Стратегический менеджмент» и участвовать в кейс-клубе.

Литература:

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. — СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. — 332 с.
2. Официальный сайт национальной лиги кейсов - changellenge.com/
3. Официальный сайт международной консалтинговой компании - www.mckinsey.com/

Синявина Мария Павловна

Siniavina M.P.

sinmp@inbox.ru

Бурмистров Андрей Николаевич

Burmistrov A.N.

к.э.н., доцент, *bur-a-n@mail.ru*

**ВИДЕОТЕКА "УЧЕБНОЕ ВИДЕО" КАК СОВРЕМЕННЫЙ
РОССИЙСКИЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТУ И
ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ**

**VIDEO LIBRARY "EDUCATIONAL VIDEO" AS A MODERN
RUSSIAN PRODUCT FOR MANAGEMENT EDUCATION AND OP-
PORTUNITIES OF ITS USING**

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. В работе рассмотрены возможности обучения менеджменту при университетском образовании с использованием метода визуализации, основой использования которого является CDIO-подход и инновационный отечественный образовательный продукт-видеотека "Учебное видео".

Ключевые слова. обучением менеджменту, видеотека, видеокейсы, видеофильмы, CDIO-подход.

Abstract. This paper describes possibilities of management education at the university using the imaging method that is based on the CDIO approach and russian innovative educational product: video library "Educational Video".

Keywords. management teaching, video library, video cases, videos, CDIO approach.

В настоящее время в нашей стране для решения задач "новой индустриализации", импортозамещения, развития экспорта и т.п., чрезвычайно актуальна задача подготовки специалистов, которые могут осуществлять не только улучшения (модернизацию) отечественных предприятий, но и создавать предприятия мирового уровня, желательно - лучшие в мире. Например, журнал "Эксперт" пишет об этом так: «промышленные инвестиции в стране крайне востребованы, возможностей для их осуществления масса, даже деньги, по большому счету, не проблема, все упирается в недостаток квалификаций

по осуществлению таких проектов, начиная от создания ТЭО и заканчивая промышленным инжинирингом и непосредственным возведением новых заводов и фабрик»[1]. ...Профессионал в области инжиниринга должен владеть всеми системами управления современного предприятия в их взаимосвязи с техническими и технологическими аспектами производства и проектирования. [2].

Поэтому для обучения менеджменту студентов любых технических специальностей, а также при обучении студентов специальностям, связанных с экономикой и управлением, речь может идти о подготовке специалистов по организационному проектированию, чтобы "из доступных всем кубиков (бизнес-процессов, типовых элементов оргструктур, показателей эффективности и т.п.) создавать системы управления для лучших в мире предприятий. Для этого можно применить **игровые технологии комплексного обучения**, основанные на отечественном материале и соответствующие современным тенденциям в образовании, таким, как активно распространяемый в настоящее время CDIO-подход: *Conceive — Design — Implement — Operate*, который применяется для освоения студентами инженерной деятельности в соответствии с моделью «*Планировать – Проектировать – Производить – Применять*» и позволяет им создавать реальные системы, процессы и продукты на международном рынке [3]. Для решения этих задач авторами разработана технология обучения, представленная, в частности, в [4], [5] и других.

В данной работе мы представим отечественный инструмент для решения одной из очень важных проблем современного обучения менеджменту в нашей стране. Дело в том, что при обучении менеджменту на первом высшем образовании необходимо учитывать, что менеджменту (сложнейшей области деятельности) обучаются вчерашние школьники, не имеющие того представления о профессиональной деятельности и жизненного опыта, которое необходимо для освоения принципов и технологий управления в социальных системах.

Для решения этой проблемы можно применить современные **технологии визуализации конкретных ситуаций**, основанных на отечественных образовательных продуктах, таких как: видеофильмы (в том числе единственный в мире игровой учебный видеофильм по стратегическому управлению), видеокейсы, дискуссионные фильмы и т.п. Например, малым инновационным предприятием, расположенным в Санкт-Петербурге - ООО "Решение: Учебное видео" с 1999 года разработано множество материалов для систем дистанционного обучения (СДО), в т.ч. уникальные инновационные продукты:

- **Видеотека** – ежегодно пополняемая коллекция учебных видеофильмов для преподавателей вузов, позволяющая организовать обучение в интерактивном формате по различным направлениям под-

готовки: более 100 специально разработанных учебных игровых видеокейсов и дискуссионных фильмов, имеющих грифы соответствующих УМО вузов России

• **Интерактивные практикумы** для систем дистанционного обучения, соответствующих стандарту SCORM. [6]



Рис. Фрагменты видеокейсов и интерфейс интерактивного практикума

Указанные продукты являются отечественной разработкой и позволяют значительно повысить информативность и насыщенность учебных занятий.

Также можно использовать эти продукты для создания устойчивых конкурентных преимуществ СПбПУ в рамках реализации "Стратегической инициативы 5. "Новые образовательные технологии" [7], в частности:

1. Приобретение видеотеки и использование ее материалов при обучении в аудиторном и дистанционном обучении (соответствие очень многим мероприятиям "Плана мероприятий"), а также для мероприятий дополнительного образования - повышение квалификации или профессиональная переподготовка студентов СПбПУ, сотрудников предприятий СПб и т.п.).
2. Проводить совместные курсы повышения квалификации преподавателей по интерактивным методам обучения (для инженерных специальностей) и по преподавательскому мастерству (развитие личностных компетенций преподавателей) - соответствие мероприятию 3.3.1, 3.3.3 "Плана мероприятий". Сбор групп и проведение обучения - "Учебное видео", предоставление аудиторий и выдача свидетельств гос.образца - СПбПУ.
3. Создание инновационных образовательных продуктов¹: новых учебных фильмов и (или) интерактивных практикумов для обучения по экономическим и инженерным специальностям по стандартам **СДИО** - соответствие всем задачам инициативы "Новые образовательные техно-

¹ а также вести совместную разработку инновационных образовательных технологий.

логии". При этом распределение задач может быть следующим: "Учебное видео" - создание продуктов (от формирования требований до тестирования), включение их в видеотеку (с рекламным сообщением об СПбПУ, который в этом случае будет задавать тренды в инженерном образовании, как минимум, в РФ). СПбПУ - финансирование создания продуктов за счет средств программы "5-100" и самостоятельное использование созданных продуктов.

В случае использования видеотеки СПбПУ получает возможность создать устойчивое конкурентное преимущество на рынке образовательных услуг как СПб, так и России, а также "ближнего" и, возможно, "дальнего" зарубежья.

Литература:

1. Сиваков Д., Лебедев В. Деньги есть, ума не хватает //«Эксперт» №38 (722)/27 сентября 2010.

2. Ливанов Д., Рогачев М. Как не потерять на инновациях //«Эксперт» №38 (722)/27 сентября 2010.

3. Официальный сайт проекта «The CDIO™ Initiative»: www.cdio.org. Или переводы этих стандартов, например: Всемирная инициатива CDIO. Стандарты: информационно-методическое издание / Пер. с англ. и ред. А.И. Чучалина, Т.С. Петровской, Е.С. Кулюкиной; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 17 с.

4. Бурмистров А.Н. Возможности формирования системного мышления в профессиональном образовании // Глобальные риски – локальные решения: сборник материалов международной междисциплинарной научно-практической конференции. Балтийский институт экологии, политики и права, 20 июня 2014 г., Санкт-Петербург/ Под общей ред. А.Е. Рейфе - СПб: Изд-во БИЭПП, 2014. - с. 215.

5. Бурмистров А.Н., Синявина М.П. О конкурентоспособности российского образования и применении технологии системного проектирования для ее повышения / Системный анализ в проектировании и управлении : сборник научных трудов XIV Междунар.науч.-практ.конф. Ч.2. – СПб.: Изд-во Политехн.ун-та, 2010. – 291 с. С.207-213.

6. Официальный сайт ООО "Решение: Учебное видео" [Электронный ресурс] <http://eduvideo.ru/>

7. ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ по реализации программы повышения конкурентоспособности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный политехнический университет» среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013–2020 гг. с.10.

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИХ
УНИВЕРСИТЕТОВ С ПОЗИЦИИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ
ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

**DEVELOPMENT OF THE STRATEGIC OBJECTIVES OF
POLYTECHNIC UNIVERSITIES FROM THE PERSPECTIVE OF
COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого

Аннотация. Работа посвящена вопросу разработки системы стратегических целей политехнических университетов с позиции коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Определена актуальность рассматриваемого вопроса. Обозначены особенности политехнических университетов. Приведена укрупненная система стратегических целей политехнических университетов с позиции коммерциализации объектов интеллектуальной собственности.

Abstract: The work is devoted to the development of the strategic objectives of polytechnic universities from the perspective of commercialization of intellectual property. Relevance of the issue is assessed. The main features of polytechnic universities are determined. There is shown the enlarged system of strategic objectives of polytechnic universities from the perspective of commercialization of intellectual property.

На сегодняшний день крайне актуальным вопросом развития российской высшей школы является интенсификации процесса коммерциализации объектов интеллектуальной собственности (ОИС), генераторами которых являются образовательные организации.

Коммерциализация ОИС (научно-технические разработки, которым предоставлена правовая защита: изобретение, полезная модель, промышленный образец и другие) может быть рассмотрена как целенаправленный процесс преобразования научного знания в новый продукт, технологию, услугу и их последующего вовлечения в хозяйственный оборот.

Принимая во внимание тот факт, что российскими образовательными организациями накоплен и продолжает накапливаться значительный научный потенциал в форме ОИС, которые могут служить для образова-

тельной организации источником дополнительного дохода, эффективная политика в области их коммерциализации становится наиболее актуальной.

При исследовании процессов коммерциализации ОИС отдельное внимание следует уделить политехническим университетам, как особой форме образовательной организации, особенностью которой является техническая многопрофильность и, как следствие, способность генерации и коммерциализации ОИС в различных предметных областях, что, в свою очередь, позволяет сформировать систему стратегических целей с позиции коммерциализации ОИС:

1. Развитие в образовательной организации системы поиска и отбора ОИС, перспективных для коммерциализации с точки зрения соответствия приоритетным направлениям развития науки и техники и спросу рынка высокотехнологичных продуктов и услуг.

2. Создание системы новых хозяйственных обществ (НХО), реализующих высокотехнологичные инновационные продукты, созданные с использованием информационной, лабораторной и научно-технологической базы образовательной организации.

3. Развитие системы подготовки инновационно-ориентированных кадров, обладающих компетенциями, востребованными рынком инновационной продукции и услуг, полученными путем непосредственного участия в деятельности НХО и выполнении на их базе реальных инновационных проектов по заказам государства и бизнес-сообщества.

4. Совершенствование внутренних механизмов участия в федеральных целевых программах, конкурсах, грантах, направленных на поддержку развития НХО.

5. Развитие системы внешних связей с государством и бизнес-сообществом, выход на новые рынки высокотехнологичной продукции, в частности, посредством участия в федеральных и региональных программах и проектах, направленных на содействие развитию НХО при образовательной организации.

6. Развитие механизмов вовлечения преподавателей, аспирантов, молодых ученых, студентов в выполнение инновационных проектов и управление созданными при образовательной организации НХО.

7. Создание системы взаимодействия НХО и образовательной организации-учредителя, направленной на интеграцию деятельности по коммерциализации ОИС с образовательным и научным процессами.

Сформированная таким образом система стратегических целей образовательной организации политехнического типа может быть уточнена с учетом особенностей конкретной образовательной организации и лечь в основу формирования стратегии коммерциализации ОИС.

Халин Владимир Георгиевич, Khalin V.G.

д.э.н., профессор
vhalin@yandex.ru,

Чернова Галина Васильевна, Chernova G.V.

д.э.н., профессор
chernovagalina@yandex.ru

БЛАГОПРИЯТНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВЕДУЩИХ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ¹

FAVORABLE MANAGEMENT AS A MAJOR FACTOR FOR ESTABLISHING WORLD-CLASS UNIVERSITIES IN RUSSIA

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация: Доклад посвящен исследованию проблемы создания в России университетов мирового класса в контексте стратегических целей модернизации российской высшей школы, которые были сформулированы в Указе Президента России от 7 мая 2012 года № 599 "О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки". Особое внимание уделено анализу ключевых факторов и условий формирования в России университетов мирового класса, а также методам повышения их конкурентоспособности. В этих условиях для каждого российского вуза и всей высшей школы России в целом особую важность приобретает вопрос о выборе пути своего развития и поиске механизмов повышения своей конкурентоспособности. Рассматриваются подходы и механизмы формирования университетов мирового класса в США и России на примере Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, Санкт-Петербургского государственного университета и Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Summary: The report investigates the problems of formation and development of the world-class universities in Russia in the context of the strategic goals of modernization of Russian higher education, that were stated in the Russian President's Decree No. 599 of May 7, 2012 *On the measures of the state policy implementation in the field of education and science*. The key factors and conditions for formation and development of the world-class universities in Russia are examined in the paper. The strategies how to improve global competitiveness of the national universities in Russia are also studied in the article. Therefore, such questions, as how to choose the path of development and how to find the mechanisms to improve global competitiveness, become cru-

¹ Работа выполнена при поддержке гранта СПбГУ 13.39.329.2014

cially important for the higher education in Russia in whole and for every Russian university in particular. The patterns and mechanisms of formation and development of the world-class universities in the United States and in Russia are illustrated in the article with the examples of the University of California in Los Angeles, St. Petersburg State University and the National Research University – the Higher School of Economics.

Ключевые слова: Университет мирового класса, конкурентоспособность университетов, научная работа, студенты, аспиранты, профессора, исследователи, академический контракт профессора, модернизация высшей школы, управление университетом

Keywords: world class university, competitiveness of the university, scientific work, students, postgraduates, professors, researchers, academic contract for university professor, modernization of higher education in Russia, university management.

Введение. Ключевыми ресурсами современного развития общества являются знания, информация и образование, при этом значение этих факторов, как свидетельствует мировой опыт, будет непрерывно возрастать. Именно, исследовательские университеты специалисты относят к числу основных учреждений экономики знаний XXI века [1]. Полноценная реструктуризация отечественной экономики во многом определяется характером и эффективностью преобразований в образовательной системе России, в частности, в высшей школе, модернизация которой еще не завершена. До сих пор нет готовых ответов на вопрос о том, какая модель развития отечественного образования окажется наилучшей для новой России, насколько она будет соответствовать потребностям и интересам основных общественных групп. В этом контексте уместно привести слова ректора Гарвардского университета (1984-1987гг.) Генри Розовски: «Неэффективные системы управления университетами являются главным препятствием для их совершенствования и оказывают гораздо более сильное влияние, чем недостаточное финансирование или какие-либо другие обстоятельства» [2].

В день своей инаугурации 7 мая 2012 г. Президент России подписал Указ N 599 "О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки", в котором, в частности, предписывается Правительству РФ разработать и утвердить план мероприятий по развитию ведущих университетов, предусматривающий повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров, а также обеспечение «вхождения к 2020 году не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу университетов» [3]. 29 октября 2012 года, во исполнение данного указа, Правительство Российской Федерации утверди-

ло своим распоряжением План мероприятий по развитию ведущих университетов, предусматривающих повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров (далее, План¹), в котором, в частности, было предусмотрено следующее:

- разработка мер государственной поддержки ведущих университетов, включая в том числе, порядок распределения и предоставления субсидий на государственную поддержку ведущих университетов в целях повышения их конкурентоспособности, предусматривающий привлечение ведущими университетами софинансирования;
- организация и проведение в марте 2013 года конкурсного отбора ведущих университетов на предоставление государственной поддержки в целях повышения их конкурентоспособности в соответствии с перечнем требований для их отбора;
- разработка с привлечением независимых консультантов "дорожных карт" повышения конкурентоспособности университетов - участников мероприятий, предусматривающих, в том числе привлечение университетами внебюджетных средств для обеспечения увеличения финансирования научной деятельности;
- совершенствование системы управления университетов - участников мероприятий, в том числе привлечение специалистов международного уровня в органы управления университетов;
- утверждение и реализация планов проведения научно-исследовательских работ в соответствии с программой фундаментальных научных исследований в Российской Федерации на долгосрочный период в университетах - участниках мероприятий, а также с учетом приоритетных международных направлений фундаментальных и прикладных исследований [4].

8 мая 2013 года Минобрнауки России, на основании постановления Правительства России от 16 марта 2013 г. № 211 "О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров", объявило открытый конкурсный отбор вузов на право получения государственной субсидии на повышение их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров [5]. На первом этапе данного конкурса в нем приняли участие 54 ведущих университета России, но лишь 36 из них удалось попасть во второй очный тур, преодолев достаточно серьезные требования и пороговые значения конкурсного отбора, которые были ранее утверждены соответствующим приказом Минобрнауки России. Так, например, для участия в

¹ Данная правительственная программа повышения конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров получила сокращенное название Программа «5/100».

этом конкурсе допускались только те российские вузы, которые по состоянию на 1 апреля 2013 года либо входили в один из перечисленных международных глобальных общих рейтингов университетов (ARWU - академический рейтинг университетов мира (Academic Ranking of World Universities) - до 500-й позиции включительно; THE - рейтинг университетов мира Таймс (The Times Higher Education World University Rankings) - до 400-й позиции включительно; QS - всемирный рейтинг университетов (QS World University Rankings) - до позиции "601+" включительно), либо удовлетворяли совокупности из семи показателей (один из которых, например, предусматривал, что объем внутренних затрат на научные исследования и разработки в расчете на одного научно-педагогического работника вуза, включая работающих на условиях штатного совместительства (внешних совместителей), в 2013 году должен составлять не менее 220 тыс. рублей) [6].

5-6 июля 2013 года на заседании Совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов России среди ведущих мировых научно образовательных центров (далее, Совет¹) ректоры 36 ведущих российских университетов представили программы ("дорожные карты") повышения конкурентоспособности своих вузов среди ведущих мировых научно-образовательных центров. По результатам анализа программ повышения конкурентоспособности этих университетов Совет признал победителями данного открытого конкурса 15 российских вузов,² в число победителей вошли 3 федеральных университета, 13 национальных ис-

¹ Состав данного Совета утвержден распоряжением Правительства России от 06 апреля 2013 года № 529-р «Об утверждении состава совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации среди ведущих мировых научно-образовательных центров» [7],

² Список вузов-победителей: 1. Дальневосточный федеральный университет. 2. Казанский (Приволжский) федеральный университет. 3. Национальный исследовательский университет «Московский физико-технический институт (государственный университет)». 4. Национальный исследовательский технический университет «МИСиС». 5. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». 6. Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ». 7. Национальный исследовательский университет «Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского». 8. Новосибирский национальный исследовательский государственный университет. 9. Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С.П. Королева (национальный исследовательский университет). 10. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет. 11. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина). 12. Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики. 13. Национальный исследовательский Томский государственный университет. 14. Национальный исследовательский Томский политехнический университет. 15. Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина.

следовательских университетов и 1 вуз, реализующий специальную программу стратегического развития («ЛЭТИ»). Общий объем бюджетных ассигнований из федерального бюджета на реализацию данного проекта по повышению конкурентоспособности ведущих университетов России утвержден Правительством РФ на период с 2013 по 2016 годы в размере 57,1 млрд. рублей, при этом: 9 млрд. рублей в 2013 году, 10,5 млрд. рублей в 2014 году, 12 млрд. рублей в 2015 году, 12,5 млрд. рублей в 2016 году, 13,1 млрд. рублей в 2017 году [8]. Уместно отметить три существенных момента, которые касаются особенностей государственной финансовой поддержки вузов-победителей проекта «5/100»: во-первых, финансирование программ повышения конкурентоспособности МГУ им. М.В.Ломоносова и СПбГУ будет осуществляться государством вне рамок данного конкурса, а в рамках программ развития этих университетов с учетом внесения в них изменений; во-вторых, реальное финансирование проекта «5/100» в рамках государственной программы «Развитие образования» на 2013-2020 годы¹ фактически сократилось почти в два раза по сравнению с изначально запланированным объемом [9]; в-третьих, впервые с 2006 года, т.е. с момента реализации в российской высшей школе проектов поддержки программ развития ведущих университетов (ПНП «Образование» и др.) основное внимание уделяется не развитию материально-технической и лабораторной базы, а развитию кадрового потенциала вузов [10]. Так, например, из 15356 млн. рублей, которые предусмотрены в смете расходов на реализацию программы повышения конкурентоспособности («дорожной карты») Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (далее, НИУ ВШЭ) на 2013-2020 годы 8330 млн. рублей предполагается использовать на реализацию стратегической инициативы «Кадры исследовательского университета» (т.е. 55% от всех средств программы «5/100» НИУ ВШЭ), а 4247 млн. рублей - на реализацию стратегической инициативы «Международная конкурентоспособность научных исследований и разработок» (т.е. еще 28% от всех средств этой программы). Это позволит НИУ ВШЭ к 2020 году иметь в своем академическом штате не менее 60% ученых, включенных в глобальные академические сети, около 20% – выдающихся практиков-лидеров российского профессионального рынка и около 20% – преподавателей, занимающихся в основном только преподавательской деятельностью. Кроме того, НИУ ВШЭ планирует к 2020 году осуществлять прием на работу в университет через процедуры международного рекрутинга, причем не менее 25% научно-педагогических работников будут иметь показатели публикационной активности и контракты на уровне ведущих мировых университетов [11].

¹ Государственная программа РФ «Развитие образования» на 2013 – 2020 годы утверждена распоряжением Правительства РФ от 15 мая 2013 г. № 792-р.

Российские вузы в мировых рейтингах университетов: факторы и проблемы. Министр образования и науки России Дмитрий Ливанов выступая с докладом «О ходе реализации мер государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров» 21 августа 2013 года на заседании Правительства РФ высказал следующей тезис: «Мы исходим из того, что ведущий университет мирового уровня – это такой же признак великой страны, как любые другие достижения, связанные, например, с запуском человека в космос. Это показатель ее конкурентоспособности, точка, где производится новое знание и формируется интеллектуальная элита страны» [12]. Если исходить из такого подхода к определению показателя конкурентоспособности России в глобальном научном и образовательном пространстве, то следует признать, что наша страна играет достаточно скромную роль в процессе создания глобальной экономики знаний XXI века. Действительно, в настоящее время позиции российских университетов в авторитетных мировых рейтингах выглядят следующим образом: в Топ 500 Шанхайского рейтинга лучших университетов мира (ARWU) входят только два российских университета (МГУ им. М.В.Ломоносова занимает 84 место, а СПбГУ – места с 301 по 400), в тоже время в этом рейтинге присутствуют, например, 37 университетов из Германии, 11 – из Швеции и 5 - из Финляндии [13]; в Топ 400 международного рейтинга университетов Times Higher Education World University Rankings (THE) в 2014-2015 году попали только два российских университета (МГУ им. М.В.Ломоносова занимает 196 место, а НГУ места с 301 по 350) [14], в Топ 863 всемирного рейтинга университетов QS World University Rankings 2014/15 (QS) вошли 21 университет из России (МГУ им. М.В.Ломоносова занимает 114 место, СПбГУ – 233 место, МГТУ им. Н.Э.Баумана – 322 место, НГУ – 328 место, МГИМО – 399 место, МФТИ - места с 411 по 420, РУДН – места с 471 по 480, СПбГПУ – места с 481 по 490, МИФИ – 481 по 490 место, ТГУ – места с 491 по 500, НИУ ВШЭ – места 501 по 550, ТГПУ – места с 501 по 550, Казанский (Приволжский) федеральный университет – места с 551 по 600, УФУ им. первого Президента России Б.Н.Ельцина – места с 551 по 600, Саратовский национальный исследовательский университет имени Н.Г.Чернышевского – места с 601-650, ЮФУ – места с 601-650, а также места 700+ занимают Дальневосточный федеральный университет, Нижегородский госуниверситет им. Н.И.Лобачевского (НИГУ), НИУ МИСиС, Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова, Воронежский госуниверситет. Причем по сравнению с прошлым годом в этом рейтинге QS 12 российских университетов улучшили свои позиции, 6 – остались на своих местах и 3 университета ухудшили свои позиции [15]. Уместно заметить, что Китай

представлен в Топ 200 рейтинга QS семью университетами, а в Топ 500 рейтинга ARWU – 44 университетами. При этом настораживает динамика присутствия ведущих российских университетов в мировых рейтингах, так, например с момента создания в 2003 году Шанхайского рейтинга лучших университетов мира (ARWU) и до настоящего времени только два российских университета входят в Топ 500 этого рейтинга, а за этот же период число китайских университетов, которые входят в Топ 500, увеличилось более, чем в 3 раза: с 14 университетов в 2003 году до 44 в 2014 году [13].

Приведенный выше анализ мировых рейтингов и выводы ряда известных специалистов показывают, что правительственная программа повышения глобальной конкурентоспособности ведущих российских университетов «5/100» на период с 2013 по 2020 годы представляется не только амбициозной, но еще и трудновыполнимой и мало реалистичной, несмотря на дополнительное государственное целевое финансирование, которое получили ведущие российские университеты-победители конкурса «5/100» [16, 17, 18, 19]. В настоящее время на развитии российской высшей школы достаточно остро сказывается не только нехватка государственных ресурсов, но и острейший дефицит профессиональных управленческих решений, принимаемых на государственном уровне и направленных на достижение стратегических целей модернизации российской системы высшего образования [20]. Член Совета по повышению конкурентоспособности ведущих российских университетов, директор Центра исследований международного высшего образования Бостонского колледжа (США) профессор Филипп Альтбахом, говоря о стратегиях формирования университетов мирового класса в разных странах, справедливо заметил, что «все хотят его иметь, но никто не знает, что это такое и как это получить» [1]. В этой связи, нам представляется уместным вспомнить восточную мудрость, которую известный профессор экономического факультета СПбГУ Л.С.Бляхман любит повторять в подобных ситуациях: "Сколько ни кричи "Халва, халва", во рту слаще не станет» [21].

С начала реформ в российской высшей школе сформирован особый кластер системообразующих университетов (2 ведущих университета – МГУ им. М.В.Ломоносова и СПбГУ, 9 федеральных университетов и 29 национальных исследовательских университетов), которые получили специальный статус, значительную государственную финансовую поддержку, и их стратегические программы развития утверждены правительством страны [22], а также были разработаны несколько подходов и моделей, которые имели своей целью повышение конкурентоспособности российских вузов на мировом рынке образовательных услуг [23; 24; 25; 26; 27; 28; 29; 30]. Однако на сегодняшний день все институциональ-

ные изменения, произошедшие в российской высшей школе, пока так и не смогли обеспечить ведущим российским университетам глобальное признание и высокие места в авторитетных международных рейтингах. Это позволяет, как нам представляется, сделать вывод, что пока оптимального решения задачи повышения глобальной конкурентоспособности ведущих российских университетов так и не найдено. В этих условиях для каждого российского вуза особую важность приобретает вопрос о методах повышения своей конкурентоспособности, выборе модели развития и поиске механизмов построения университетов мирового класса. Д.Салми показал, что ключевыми факторами, которые определяют условия формирования университета мирового класса являются: концентрация талантов (профессора, ученые, студенты, интернационализация), благоприятная система управления (поддерживающая нормативно-правовая база, академическая свобода, команда руководителей, стратегическое видение, культура академического мастерства) и обильное финансирование (государственные источники финансирования, эндаумент, плата за обучение, гранты) [31]. При этом системы управления в университетах мирового класса характеризуются такими существенными компонентами, как возможность привлекать лучших преподавателей, исследователей и студентов; создание условий для проведения прорывных научных исследований; наличие высококачественных условий и эффективной инфраструктуры; создание творческой атмосферы и эффективной профессиональной среды; наличие первоклассной команды менеджеров, обладающих стратегическим видением и планами их реализации; реализация совместного управления (shared governance), предполагающего участие преподавателей и исследователей в принятии стратегически важных решений.

В докладе проведен анализ некоторых стратегий и методов формирования университетов мирового класса в США и России на примере Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, Санкт-Петербургского государственного университета и Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в контексте трехфакторной модели Дж. Салми, Указа Президента России В.В.Путина от 7 мая 2012 г. № 599, доклада ректора СПбГУ Н.М.Кропачева на заседании Ученого совета университета 24 декабря 2012 г. «Путь в конкуренцию. О задачах Программы развития СПбГУ» [32] и доклада ректора НИУ ВШЭ Я.И.Кузьмина 25 октября 2013 года на заседании Совета по повышению конкурентоспособности ведущих российских университетов среди ведущих мировых научно-образовательных центров [33].

Заключение. Существенным направлением обеспечения конкурентоспособности ведущих российских университетов на современном этапе является эффективная интеграция с академическими институтами РАН; превращение университетов в авторитетные международные научно-

образовательные центры, а также создание в университетах благоприятной системы управления, которая способствует формированию на его уровне созвездия талантов – профессоров, исследователей, обучающихся и управленцев. Анализ обеспечения конкурентоспособности ведущих университетов США и России показал, что во всех программах повышения конкурентоспособности ведущих российских вузов - победителей конкурса, крайне мало уделено внимания таким ключевым факторам, как интеграция университетов с академическими институтами РАН и формирование благоприятной системы управления, что представляет собой серьезную как теоретическую, так и практическую проблему для российской системы высшего образования, без решения которой невозможно построение в России университетов мирового класса и выполнение задач, сформулированных в Указе Президента России от 07.05.2012 № 599.

Литература

1. Дорога к академическому совершенству: Становление исследовательских университетов / под. Ред. Дж. Альтбаха, Д. Салми; пер. с англ. – М.: Издательство «Весь Мир», 2012 – 381.
2. Розовски Г. Исследовательские университеты: американская исключительность? //Вопросы образования. 2014. № 2, С. 8 – 19.
3. Указ Президента России от 7 мая 2012 г. N 599 "О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки" (<http://минобрнауки.рф/документы/2257> дата обращения 19.10.2014).
4. Распоряжение Правительства РФ от 29.10.2012 N 2006-р «Об утверждении плана мероприятий по развитию и повышению конкурентоспособности ведущих университетов России среди мировых научно-образовательных центров». (ред. от 28.12.2012) (<http://минобрнауки.рф/документы/2945> дата обращения 19.10.2014)
5. Постановление Правительства РФ от 16.03.2013 N 211 "О мерах государственной поддержки ведущих университетов Российской Федерации в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров". (ред. от 30.12.2013) (www.consultant.ru дата обращения 30.11.2014).
6. Приказ Минобрнауки России от 22.04.2013 N 296 "О перечне требований к отбору вузов для получения ими государственной поддержки в целях повышения их конкурентоспособности среди ведущих мировых научно-образовательных центров" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2013) (<http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=146653> дата обращения 19.10.2014)
7. Распоряжение Правительства РФ от 06.04.2013 N 529-р «Об утверждении состава совета по повышению конкурентоспособности

- ведущих университетов Российской Федерации среди ведущих мировых научно-образовательных центров».
(<http://минобрнауки.рф/документы/3284> дата обращения 19.10.2014).
8. <http://минобрнауки.рф/новости/3503> (дата обращения 13.10.2014 г.)
 9. <http://www.hse.ru/news/avant/111764634.html> (дата обращения 13.10.2014)
 10. <http://минобрнауки.рф/пресс-центр/3569> (дата обращения 13.10.2014)
 11. План мероприятий по реализации программы повышения конкурентоспособности («дорожная карта) Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» 2013-2020 гг. (http://strategy.hse.ru/Concurent_2013 , дата обращения 19.10.2014)
 12. <http://минобрнауки.рф/пресс-центр/3569> (дата обращения 13.10.2014)
 13. <http://www.shanghairanking.com/ARWU2014.html> (дата обращение 14.09.2014).
 14. <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2014-15/world-ranking> (дата обращения 07.10.2014)
 15. <http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2014> (дата обращение 17.09.2014).
 16. Simon Marginson (University of Melbourne, Australia) Global convergence and pluralization in higher education and science (<http://educonf.hse.ru/2013/materials> , дата обращения 19.10.2014)
 17. Юдкевич М.М. Российская академическая профессия и построение университетов мирового класса. (<http://www.strana-oz.ru/2013/4/rossiyskaya-akademicheskaya-professiya-i-postroenie-peredovyh-universitetov> , дата обращения 19.10.2014)
 18. Дежина И.Г. Создание университетов мирового уровня в России: опять особый путь? (<http://trv-science.ru/2013/01/29/sozдание-universitetov-mirovogo-urovnya-v-rossii-opyat-osobyjj-put/#more-23586> , дата обращения 19.10.2014)
 19. Халин В.Г. Системы вознаграждения и академических контрактов профессоров Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе и Санкт-Петербургского государственного университета // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 5: Экономика. 2013. Вып. 3. С. 95 - 109.
 20. Бойко И.П., Халин В.Г. О реализации программно-целевого подхода к финансированию высшей школы России //Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 5: Экономика. 2008. Вып. 1. С.3-12.
 21. Бляхман Л.С. Инновационная система как социальный институт постиндустриальной информационной экономики// Проблемы современной экономики. 2005. №3-4. С. 96-108.

22. Халин В.Г. Финансовое обеспечение государственных образовательных услуг в российской высшей школе в условиях инновационной экономики. // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Сер. 5: Экономика. 2012. Вып. 4. С. 94-114.
23. Беляков С.А., Беляков Н.С., Клячко Т.Л. Анализ и оценка экономической устойчивости вузов. М. МАКС Пресс, 2008, серия «Управление. Финансы. Образование». 193 с.
24. Контракты в академическом мире / сост. и науч. ред. М.М.Юдкевич: Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. Дом ВШЭ, 2011. 392 с.
25. Как платят профессорам? Глобальные сравнения систем вознаграждения и контрактов / под ред. Ф. Альтбаха, Л. Райсберг, М.Юдкевич, Г. Андруцака, И.Пачеко, НИУ-ВШЭ, – М. 2012, 439 с.
26. Халин В.Г. Модернизация национальной системы высшего образования в контексте выбора управленческих решений. Научное издание. - СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2008. 264 с.
27. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью вуза. // Высшее образование в России. 2006. № 9. С. 37-38.
28. Грудзинский А.О., Бедный А.Б. Концепция конкурентоспособного университета: модель тетраэдра. // Высшее образование в России. 2012. № 12. С. 29-36.
29. Кубышкин А.И. Российский и Американский университеты: опыт взаимопонимания и институт взаимозучения //Americana. Вып.8. Россия и США: опыт политического, экономического и культурного взаимодействия: материалы науч.-практ. конф., посвящ. 10-летию создания Центра американских исследований Волг.ГУ «Американа», г. Волгоград, 21-23 апр. 2006 г. - Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2006. – 484 с. (С.6-13).
30. Будущее высшего образования и академической профессии: страны БРИК и США /под ред. Ф.Альтбаха, Г.Андруцака, Я.Кузьминова, М.Юдкевич, Л.Райсберг; НИУ ВШЭ - М.: Изд. дом ВШЭ, 2013. – 217 с.
31. Создание университетов мирового класса/ Д.Салми, – М.: Изд-во «Весь Мир», 2009 – 132 с.
32. Доклад ректора СПбГУ на заседании Ученого совета университета 24 декабря 2012 г. «Путь в конкуренцию. О задачах Программы развития СПбГУ», <http://spbu.ru/news-spsu/18034-itogi-zasedaniya-uchenogo-soveta-spbgu-24-dekabrya-2012g> дата обращения 10.11.2014).
33. ROADMAP TO WORLD-CLASS UNIVERSITY, Yaroslav Kouzminov, Rector October 25.2013 (URL:<http://минобрнауки.рф/новости/3726> (дата обращения 24.10.2014).

СЕКЦИЯ №4
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ В
СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И ДРУГИЕ АКТУАЛЬНЫЕ
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

УДК 330.111.4.001, 338.24.01, 330.131.5

Васецкая Наталья Олеговна
Vasetskaya N.O.

к.ф.-м.н.,
nat.vasetskaya@narod.ru,

Федотов Александр Васильевич
Fedotov A.V.

д.э.н., профессор

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАУЧНЫХ
ИССЛЕДОВАНИЙ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ
ТРАНСФОРМАЦИЕЙ НАУЧНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF RESEARCH BASED on
MANAGEMENT of TRANSFORMATION of SCIENTIFIC RESULTS

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический
университет Петра Великого

Аннотация: Предлагается новый механизм управления научными исследованиями, основанный на их классификации по критерию применимости полученных результатов и обеспечивающий массовое внедрение конечных результатов научных исследований в экономическую и социальную сферы страны. Проводится оценка эффективности научных исследований в России с учетом всех стадий жизненного цикла в соответствии с предложенным механизмом. Рассматривается совершенствование механизмов формирования тематики научных исследований и структуризации научных организаций по содержанию и результатам проводимых исследований.

Abstract: The new apparatus for scientific research management is proposed. It based on research classification according application criteria for research results and provide wide application of final scientific research results

into economy and social areas of the country. The efficiency of scientific research in Russia is evaluated according with all stages of lifecycles and proposed apparatus. The apparatus enhancement for scientific research topics creation and structure optimization of research institutes according contents and research results are described.

Ключевые слова: классификация научных исследований, фундаментальные, прикладные и поисковые научные исследования, НИОКТР, жизненный цикл, внедрение, экономика

Keywords: scientific research classification, fundamental, applied and quest scientific research, NIOKTR, lifecycle, implementation, economy

Сложившаяся к настоящему времени в России система управления наукой реализуется в форме различных механизмов целевой поддержки получения научных результатов по каждому типу научных исследований (федеральные целевые программы, гранты, субсидии на приобретение уникального и дорогостоящего оборудования, субсидии на привлечение ведущих ученых с целью поднятия уровня научных исследований по отдельным направлениям и т. п.). Однако наличие результата по какому-либо виду научных исследований (например, в форме патентов, научных публикаций) не только не является гарантией широкомасштабного использования этого результата в экономике и социальной сфере, но и не всегда стимулируется и поддерживается системой управления наукой.

Введем понятие «конечного» результата научной деятельности, под которым будем понимать широкомасштабное использование в экономике результатов научных исследований, доведенных до конкретных технологий и/или изделий (продуктов). Учитывая нарастающее за последний 15–20 лет отставание российской экономики в большинстве научно-технических и технологических сфер, фиксируемое абсолютным большинством экспертов на основе различных критериев и показателей [1-5], можно предположить, что созданные в стране система и механизмы управления наукой не обеспечивают получение указанного «конечного» результата и не ориентированы на него. Причина здесь в том, что, хотя сложившиеся система и механизмы управления наукой ставят перед исследованиями разных видов — фундаментальными, поисковыми, прикладными — цель получения конкретных результатов и отслеживают ее достижение, однако нет единого механизма управления последовательным преобразованием результатов фундаментальных исследований в результаты поисковых исследований, а результатов поисковых исследований — соответственно в результаты прикладных исследований и затем результатов прикладных исследований — в результаты НИОКТР и, наконец, управления широкомасштабным внедрением в экономику результатов НИОКТР.

Фактически имеет место «разорванность» системы управления использованием результатов научных исследований, вследствие чего результат каждого вида научных исследований рассматривается как конечный (например, для фундаментальных исследований — число публикаций, для прикладных научных исследований — число патентов, для НИОКР — число переданных в промышленность рабочих чертежей новых изделий и т. п.). То есть каждый вид научных исследований по-своему результативен, но при этом нет механизмов управления последовательной трансформацией полученного в каждом виде научных исследований результата в следующий, когда использование результата фундаментальной науки в поисковых исследованиях дает результат, развиваемый далее в прикладных исследованиях, являющихся основой для НИОКР, результаты которых затем находят широкое применение в экономике.

Отсутствие «сквозного» механизма управления по конечному для экономики результату приводит к тому, что по каждому виду научных исследований (фундаментальные, поисковые, прикладные и т. д.) результаты есть, а масштабные изменения в массовых технологиях, определяющих ускорение экономического развития страны, отсутствуют.

Для ускорения широкомасштабного использования результатов научных исследований управление наукой целесообразно основывать на логике преобразования результатов научных исследований в «конечный» результат, означающий его широкомасштабное использование в экономике. Соответственно, механизмы управления наукой должны быть направлены на получение конечного (в смысле широкомасштабного внедрения) результата научных исследований. Именно такой подход позволит ускорить коммерциализацию результатов научных исследований в интересах ускорения экономического развития страны.

Логично последовательного преобразования результатов научных исследований разного вида в конечный (назовем его приносящим выгоду) результат можно представить следующим образом.

Цель управления научными исследованиями (НИ) со стороны государства — ускорение процесса коммерциализации результатов НИ [6,7]. Это требует определять применимость результатов НИ на каждом этапе получения результатов НИ и оценивать возможности их последующего широкого распространения и использования для получения выгод, определяя и создавая условия, которые обеспечат это использование. Для решения этих задач целесообразно все научные исследования классифицировать по применимости их результатов для получения выгод и по степени доведения результата до широкомасштабного практического (коммерческого или социального) использования.

Очевидно, что результаты поисковых работ, к которым относятся все фундаментальные, могут быть разные. Для части результатов сегодня

в контексте получения выгоды невозможно определить, когда, как, при каких условиях и для чего их можно использовать. Для другой части результатов можно определить, что их вскоре можно будет использовать, создав для этого необходимые условия и, при необходимости, выполнив ряд дополнительных работ (исследований поискового и прикладного характера) в достаточно короткий промежуток времени.

Следовательно, для первой группы результатов нужно ждать, когда появится возможность (результаты других НИ, новые материалы, оборудование, технологии, иные условия, спрос и т. п.) их использования, для второй — уже сразу после их получения (а иногда и в процессе) можно видеть, что и как нужно сделать, чтобы их использовать. Такой подход позволяет классифицировать НИ по критерию применимости (степени готовности к широкомасштабному применению в целях получения выгоды) их результатов (рис. 1) и более строго разграничить все НИ по этапам от получения нового абстрактного знания до доведения этого знания до конкретного изделия (услуги, технологии), дающего выгоду.



Рис. 1. Классификация научных исследований по критерию применимости их результатов

На рис. 1 приняты следующие обозначения:

- **Ф1** — экспериментальная и теоретическая деятельность, направленная на получение новых знаний об основных закономерностях природы и общества, при осуществлении которой невозможно определить время и форму применения результатов этой деятельности для по-

лучения экономических или социальных выгод, — иными словами, это фундаментальные научные исследования (ФИ) с неопределенным временем получения экономических или социальных выгод от их результатов и без непосредственной направленности на применение результатов для решения практических задач;

- **Ф2** — экспериментальная и теоретическая деятельность, направленная на приобретение новых знаний об основных закономерностях природы и общества для получения экономических или социальных выгод от их результатов в долгосрочной перспективе, при осуществлении которой возможно определить время и форму применения результатов этой деятельности для получения экономических или социальных выгод и условия, при которых результат такой деятельности может быть реализован для получения экономических или социальных выгод;

- **поисковые научные исследования** — поисковые прикладные НИ — это исследования по определению времени внедрения результатов **Ф2** и возможности (условий) передачи этих результатов на стадию **НИ-ОКТР** либо исследование вариантов (сравнение разных результатов **Ф2**, которые можно применить для одной и той же цели) для обоснования выбора решения, необходимых доработок для последующей передачи отобранного решения на стадию **НИОКТР** и по определению (обоснованию) возможности такой передачи;

- **НИОКТР** — прикладные НИ, имеющие целью получить конкретное решение с выходом на опытно-конструкторско-технологические работы (ОКТР) и выпуском экспериментального образца (установочной партии, прототипа, опытной технологии и т. п.), возможно, с его испытанием и последующей доработкой по результатам испытаний.

Необходимо отметить, что предлагаемая классификация НИ по критерию применимости их результатов однозначно определяет место поисковых исследований как исследований, цель которых — собственно анализ результатов Ф2 и разработка этого самого «что и как нужно сделать, чтобы использовать те результаты научных исследований, которые можно достаточно быстро использовать». Принципиально важно, что результатом поисковых исследований может быть не только передача работ в стадию НИОКТР, но и постановка задач на проведение дополнительных фундаментальных и поисковых исследований, без результатов которых невозможно завершить данную поисковую работу в смысле получения результата, передаваемого на стадию НИОКТР для последующего широкомасштабного использования в экономике. Иными словами, это определение тематики дополнительных исследований для той группы фундаментальных (Ф2) и поисковых прикладных исследований, по результатам которых будут созданы необходимые условия для завершения прикладной работы и перехода на стадию НИОКТР.

Отличительная особенность предлагаемой классификации НИ по сравнению с общепринятой сейчас [8, 9] заключается в том, что предлагаемая классификация относит к категории научных исследований также и НИОКТР, так как содержание этих работ всегда включает в себя исследовательскую часть (если не говорить о технической части по изготовлению чертежей и конкретных изделий по ним). Это позволит включить в единую систему управления получением конечного результата НИ «выпавший» в настоящее время из процесса получения и доведения до широкомасштабного использования этап НИОКТР (основная причина неэффективного использования результатов НИ, по мнению большинства экспертов, это их неиспользование для последующей проработки на этапе НИОКТР и передачи результатов НИОКТР для широкомасштабного внедрения в экономике [10, 11]).

Предлагаемая классификация отражает движение (преобразование, трансформацию) результатов НИ от теоретической идеи до конкретного изделия и может использоваться как основа механизма управления наукой, так как для повышения эффективности научных исследований по критерию ускорения использования их результатов не важно, какие это исследования, а важно, как используется их результат и когда, пройдя слева направо по всем четырем позициям нижнего ряда классификации, этот результат даст наконец выгоду. Тогда кратко логику предлагаемой классификации можно описать следующим образом:

- результат Ф1 — знания, которые не имеют прямой практической значимости (не дают выгод) или для которых нельзя сказать, когда и как эти результаты можно использовать для получения выгод;
- результат Ф2 — знания, для которых можно определить, когда и как их можно использовать для получения выгод и что нужно (в смысле научных исследований) для того, чтобы их использовать. Очевидно, что результаты Ф2 могут быть следствием как «самостоятельных» исследований Ф2, так и использования результатов Ф1 через какое-то время после их получения;
- результат поисковых научных исследований — по итогам исследования/использования результатов (результата) Ф2 можно определить, как и когда конкретный результат будет использоваться, что нужно доделать, чтобы этот результат был доведен до НИОКТР (возможно, включая и эту доделку), либо на основании сравнения нескольких результатов Ф2 обоснованно выбрать один из них для передачи в НИОКТР. Именно для этого этапа, являющегося связующим звеном между ФИ (прежде всего Ф2) и НИОКТР, на сегодня наиболее слабо разработан механизм управления и государственной поддержки;
- результат НИОКТР — опытный образец, технология, пробная партия и т. п.

Еще одна возможность повышения эффективности научных исследований на основе предложенной выше классификации — **совершенствование механизмов формирования тематики научных исследований**. Схематично сложившийся сейчас механизм формирования тематики научных исследований основан на отборе тем по критериям актуальности и результативности исследования, определяемого в рамках каждого вида работ (например, результатами для фундаментальных и поисковых научных исследований являются опубликованные работы, результатами прикладных исследований — патенты и зарегистрированные промышленные образцы и т. п.).

Представляется, что такой подход целесообразно использовать лишь для работ, срок получения выгод от использования результатов которых является неопределенным (обозначены на рис. 1 как Ф1) или достаточно большим, например, более 15 лет (обозначены на рис. 1 как Ф2). Но этот подход должен быть дополнен механизмом, обеспечивающим формирование части тематики работ Ф2 на основе результатов поисковых научных исследований следующим образом.

Тематика поисковых научных исследований основывается на результатах работ Ф2 и имеет целью определение времени внедрения результатов Ф2 и возможностей (условий) передачи этих результатов на стадию НИОКТР либо сравнительное исследование разных результатов Ф2, которые можно применить для одной и той же цели, для обоснования выбора решения, необходимых доработок для последующей передачи отобранного решения на стадию НИОКТР и определения (обоснования) возможности такой передачи.

При этом одним из результатов поисковых научных исследований может быть определение тематики фундаментальных научных исследований вида Ф2, которые необходимо провести, чтобы получить дополнительные результаты, без которых результативное выполнение поисковых научных исследований, а в дальнейшем и НИОКТР, невозможно. Такой подход позволит ускорить получение научных результатов, обеспечивающих ускорение их широкомасштабного использования в экономике, и сориентировать тематику исследований вида Ф1 на получение конечного результата. Фактически часть результатов прикладных научных исследований в этом случае станет заказом на проведение дополнительных научных исследований вида Ф1, без которых получение этого результата невозможно. Аналогичный механизм может связывать также результаты НИОКТР и тематику прикладных научных исследований.

Такой подход позволит ускорить получение конечного результата — широкомасштабное использование в экономике новых разработок — и структурирует финансирование научных исследований в направлении

поддержки более быстрого получения тех научных результатов, которые могут быть достаточно быстро внедрены в экономику.

Применение классификации научных исследований по применимости их результатов для **структуризации научных организаций по содержанию и результатам научных исследований** позволяет аналогичным образом структурировать научные организации и одновременно обеспечивает объективную основу для формирования и реализации сетевой формы получения научных результатов.

Выводы:

Сложившаяся в настоящее время система классификации научных исследований не стимулирует получение «конечного» (в смысле широкомасштабного внедрения) результата, который представляет собой использование в экономике результатов научных исследований, доведенных до конкретных продуктов (услуг, технологий). Предложенный подход к классификации научных исследований по критерию применимости их результатов обеспечивает непрерывность управления процессом получения научных результатов и их трансформации в «конечный» результат. Анализ классификации научных исследований по критерию применимости их результатов показал, что на сегодняшний момент наиболее слабо разработан механизм управления и государственной поддержки для этапа преобразования результатов Ф2 в исходные данные для НИОКТР, являющегося связующим звеном между фундаментальными исследованиями (прежде всего Ф2) и НИОКТР. Повышение эффективности научных исследований связано в первую очередь с включением в систему управления механизма управления и государственной поддержки данного этапа.

Предложенная классификация также позволяет усовершенствовать механизмы формирования тематики научных исследований в результате взаимосвязи фундаментальных (Ф2) и поисковых прикладных исследований и структурировать финансирование научных исследований в направлении стимулирования получения тех научных результатов, которые могут быть достаточно быстро реализованы в экономике.

Помимо этого, предложенный подход к классификации научных исследований по критерию применимости их результатов создает возможность структурировать организации, занимающиеся научной деятельностью, и обеспечивает основу для формирования сетевой формы получения научных результатов, что приведет к более быстрому и эффективному получению и внедрению в экономику результатов научных исследований.

Список литературы:

1. Байрамова Ж. М. Интеграция образования и науки как движущая сила модернизации экономики России // Известия ПГПУ им. В. Г. Беллинского. Вып. 24. Пенза, 2011. С. 174–180.
2. Дежина И. Сфера исследований и разработок в 2002 году // Российская экономика в 2002 году. Тенденции и перспективы. Вып. 24. Т. 1. М.: ИЭПП, 2003. С. 291–313.
3. Инновационный путь развития для новой России / отв. ред. В. П. Горегляд; Центр социально-экономических проблем федерализма Института экономики РАН. М.: Наука, 2005. 343 с.
4. Макаров В. Л., Варшавский А. Е. Инновационный менеджмент в России: вопросы стратегического управления и научно-технологической безопасности. М.: Наука, 2004. 880 с.
5. Миронов В. Ускоренное отставание [Электронный ресурс]. URL: <http://maxpark.com/user/4294968794/content/1468715> (дата обращения: 23.10.2014).
6. Арзамасцев Н. Механизмы государственного содействия при коммерциализации технологий [Электронный ресурс]. URL: <http://www.techbusiness.ru/tb/page06.htm> (дата обращения: 23.10.2014).
7. Иванова Н. Национальные инновационные системы. М.: Наука, 2002. 244 с.
8. Болдин А. П., Максимов В. А. Основы научных исследований. М.: Академия, 2012. 336 с.
9. Кузнецов В. М. Основы научных исследований. Киров: Зональный НИИСХ Северо-Востока, 2006. 568 с.
10. Принципы создания ведомственной системы управления результатами научной и инновационной деятельности Министерства образования РФ/ Г. Г. Андреев, В. М. Кутузов, В. М. Рыльчиков, С. В. Устелемов // Инновации. 2003. Вып. 1(58). С. 325-330
11. Федотов А. В., Васецкая Н. О. Оценка макроэкономической эффективности научных исследований в России // Университетское управление: практика и анализ. 2013. № 3. С. 61–67.

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

**FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL
BUSINESS IN RUSSIA**

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский университет управления и
экономики

Аннотация: В статье обоснованы предпосылки и возможности развития экологического предпринимательства, проводится анализ инструментов, адаптация которых в российской практике будет способствовать повышению конкурентоспособности предпринимательских структур.

Abstract: In the article the preconditions and opportunities for development of ecological business, the analysis tools, which adapt to the Russian practice will enhance the competitiveness of enterprise structures.

В долгосрочной перспективе роль экологически ориентированных предприятий будет возрастать, чему уже существует ряд подтверждений.

Для России индустриализация и промышленный рост также связываются с решением проблем экологии и поиском новых альтернативных форм ресурсосбережения. Экологизация экономики может быть инструментом для достижения устойчивого развития и повышения качества жизни, экологический тренд создает новые возможности для развития малого предпринимательства.

Концепция «зеленой экономики» является сравнительно новой, как для мирового рынка в целом, так и для российских предприятий, в частности. В большинстве своем для российского предпринимательства всех уровней характерно игнорирование экологической составляющей в системе управления, что проявляется в отсутствии четких экологических критериев и экологической стратегии предприятия.

Развитие экологического предпринимательства в России является приоритетным, что фиксируют нормативно-правовые акты, определяющие перспективные направления государственной политики. В Основах государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденных Президентом

Российской Федерации 30 апреля 2012 года [1], определено, что при реализации задачи обеспечения эффективного участия бизнес-сообщества в решении вопросов, связанных с охраной окружающей среды и обеспечением экологической безопасности, будет использоваться различные механизмы, включая «повышение информационной открытости промышленных предприятий в части их негативного воздействия на окружающую среду и предпринимаемых мер по снижению такого воздействия, а также развитие добровольных механизмов экологической ответственности организаций с участием государства и переход государственных корпораций к обязательной нефинансовой отчетности в области охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности в соответствии с международными стандартами», а также «обеспечение открытости и доступности информации о состоянии окружающей среды и мерах по ее охране, о деятельности органов государственной власти и принимаемых ими решениях».

Восприятие требований экологического менеджмента российскими предпринимателями предполагает достижение, как минимум, двух видов эффектов:

- экологического эффекта предпринимательской деятельности, возникающего при решении задач по снижению экологических рисков и реализации прав граждан на благоприятную окружающую среду, а также по обеспечению экологической безопасности на уровне продукции, процессов, производственных комплексов и территорий;

- экономического эффекта достигнутого экологически рациональной деятельностью путем решения экологических проблем и получения реальной экономической выгоды, например, внедряя ресурсосберегающих технологий и тем самым снижая себестоимость, повышения качества и конкурентоспособности продукции.

Таким образом, развитие экологического предпринимательства связывается с инвестированием в те сферы деятельности, где возникла необходимость изменения характера потребления ресурсов, что вызвано неэффективностью сложившейся технологии или бизнес-модели.

Однако, процесс трансформации традиционного российского предприятия из современного состояния в качественно новое (экологически рациональное) сталкивается со многими проблемами. Формирование экологической стратегии подразумевает осознанное и мотивированное внедрение экологических стандартов и критериев в систему предпринимательской деятельности [2]. Экологическая стратегия предприятия направлена на предупреждение и минимизацию негативных воздействий на окружающую среду, рациональное природопользование, экономию сырьевых и энергетических ресурсов в процессе хозяйственной деятельности, вовлечение отходов в хозяйственный оборот, предупре-

ждение аварийных и чрезвычайных ситуаций, поддержку мер по охране здоровья, сохранению культурно-исторического наследия, биоразнообразия и особо охраняемых природных территорий, сохранению исчезающих биологических видов и др.

Бизнес-модель экологического предприятия предполагает осуществление ряда процессов, направленных на выявление соответствия результатов деятельности экологическим критериям, а именно:

1. оценку воздействия на окружающую среду (включая стратегическую экологическую оценку) при разработке стратегий и планов экономического развития;

2. экологический аудит, позволяющий на раннем этапе выявлять природоохранные нарушения;

3. экологическое страхование, предусматривающее возмещение вреда окружающей среде;

4. сертификацию на соответствие положениям экологических стандартов (международные стандарты серии ИСО 14000, относящиеся к экологическому менеджменту; международный стандарт ИСО 19011, относящийся к аудиту систем менеджмента качества и/или систем экологического менеджмента; национальные стандарты серии «Ресурсосбережение» и серии «Охрана природы»);

5. внедрение концепции технологического нормирования на основе наилучших доступных технологий;

6. применение социальной отчетности, содержащей экологический компонент.

Таким образом, можно сделать вывод, что на современном этапе развития российской экономики происходит корректировка государственной политики и стратегий бизнеса с учетом принципа экологической рациональности.

Нормативно-правовая база для формирования социально-экологической ответственности в России развита слабо. Пилотные проекты по внедрению чистого производства (например, разделения отходов) принесли неощутимые финансовые выгоды и оказались предпринимателям низко рентабельными.

Основными препятствиями эффективности пилотных проектов явились: низкий уровень знаний, мало опыта и как следствие - низкая заинтересованность общества и непосредственных потребителей услуг; недостаточное налоговое и тарифное стимулирование; ограниченная доступность займа финансирование (также из-за низкой информированности банковского сектора); ограниченные механизмы для обмена опытом.

Применение ISO 9000 и ISO 14000 в системе управления российскими предприятиями оказывает положительное влияние на стабиль-

ность бизнеса в контексте устойчивости на основе внедрения экологической политики и вызывает синергетический эффект.

Важным инструментом выступает стимулирование нововведений, касающихся решения основных экологических проблем в отрасли, которые увеличивают затраты или приводят к проблемам несоответствия. Совместные проекты с несколькими компаниями будут сокращать расходы на НИОКР малого и среднего бизнеса и помогут получать технологии и компетенции, необходимые для решения этих проблем. Чтобы сформировать условия для развития экологических инноваций, предприятия должны быть включены в создание цепочки стоимости, что мотивирует их к совместному сотрудничеству с поставщиками технического оборудования или инвесторами.

Литература

1. Основы государственной политики в области экологического развития Российской Федерации на период до 2030 года, утвержденные Президентом Российской Федерации 30 апреля 2012 года. URL: <http://base.garant.ru/70169264/> (дата обращения: 14.09.2014).

2. Сорвина Т. А., Торгунаков Е.А. Влияние социального фактора на эффективность корпоративного управления / Экономика и управление, № 11 (97), 2013.

УДК 2964 334.0

Зябриков Владимир Васильевич

Zyabrikov V.V.

к.э.н., доцент

zyabrikov@mail.ru

ФУНКЦИИ И РОЛИ МЕНЕДЖМЕНТА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ

CORE MANAGEMENT FUNCTIONS AND ROLES FROM THE PERSPECTIVE OF THE CORPORATE LIFECYCLE THEORY

Санкт-Петербург, СПбГУ (экономический факультет)

Аннотация. В докладе проводится PEST-анализ ключевых функций менеджмента (ролей менеджмента по И. Адизесу) в контексте теории жизненного цикла фирмы.

Abstract. This report represents the PEST-analysis of the core management functions (management roles as Dr. I. Adizes describes them) from the perspective of the corporate lifecycle theory.

Хорошо известные роли менеджмента по И. Адизесу: (направляющая Р, административная А, предпринимательская Е и интегрирующая I) [1], которые И. Адизес еще называет «витаминами роста» организации, являются результатом обобщения обширного эмпирического материала. По мере взросления и перехода к стадии расцвета организация должна последовательно освоить все эти роли. Каждая из них согласно схеме И. Адизеса придает фирме эффективность или продуктивность, в краткосрочной или долгосрочной перспективе, а отказ от освоения той или иной роли неминуемо вызывает у организации стресс и откат на предыдущую стадию жизненного цикла.

Однако рекомендации И. Адизеса по выстраиванию последовательности освоения ролей являются по сути казуистическими: на каждой из 10 стадий его схемы жизненного цикла присутствует весь набор из четырех функций, каждая из которых представлена с определенным весом, а потому эти рекомендации трудно использовать на практике. Кроме того, возникает разрыв практики с теорией менеджмента, в рамках которой говорят не о ролях, а о функциях менеджмента: планирование, организация, руководство и контроль. Эти классические функции используются строго в вышеприведенной последовательности, образуя по сути стадии процесса управления, а потому между ними и ролями менеджмента И. Адизеса должна существовать некоторая связь.

Так, в частности, направляющая функция Р описывается И. Адизесом как целеполагание, прояснение потребностей и ожиданий своих клиентов, с помощью которых организация добивается краткосрочной эффективности [2]. На мой взгляд, эти задачи организация должна решать в *детстве*, когда осуществляется выбор наиболее прибыльного направления деятельности, выбор наилучшего проекта, который в дальнейшем планируется масштабировать на стадии юности. Детство – это время пилотных проектов, лучший из которых фактически определит будущее организации. Поэтому не вызывает сомнений, что функция целеполагания Р по И. Адизесу соответствует функции планирования управленческого цикла. Важнейшими факторами конкурентоспособности из набора факторов **PEST** на стадии детства, характеризуемой культурой лидера, является социо-культурные факторы (**S**).

На *стадии юности* административная роль А по И. Адизесу обеспечивает организации краткосрочную продуктивность. Суть этой роли автор поясняет следующим образом: необходимо следить за тем, «чтобы нужные события происходили в нужное время, с нужной интенсивно-

стью и в нужной последовательности»[3]. Несмотря на то, что И. Адизес сопоставляет административную роль с «регламентированием, планированием и организацией» [3], именно организация точнее всего передает содержание административной роли, имеющей решающее значение на стадии юности организации, характеризуемой бюрократической культурой и политическими факторами (**P**).

Последовательно освоив роли целеполагания и администрирования, организация *на стадии зрелости* должна акцентировать свое внимание на предпринимательстве **E**, которое И. Адизес описывает как креативное предвидение будущего и проактивное позиционирование организации с учетом этого видения, определение того, «что надо делать сегодня с учетом того, что мы ожидаем и хотим от завтрашнего дня» [4]. Именно это позволяет обеспечить организации долгосрочную эффективность, как я полагаю, во многом за счет диверсификации бизнеса. Предпринимательство по И. Адизесу соответствует функции руководства (текущего управления) в классическом контуре управления. Успех организации на стадии зрелости, характеризуемой культурой предпринимателя, обеспечивают экономические факторы **E** из набора факторов **PEST**.

Сложнее всего обстоит дело с интегрирующей ролью **I** по И. Адизесу. Автор описывает ее как создание культуры «взаимозависимости и родственности», «ориентацию на людей в их взаимодействии», управление на основе влияния «с помощью информации, которая убеждает людей вести себя желательным образом», связи организации с внешней средой. Эта роль, наконец, обеспечивает организации долгосрочную продуктивность, лежит в основе японского менеджмента и соответствует культуре профессионала.

По схеме И. Адизеса интегрирующая роль **I** должна дополнять предпринимательскую роль **E** на стадии расцвета. Вероятно, это объясняется разрастанием размеров и усложнением структуры организации, когда увеличиваются риски образования оппортунистических подразделений и последующего распада организации. Вполне логично выглядит акцентирование внимания на функции **I** еще на стадии зрелости (а не, скажем, на стадии старости), поскольку организация достигает настоящей зрелости только освоив все управленческие роли. Поэтому И. Адизес выделяет для зрелых организаций две стадии «Окончание юности», когда акцент делается на предпринимательской функции и «Расцвет», когда предпринимательскую функцию дополняет интегрирующая - **EI**. Следует отметить, что интегрирующую роль **I** можно сопоставить с последней оставшейся функцией управленческого цикла – контролем только с изрядной долей условности, поскольку речь идет не о жестком административном контроле, а о внешнем контроле по результатам деятельности без чрезмерного вмешательства.

Вывод: обнаружено взаимное соответствие ролей менеджмента по И. Адизесу и классических функций менеджмента (стадий процесса управления). Соединение управленческого опыта, воплощенного в схеме жизненного цикла И. Адизеса, с элементами теории стратегического менеджмента (PEST – анализом, типологией деловой культуры) [7] систематизирует эмпирический материал, и может быть полезно как теоретикам, так и практикам менеджмента.

Литература.

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации/ Пер. с англ. под науч. ред. А.Г. Сеферяна. – СПб.: Питер, 2008. – 384 с.
2. Там же. С. 180-186.
3. Там же. С. 186.
4. Там же. С. 187.
5. Там же. С. 189.
6. Там же С. 189, 233, 242.
7. Зябрикова А.В., Зябриков В.В. Оптимальная траектория жизненного цикла фирмы. Проблемы современной экономики: Евразийский межрегиональный аналитический журнал, Гл. ред. Н. Ф. Газизуллин. N 4, 2014. С.123-126.

УДК 33:303.7

Калугина Татьяна Игоревна

Kalugina T.I.

veritas91@mail.ru,

Латушкина Надежда Михайловна

Latushkina N.M.

к.э.н., доцент,

lnm5252@mail.ru

АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА ЗАКУПОК: ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

SOURCING BUSINESS ACTIVITY ANALYSIS: WAYS FOR IMPROVEMENT

Тюмень, Тюменский государственный университет

Аннотация: статья раскрывает основные принципы и показатели анализа деловой активности процесса закупок для целей управления. При этом в статье обосновывается необходимость рассматривать деловую ак-

тивность в качестве внутренней характеристики предприятия и части управленческого анализа.

Abstract: the article discloses major principles and main sourcing business activity indices used for management needs. Moreover, the article proves the necessity of considering business activity as one of an enterprise internal characteristics and a part of a managerial analysis.

Ключевые слова: деловая активность, анализ деловой активности, процесс закупок.

Key words: business activity, business activity analysis, sourcing process

Деловая активность, наряду с инновационной активностью предприятия, является одной из ключевых характеристик его функционирования. Само понятие «деловая активность» предполагает, что она может проявляться исключительно во взаимодействии с контрагентами компании. Взаимодействие компании с контрагентами происходит, главным образом, в рамках двух процессов: закупки и продажи. Соответственно, можно выделить два вида деловой активности в зависимости от отдела предприятия, в котором она формируется: 1) сорсинговая (от англ. sourcing [1] - одна из функций организации снабжения, включающая поиск поставщиков и ведение партнерских отношений с ними); 2) маркетинговая, включает поиск и поддержание партнёрских отношений с покупателями и заказчиками.

Анализ деловой активности служит, главным образом, внутренним, управленческим целям фирмы, и должен быть направлен на выявление возможных резервов её увеличения. Одни лишь показатели оборачиваемости [3] не могут предоставить достоверную информацию о деловой активности предприятия и его сегментов. В условиях непрерывно ускоряющегося научно-технического прогресса необходимо, чтобы показатели деловой активности контролировались и отслеживались, своевременно устранялись недостатки, «слабые места» в работе предприятия.

Анализ целесообразно проводить в разрезе видов деловой активности. В данной статье описывается анализ деловой активности процесса закупок как первичного процесса в рамках работы предприятия.

Анализ деловой активности процесса закупок на предприятии следует проводить с использованием четырёх базовых групп показателей: абсолютные показатели работы с поставщиками, абсолютные показатели обработки заказов и обеспечения потребностей предприятия, средние значения показателей обработки заказов и обеспечения потребностей предприятия и коэффициенты регулярности. Необходимо учесть, что внутри перечисленных групп показателей присутствуют и прямые (увеличение показателя означает рост деловой активности сотрудника), и обратные

(увеличение показателя означает снижение деловой активности) коэффициенты.

Абсолютные показатели работы с поставщиками – это те количественные показатели, которые дают первичную информацию о работе сотрудника и отдела. Измеряемые в единицах (штуках), они показывают, сколько труда прикладывает специалист в процессе переговоров и поддержания деловых отношений с партнёрами предприятия. Чем больше число контрактов (контрагентов) ведёт специалист закупок, тем выше уровень его деловой активности, и тем большую выгоду он приносит компании. К этой группе показателей относится количество закреплённых за специалистом поставщиков, в том числе количество новых и выбывших поставщиков, количество вновь заключённых контрактов, количество пересмотренных контрактов, заключённых дополнительных соглашений.

Абсолютные показатели обработки заказов и обеспечения потребностей предприятия являются второй условной группой показателей деловой активности процесса закупок и отражают эффективность работы отдела и сотрудника за период. В эту группу включены: сумма затрат, произведённых специалистом, количество закупленных позиций и сумма экономии, достигнутой специалистом (все показатели рассчитываются за период времени). При этом наибольший интерес для руководителя представляет сумма сэкономленных денежных средств.

Сумма экономии денежных средств рассчитывается по формуле (1).

$$\mathcal{E} = C_0 - C_1, \quad (1)$$

где \mathcal{E} – сумма экономии, достигнутой специалистом, C_0 – стоимость продукции, заявленная поставщиком в первоначальном коммерческом предложении, C_1 – итоговая стоимость закупленной продукции с учётом скидок.

Третья группа показателей деловой активности процесса закупок – это средние значения показателей обработки заказов и обеспечения потребностей предприятия. Они находятся путём деления соответствующего абсолютного показателя из предыдущей группы на число месяцев (в некоторых случаях – дней) исследуемого периода. Кроме индексов средней суммы затрат, произведённых специалистом, среднего количества позиций, закупленных специалистом, и средней суммы экономии, достигнутой специалистом, в третью группу показателей входит средний срок обработки заказа, который рассчитывается с помощью формулы (2).

$$COZ_{cp} = COZ_{общ} / q_3, \quad (2)$$

где COZ_{cp} – средний срок обработки заказа, $COZ_{общ}$ – общее время обработки заказов (в днях), q_3 – количество заказов за анализируемый период.

Данный показатель крайне важен в процессе анализа, ведь он показывает скорость выполнения заказа специалистом и оказывает непосредственное воздействие на деловую активность закупок.

Последняя группа показателей – это коэффициенты регулярности. Они измеряются в процентах и показывают долю регулярных закупок во всём их объёме. Эти показатели являются обратными по отношению к деловой активности по причине того, что чем выше коэффициент, тем меньше усилий тратит специалист на выполнение заказа, и тем самым, его активность может быть перенаправлена в другое поле деятельности. В четвёртую группу показателей входят индекс регулярно закупаемых позиций и индекс регулярных затрат. Способ расчёта коэффициентов представлен в формулах (3) и (4).

$$I_{rp} = q_{rp} / q_{п.общ}, \quad (3)$$

$$I_{pz} = C_{rp} / C_{общ}, \quad (4)$$

где I_{rp} – индекс регулярно закупаемых позиций, q_{rp} – число регулярно закупаемых позиций (не менее двух раз в год), $q_{п.общ}$ – общее число закупаемых позиций, I_{pz} – индекс регулярных затрат, C_{rp} – стоимость регулярно закупаемых позиций, $C_{общ}$ – общая величина затрат за период.

Кроме перечисленных показателей, в настоящее время под влиянием санкций возникают дополнительные факторы, изменяющие уровень деловой активности отдела закупок. Для оценки их воздействия в анализ вводятся показатели, условно называемые ситуационными. К ним относятся количество поставщиков, выбывших в результате санкций, количество контрактов, пересмотренных из-за санкций, недополученная в результате санкций экономия (которая рассчитывается как разность между фактически уплаченной стоимостью заказов и стоимостью, которая могла бы быть выставлена поставщиком, попавшим под влияние санкций), средний срок обработки заказа санкционных товаров.

Анализ деловой активности может быть выполнен в формате таблицы, представленной ниже (см. Таблицу 1). Данный вид анализа проводится как по отдельному сотруднику, так и по всему отделу закупок. Сравнение уместно проводить со значениями как предыдущего периода, так и плана. По результатам анализа формируется рейтинг наиболее активных сотрудников, заслуживающих поощрения, и «аутсайдеров», для которых выстраивается усовершенствованная схема дальнейшей работы.

Таблица 1.

Пример анализа показателей деловой активности процесса закупок

№ п/п	Показатель деловой активности сотрудника	Период		Характеристика
		Предыдущий	Отчётный	
1	2	3	4	5
Постоянные показатели				
1.	Количество закреплённых за специалистом поставщиков, в том числе:			Прямой
	Количество новых поставщиков			Прямой
	Количество выбывших поставщиков			Прямой
2.	Количество вновь заключённых контрактов			Прямой
3.	Количество пересмотренных контрактов, заключённых дополнительных соглашений			Прямой
4.	Сумма затрат, произведённых специалистом (за весь период)			Прямой
5.	Количество позиций, закупленных специалистом (за весь период)			Прямой
6.	Сумма экономии, достигнутой специалистом (за весь период)			Прямой
7.	Среднемесячная сумма затрат, произведённых специалистом			Прямой
8.	Среднее количество позиций, закупленных специалистом			Прямой
9.	Среднемесячная сумма экономии, достигнутой специалистом			Прямой
10.	Средний срок обработки заказа специалистом			Обратный
11.	Индекс регулярнокупаемых позиций			Обратный
12.	Индекс регулярных затрат			Обратный
Ситуационные показатели				
13.	Количество поставщиков, выбывших в результате санкций			Прямой
14.	Количество контрактов, пересмотренных из-за санкций			Прямой
15.	Недополученная в результате санкций экономия			Обратный
16.	Средний срок обработки заказа санкционных товаров			Обратный

Для своевременной корректировки целей и/или действий рекомендуется проводить мониторинг вышеперечисленных показателей в постоянном режиме, обновляя данные с периодичностью не менее одного раза в

две недели, анализируя данные нарастающим итогом. Такие меры позволят отследить пути улучшения ситуации и разработать корректировочный план действий.

Перечисленных показателей достаточно для всестороннего внутреннего анализа деловой активности отдела закупок. Такой подход к внутрифирменному анализу позволяет дать точную оценку уровню деловой активности и скорректировать деятельность фирмы в последующих периодах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Англо-русский онлайн словарь Мультитран. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.multitrans.ru/> (Обращение к ресурсу 20.02.2015).
2. Наумова О.А. Методика экономического анализа и интегральной оценки деловой активности предприятий: Автореф. дис. канд. экон. наук. — Самара, 2012. — С. 22-28.
3. Шеремет, А. Д. Методика финансового анализа/А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулин, Е. В. Негашев. — М.: ИНФРА-М, 2000. — С. 110-112.

Ковалева Ольга Борисовна
Kovaleva O.B.
к.т.н., профессор
obkovaleva@mtu-net.ru,
Гирка Татьяна Владимировна
Girka T.V.
ст. преподаватель
t_girka@mail.ru

ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И МЕТОДЫ ЕГО ОЦЕНКИ

Москва, Университет Машиностроения

Аннотация: В работе рассмотрено определение понятия «качество продукции» и предложены различные формы обобщающих показателей, позволяющих комплексно оценивать уровень качества сложной продукции в зависимости от качества ее элементов.

Abstract: In this paper we consider the definition of "product quality" and offer various forms of general indicators which allow to evaluate the quality of complex products, depending on the quality of their elements.

Ключевые слова: качество продукции, обобщающий показатель, отклонение, сводная оценка.

Keywords: product quality, integrating indicator, deviation, evaluation summary.

Проблемы качества занимали людей с глубокой древности. Но научные методы статистического контроля качества появились только в середине прошлого века (1924 г. Э. Шухарт).

В последние годы проблеме качества придается особое значение. Международная организация по стандартизации определяет качество (ИСО – 8402) как совокупность характеристик и свойств продукции или услуги, которые позволяют удовлетворить обусловленные или предполагаемые потребности. Этот стандарт так же ввел такие понятия как обеспечение качества, управление качеством.

Другими словами, качество продукции это совокупность свойств (физических, эстетических и т.п.), обеспечивающих возможность удовлетворить определенным требованиям и сделать товар привлекательным для покупателя. *Качество* продукции является важнейшей компонентой ее конкурентоспособности.

Качество – понятие комплексное. Если остановиться на задачах управления качеством промышленного предприятия, то здесь следует различать понятия качество продукции и качество технологических процессов (качество производства). Эти понятия тесно взаимосвязаны: уровень качества выпускаемой продукции наиболее полно характеризует качество работы предприятия.

Показатели качества можно разделить на пять групп, которые характеризуют продукцию по

- стадии определения (проектные, производственные, эксплуатационные);
- способу определения (расчетные, экспериментальные, экспертные);
- количеству определяющих свойств (единичные или комплексные);
- надежности, технологичности и т.п.
- форме выражения (абсолютные или относительные).

Как производственные, так и потребительские характеристики качества сложной продукции для количественной оценки используют целый ряд показателей, это приводит к необходимости разработки обобщающих показателей для эффективного управления качеством. Одним из наиболее известных из них является сводный индекс, предложенный проф. А.Я. Боярским (он получил название индекс Боярского). Индекс представляет собой среднюю арифметическую взвешенную форму сводного индекса, где в качестве весов используется

стоимость продукции отчетного периода q_1 в фиксированных сопоставимых ценах p (или по фиксированной себестоимости). Осредняемая величина $i_k = \frac{k_1}{k_0}$ отражает фактическую динамику качества отдельных видов продукции. Таким образом, индекс качества Боярского имеет вид:

$$I_k = \frac{\sum i_k \cdot q_1 \cdot p}{\sum q_1 \cdot p}$$

Если учесть, что сводный индекс физического объема продукции можно представить, как

$$I_q = \frac{\sum q_1 \cdot p}{\sum q_0 \cdot p},$$

то индекс физического объема продукции с учетом изменения ее качества $I_{qk} = I_q \cdot I_k$, т.е. можно найти по формуле: $I_{qk} = \frac{\sum i_k \cdot q_1 \cdot p}{\sum q_0 \cdot p}$.

Следует заметить, что индексный метод позволяет так же дать обобщающую оценку динамики объема производства и реализации продукции с учетом и без учета ее качества.

В некоторых случаях используют другой обобщающий показатель – коэффициент качества, который имеет вид:

$$k_{\text{кач}} = \frac{C_{\text{бр}} + C_{\text{деф}} + C_{\text{гар}}}{C_{\text{факт}}}, \text{ где:}$$

$C_{\text{бр}}$ - стоимость бракованной продукции;

$C_{\text{деф}}$ - стоимость дефектной продукции, за которую по рекламациям уплачен штраф;

$C_{\text{гар}}$ - стоимость гарантийного ремонта бракованной продукции;

$C_{\text{факт}}$ - стоимость фактически реализованной продукции за период;

Очевидно, что чем меньше этот коэффициент, тем выше качество продукции и, соответственно, выше качество работы предприятия.

В последние годы для оценки качества продукции все чаще применяют так называемый балльный метод. В соответствии с этим методом каждому оценочному параметру выставляется балл с учетом значимости этого параметра для качества изделия в целом.

В практике оценки качества продукции встречаются задачи, в которых требуется определить качество одной и той же продукции одновременно по нескольким показателям. В таких задачах оценивают разность между эталонными и фактически достигнутыми показателями. За эталонные показатели часто принимают аналогичные показатели лучших мировых образцов той же продукции или показатели принятые по стандарту. Методика сводится к оценке разности относительного отклонения показателей качества от единицы, т.е. для каждого показателя

рассчитывают $\Delta_i = \frac{k_i^{\phi}}{k_i^{\text{э}}} - 1$.

Сводная оценка отклонения фактического уровня качества от эталонного или стандартного может быть определена разными способами. Сводный показатель уровня качества можно найти:

1. суммированием Δ_i , т. е. $k_{\text{кач}} = \sum \Delta_i$;

2. перемножением фактических уровней качества, $k_{\text{кач}} = \prod k_i^{\phi}$.

Этот метод был предложен В.А. Трапезниковым;

3. как средняя геометрическая из фактических уровней качества $k_{\text{кач}} = \sqrt[n]{\prod k_i^{\phi}}$;

4. как средняя арифметическая из Δ_i , $k_{\text{кач}} = \frac{1}{n} \cdot \sum \Delta_i$.

В практических расчетах чаще используют первый метод, как наиболее понятный и оправданный.

В тех задачах, где какой-либо из параметров имеет большую значимость по сравнению с остальными, приходится делать взвешенную оценку.

Литература.

1. Варакута С.А. Управление качеством М.: ИНФРА, 2001 г.

УДК 304.2

Кропачев Никита Андреевич
Kropachev N.A.
nkropachev@live.com

КРИТЕРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА

CRITERIA OF SOCIAL PROGRESS

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. Данная статья описывает проблемы общественного прогресса, описывает нынешний процесс воспитания общества и предлагает решение проблем российского общественного культурного развития.

Ключевые слова: описание, проблемы, общество, общественный прогресс, воспитание общества, культурное развитие.

Abstract. This article describes the problems of social progress, describes the current process of educating the society and offers a solution to the problems of Russian public cultural development.

Key words: description, problems, society, social progress, education the society, public cultural development.

Общественный прогресс – это культурное, нравственное и социальное развитие общества.

Высокий культурный и нравственный уровень развития человека всегда говорил об уровне культурного здоровья общества, в котором он находится. Уровень развития индивида можно идентифицировать по его культурным интересам, таким как чтение литературы, увлечение кинематографом, театром или походами в музей. Нынешнее состояние российского общества можно четко идентифицировать как больное. В обществе процветает невежество, социальная напряженность, и нетерпимость к нормам, не утвержденным в самом обществе, критическое мышление большинства членов общества притуплено, это можно четко проследить по результатам исследования аудитории российских интернет ресурсов. Внимание большинства молодых и взрослых граждан сфокусировано на достижении материальных благ, в обществе процветает культ потребления и материальной успешности. Посещение культурных заведений, музеев театров, художественных выставок резко упало, особенно в последние годы.

Акселерация материального прогресса, по сравнению с общественным, крайне пагубно влияет на уровень культуры в обществе. Система ценностей, подложенная западным влиянием, разрешает культурный фундамент российского общества. Сбивает моральные ориентиры, поощряет культ продукта и потребительское поведение граждан.

Воспитание общества, включающее ознакомление с общечеловеческими и культурными ценностями в нынешнее время практически невозможно, современный ребенок слишком рано имеет доступ к опасной для его психологического здоровья информации, такой информации, которая готовит его к потребительской, невежественной жизни.

Критерии и оценки развития общества, основанные на экономико-математических формулах в один голос говорят о том, что уровень общественного прогресса активно движется вперед, оперируя данными о покупательской способности и ВВП на человека. Существует большое количество формул для расчета уровня общественного прогресса. Будь то уровень свободы слова в обществе, рост производственных возможностей общества, рост результатов труда человека. Объективных индексов для массовой и точной оценки культурного развития не существует.

Политический кризис в мире, повлек за собой общественный кризис в Российской Федерации. Ориентация на патриотический настрой оголила наибольшую уязвимость российского социума. На фоне понижения экономических показателей общественного прогресса в России,

так же выступают проблемы, связанные с системой ценностей и уровнем терпимости и агрессии в обществе. Российское общество, столкнувшееся с проблемами трудоустройства и падения уровня заработка, вынуждено будет искать другие возможности самовыражения, чтобы найти которые, оно вынуждено будет пересмотреть свои приоритеты. В ситуации экономической, политической и культурной блокады любое общество старается сплотиться вокруг своего лидера, влияние правительства на культуру и общественный прогресс многократно возрастает. Демократические ценности и демократический строй, являющийся своего рода тепличным для роста уровня культуры в любом обществе, оказывается под сильным давлением правительства и регулирующих органов. Вероятность культурной деградации в обществе так же возрастает.

Одним из выходов автор видит разработку программы культурного воспитания общества и самых юных его членов с раннего детства. Посещение музеев и театров, культурных мероприятий, введение предметов, преподающих историю культуры на обязательной основе во всех школах страны.

Общество, построенное на общечеловеческих и культурных ценностях, является более жизнеспособным и способно двигать вперед науку и экономику, основанную на нравственных и культурных приоритетах, без уклона в потребительское мировоззрение.

Источники информации:

1. Хаммер М., Чампи Дж. Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе. Пер. с англ. — СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1997. — 332 с.

2. Гринспен А., Эпоха потрясений: Проблемы и перспективы мировой финансовой системы. Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. — 520 с.

3. Пинчон Т., Радуга тяготения. Пер. с англ. — М.: - Эксмо, 2013. — 896 с.

Лаврентьев Василий Петрович
кандидат педагогических наук, доцент
ontosae@rambler.ru

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА: КЛЮЧЕВЫЕ ТЕРМИНЫ, ФАКТОРЫ, КОНЦЕПЦИЯ И СМЫСЛЫ

Санкт-Петербург, Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации,

Аннотация: Статья посвящена одной из актуальных проблем стратегического управления организациями – смысловому наполнению ключевых терминов, используемых управлением персоналом как научной дисциплиной. Предлагается осуществлять это наполнение, руководствуясь субъектно-субъектной концепцией самореализации.

Одной из актуальных проблем стратегического управления организациями в современном обществе выступает терминологическая проблема, точнее, содержательное наполнение ряда терминов, используемых научными дисциплинами, в смысловом аспекте их теоретического и практического применения. Каждая из научных дисциплин испытывает на себе воздействие сразу двух групп факторов – внешних по отношению к дисциплине и внутренних, обусловленных противоречиями, существующими внутри самой дисциплины, а также практикой, которую можно отнести одновременно к группе **внешних факторов** и к **факторам внутренним**, влияющим на развитие дисциплины и делающим это развитие успешным или затруднительным.

Факторы в науке и практике (от лат. factor – делающий, производящий или делатель, творец чего-то) чаще всего истолковываются как причины, моменты, обстоятельства, движущие силы каких-либо процессов, определяющие их характер или отдельные их черты. Факторы также определяются как «элементы, порождающие то или иное явление либо определяющие последовательные стадии действия механизма» [1].

Дисциплиной, которая подчиняется воздействию сразу **трех внешних факторов**: обществу, государству и группе близких по ориентации к управлению персоналом общественных (социальных) наук – является пока еще молодая и потому экстенсивно и одновременно интенсивно развивающаяся дисциплина «управление персоналом». **Общественные (социальные) науки включают в себя:**

- философию, социологию, социальную и индивидуальную психологию, физиологию человека и др.;

- экономику (в частности, экономическую теорию, экономику труда, менеджмент, маркетинг, управленческий учёт и др.);

- юриспруденцию (в частности, конституционное, административное, трудовое, гражданское право и др.).

Общество воздействует на управление персоналом как прикладную науку с позиции изменения или утверждения в ней и практике руководства людьми тех или иных социальных, духовных, морально-этических ценностей. «Наряду с традиционными ценностями – выполнение обязательств, следование инструкциям (дисциплина, прилежание и усердие, исполнение обязанностей) – все более настоятельными становятся потребности человека в своем саморазвитии и самореализации... Повышаются притязания работников к интересной, разносторонней и ответственной деятельности. В соответствии с этим представления работодателя о персонале трансформируются. Он все в большей степени должен приспосабливаться к меняющимся взглядам работников на характер и условия занятости, профессиональный рост и мотивацию» [2].

Государство воздействует на науку управления персоналом через проводимую им государственную кадровую политику, которая будучи составной частью внешней и внутренней политики государства, а также средством их общей реализации, формируется на основе и в рамках государственной политики. Наука управления персоналом не должна быть в таком случае узко прагматичной, рассчитанной лишь на кадровое обеспечение стоящих перед государством и обществом задач их поступательного изменения и позитивного качественно-количественного преобразования. Важно, чтобы политика государства в отношении кадров и методология науки управления персоналом одновременно учитывали настоящее, прошлое и будущее страны, социально-экономическое и политическое положение государства в мире и в собственном обществе. Весомым фактором проведения такой методологической политики является политика, формируемая на рынке труда государством, профсоюзами и союзами работодателей. Такие группы в государственной кадровой политике и науке управления персоналом можно считать сторонами взаимодействия или «партнерами», которые по отношению к организации-работодателю могут быть как внешними, так и внутренними.

Государство оказывает постоянное воздействие на дисциплину «управление персоналом», в том числе через осуществляемую им политику в области общего и специального образования – школьного и внешкольного, внутри и вне-организационного. При этом с помощью других видов государственной кадровой политики – культурной, национальной, гендерной, инфраструктурной, инвестиционной, посреднической (при

смене рабочих мест, поиске новой работы или выборе в начале трудового пути «своей» профессии) – оно (государство) может изменять ситуацию на рынке рабочей силы для тех или иных областей, отраслей производственной деятельности, отдельных организаций. Влияние государства на науку управления персоналом средствами, например, культуры, предполагает необходимость установления данной наукой в практике управления организациями наличия или отсутствия в этой практике ориентаций на воспитание у трудящихся чувства собственного достоинства, уважения к правам личности, готовности к участию в делах трудового коллектива и пр.

Группа близких по ориентации к управлению персоналом **общественных (социальных) наук** воздействует на управление персоналом как научную дисциплину с помощью выработанных в процессе их собственного развития парадигм, концепций, подходов, закономерностей. «Так, например, философская парадигма управления персоналом исходит из понимания человека как продукта его бытия, смысла его жизни, возможности реализации им в практической деятельности идеалов, ценностей, жизненных планов, целей. ... Для социологии исходным началом в управлении персоналом выступают статусно-ролевые действия и отношения субъекта управления по поводу профессиональных возможностей человека или социальных групп, которые необходимо воспроизвести и востребовать при достижении целей организации. ... Исходным основанием для психологической науки в управлении персоналом является понимание внутреннего мира как отдельного человека, так и групп людей, и прежде всего их познавательных и психических процессов и состояний, эмоций, чувств, которые необходимо знать и учитывать при формировании систем мотивации персонала организации. ... Для экономической теории исходное начало в управлении персоналом состоит в понимании человека как экономического ресурса, способного выступать в роли одного из важнейших факторов производства и капитала организации» [3]. Юриспруденция опирается в управлении персоналом на законы и подзаконные акты о регламентации деятельности предприятия, профсоюзных организаций, установлении режима рабочего времени, дискриминации по полу, возрасту, принадлежности к национальным и расовым меньшинствам и др. [4].

Помимо внешних факторов воздействия управление персоналом как наука имеет **внутренние факторы** влияния, определяемые изменениями, происходящими в практике управления персоналом. К ним можно отнести [5]:

1. Принципиальные изменения в содержании труда, вызванные применением новых техники, технологий и методов производственной деятельности.

2. Трансформацию возможностей контроля над сотрудниками с одновременным повышением значимости для каждого из них самоконтроля и самодисциплины.

3. Обострение конкуренции на мировом рынке и, соответственно, повышение значимости качества выпускаемой организацией продукции.

4. Изменение форм организации труда в отрасли, на предприятии, в подразделении и на рабочем месте.

5. Повышение образовательного и культурного уровня работников, рост их личностных запросов к содержанию и условиям трудовой деятельности.

6. Развитие демократии на производстве и в обществе в целом.

7. Рост цены труда и повышение качества трудовой жизни.

Каждый из семи перечисленных внутренних факторов порождается при прямом или косвенном участии внешних факторов, поэтому не свободен от их влияния и представляет собой в известной степени зависимый элемент системы, если под системой подразумевать дисциплину управления персоналом.

От выбора факторов и концепции, положенной в основу толкования или интерпретации тех или иных терминов, зависит успех их приложения к нуждам реальной, нуждающейся в грамотном осмыслении и не менее грамотном преобразовании практики. В качестве такой **концепции** (от лат. *conceptio* – понимание, система, что означает определённый способ понимания, трактовки, видения каких-либо явлений, предметов, процессов, основную точку зрения, руководящую идею для их освещения; систему взглядов на явления в мире, природе и обществе) автор статьи избирает субъектно-субъектную концепцию самореализации.

Под этой концепцией он понимает, с одной стороны, отношения, прежде всего, подчинения, которые складываются между людьми в условиях производства или оказания услуг. В данном случае это отношения по вертикали, когда руководитель и исполнитель вступают в формальные связи не в качестве субъекта (начальник) и объекта управления (подчиненный), а в качестве двух равновеликих и самодостаточных субъектов управления, наделенных, правда, разными правами и ответственностью, один из которых исполняет роль управляющего – руководителя, а другой – управляемого, исполнителя. С другой стороны, формулировкой данной концепции автор акцентирует внимание на природе человеческого «я», которая присуща каждому индивиду и проявляется в нем вне зависимости от исполняемых людьми ролей, будь то роль начальника или подчиненного, партнера или противника, соперника или коллеги. Причем проявляется через раскрытие человеком в себе этого «я», своей индивидуальности посредством осуществления в себе своих

возможностей – скрытых, только открываемых индивидом или уже динамично развернутых в пространстве внешнего мира.

Что же касается **терминов**, то они служат специальными и, в известной мере, ограничительными обозначениями, характерными для конкретной сферы предметов, явлений, их свойств и отношений (с латинского языка «термин» буквально переводится как предел или граница того, что он собой выражает или что в себе отображает). В отличие от слов общей лексики, которые зачастую многозначны и несут в своем моно-, поли- или диалогическом проявлении дополнительную эмоциональную окраску, термины в пределах сферы своего последовательного применения однозначны и лишены какой-либо экспрессии. В границах избранной системы понятий термин в идеале должен быть однозначным, систематичным и стилистически нейтральным [6].

Это не означает, что термин лишен содержательного наполнения, наоборот – это слово или сочетание слов, которым обозначается некоторое понятие, применяемое в науке, технике, искусстве, естествознании и пр. Причем понятие как смысл, который вкладывается в термин человеком (людьми) и содержательно наполняет его существенными признаками отражаемого предмета или явления (в понятийной трактовке термина отражение близко существу отражаемого, но отличается от него индивидуальной формой отражения, которая каждым человеком осознается и отображается по-своему).

Какие же термины можно считать ключевыми для научной дисциплины «управление персоналом» (то, что это дисциплина не только практическая, но и научная сомневаться не приходится, ведь объект этой дисциплины – руководство людскими /человеческими, трудовыми/ ресурсами, а предмет – методы, способы, правила, средства, приемы руководства людьми). К **ключевым терминам** дисциплины можно отнести те, что определяют сущность предмета, смысл и формы не только теоретического, но и практического его существования. К ним можно отнести название самой дисциплины, а также термины, выступающие краеугольными камнями ее результативного функционирования.

Любая научная дисциплина обязательно располагает некоторым терминологическим и, соответственно, понятийным аппаратом, то есть набором основных терминов, которые употребляются для раскрытия через понятия или дефиниции существа того, чем эта научная дисциплина занимается. Иначе говоря: **понятийный аппарат любой дисциплины** есть упорядоченная, строго отобранная совокупность тех представлений о существе ее предмета, его элементах и отношениях, которые в полной мере характеризуют и саму дисциплину, и предмет ее изучения, и ведущую идею или концепцию, положенную в основу построения дисциплины. С не меньшим успехом доминирующие в дисциплине представления

способны нести личностный отпечаток позиций тех авторов, которые стремятся через содержание объективных составляющих представлений передать собственный взгляд на содержание предмета и принципы отбора (построения, создания) ведущих категорий научной дисциплины.

К ключевым терминам и, соответственно, понятиям научной дисциплины Управления персоналом можно отнести следующие.

Управление, которое может трактоваться в широком и узком значении этого слова: управление как функция организованной системы и как вид деятельности по руководству людьми.

В широком значении управление – это «функция организованной системы, обеспечивающая сохранение ее определенной структуры, поддержание режима деятельности, реализацию программ и целей [7]» или вид деятельности, посредством которой субъект (управляющий) воздействует на объект (управляемого) с целью его изменения, преобразования или сохранения, с установкой заставить объект действовать, двигаться, трудиться.

В узком значении (управление как руководство) – это управление людьми с целью изменить их деятельность (связь, отношение) в определенном направлении.

Термин «управление» или «руководство» (в англоязычном варианте – management) происходит от древнеанглийского слова manage (латинское manus) – «рука». Буквально слово manage означало «объезжать лошадей». Будучи связанным с процессом езды – с управлением лошадью – смысл слова сохранился и в понятии «управление людьми, техникой, природой, информацией». Оно и определило собой название целой науки – общей теории управления.

В настоящее время существует множество определений управления, которые характеризуют, как правило, одну или несколько черт, особенностей управленческого процесса. К числу достаточно удачных попыток проанализировать многочисленные формулировки понятия «управление», а также охарактеризовать основные его черты, можно отнести исследование, предпринятое в 1966 г. отечественным ученым В.А. Бокаревым [8].

Современный подход к понятию управления демонстрирует профессор Л.И. Евенко, который определяет его как умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей. А также как функцию или вид деятельности по руководству людьми в самых разнообразных обстоятельствах. Кроме того, по мнению Л.И. Евенко, управление – это область человеческого знания, помогающая осуществить вышеупомянутую функцию. Наконец, управление (менеджмент) как однокоренное слово со словом менеджер – это опреде-

ленная категория людей, социальный слой тех, кто осуществляет работу по руководству людьми [9].

Один из ведущих теоретиков в области управления и организации Питер Друкер (Дракер) определяет управление как «особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу [10]».

Профессор М.Х. Мескон, один из авторов известного американского учебника «Management» (в русском переводе – «Основы менеджмента») характеризует управление как «процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации [11]».

Менеджмент (management) – управление, заведование; умение чем-то владеть (например, музыкальным инструментом) или с чем-то справляться (например, с работой); правление; дирекция, администрация; хитрость, уловка, но и осторожное, бережное, чуткое отношение к людям.

Менеджер (manager – он и manageress – она) – управляющий, заведующий, директор; хозяин (который может быть хорошим – good или плохим – bad); наемный профессиональный управляющий предприятия, член руководящего состава компании, банка, финансового учреждения, их структурных подразделений, специалист в области управления, в том числе управления персоналом; предприниматель в профессиональном спорте, организующий тренировку и выступления спортсменов; специалист по управлению производством, работой предприятия или подразделения.

Управляющий – лицо, входящее в руководящий состав компании, ведущее дела какого-нибудь хозяйства, учреждения, предприятия; менеджер фирмы, осуществляющий управление ее повседневными делами; тот, кто служит администратором, которому поручено управлять чем-либо; квалифицированный работник, обязательно с высшим образованием и знанием иностранных языков.

Руководитель – лицо, которое руководит, управляет, заведует чем-либо, направляет чью-либо деятельность.

Начальник – должностное лицо, руководящее, заведующее чем-либо.

Руководство – руководители, администрация.

Администрация (от лат. слова administratio – управление) – совокупность государственных органов, осуществляющих функции управления; должностные лица управления, руководящий персонал учреждения, предприятия, организации.

Термин «персонал» (от лат. персона – особа, личность, лицо, индивид) может трактоваться как личный состав учреждения, предприятия,

организации, либо часть этого состава, представляющая собой группу по профессиональным или иным признакам. Например, медицинский, женский, управленческий, обслуживающий, профессорско-преподавательский, инженерно-технический персонал. Данный термин включает в себя, по мнению Л.В. Ивановской, «всех наемных работников, а также работающих собственников и совладельцев [12]» организации, учреждения, предприятия.

Личность – человек как лицо, субъект отношений и сознательной деятельности; устойчивая система социально значимых свойств, черт, характеризующих индивида как члена общества или общности. Понятие личности следует отличать от понятий «индивид» (единичный представитель человеческого рода, носитель биологического начала, а также вообще отдельный живой организм или особь) и «индивидуальность» (уникальный представитель человеческого рода, обладающий совокупностью черт, отличающих данного индивида-уникала от всех других людей). Личность определяется системой сложившихся в социуме общественных отношений, общей, групповой и индивидуальной культурой, наличием полученного общего и специального образования, типовыми и индивидуальными биологическими особенностями.

Кадр – человек как работник. **Кадры** – это не весь личный состав организации, но постоянная, штатная, как правило, наиболее квалифицированная часть этого состава на предприятиях, в государственных учреждениях, общественных и политических организациях, учебных заведениях, вооруженных силах и т. п.

Исполнитель – тот, кто исполняет что-нибудь (например, чужую волю, роль в театре, музыкальное произведение и т.п.) или что-то выполняет (например, приказ, обещание, долг, желание, задание и др.).

Подчиненный – должностное лицо, которое подчиняется лицу, старшему по должности, находится от него в зависимости и действует в соответствии с его распоряжениями, указаниями, советами или просьбами.

Работник – человек, который работает, трудится в какой-либо сфере трудовой деятельности; рабочий у частного нанимателя.

Сотрудник – человек, который работает с кем-либо, помощник; работник, а также вообще служащий.

Специалист – человек, обладающий специальными знаниями и навыками в какой-либо отрасли производства, имеющий специальность; работник в области какой-либо определенной деятельности, специальности; человек, хорошо знающий что-либо, мастер своего дела.

Служащий – должностное лицо в различных сферах умственного труда – управления, обслуживания, торговли и др.

Государственный служащий. В широком смысле – это профессиональный работник умственного труда любой государственной организации (государственного органа, армии, образования, здравоохранения и др.). В узком смысле – работник, исполняющий те или иные обязанности в соответствии с занимаемой должностью на государственной службе (**государственный служащий государственной службы**).

Термин «**управление персоналом**» представляет собой название научной дисциплины. Это целенаправленное, планомерное и систематическое рационально-эмоциональное воздействие субъекта управления – руководителя, работодателя, представителя администрации или службы управления персоналом на субъект подчинения – персонал, коллектив организации, отдельного работника с учетом изменений, происходящих как в субъекте управления, так и в субъекте подчинения, а также в условиях, сопровождающих их взаимодействие. Также управление персоналом это направляемая работниками-руководителями деятельность, способствующая эффективному использованию работников-исполнителей в интересах организации.

Тождественны управлению персоналом следующие понятия: персономика, управление человеческими ресурсами.

Персономика (от лат. персона – особа, личность и от греч. номос – закон) – наука о законах (закономерностях) руководства, управления людьми.

Управление человеческими или трудовыми ресурсами (от фр. слова ресурсы – запасы, источники, средства, возможности) – руководство личным составом организации, представляющим собой основной источник ее сил, средств, энергии для постоянных внутренне-внешних преобразований и поступательного развития организации в целом.

Людские (человеческие) ресурсы – все население страны или сферы общества или отдельной общности (организации).

Трудовые ресурсы – трудоспособная часть населения страны, сферы общества, организации способная эффективно работать, участвовать в процессе производства, производить необходимые обществу продукты, товары, услуги.

Особо следует остановиться на термине «**человеческий капитал**», не столь давно вошедшем в лексикон научной дисциплины «управление персоналом». Понятие «капитал», как известно, означает богатство. Чаще всего это богатство связывают с ценными бумагами, денежными средствами, имуществом, либо со стоимостью, которая в результате эксплуатации наемной рабочей силы приносит обладателю капитала прибавочную стоимость, то есть, обладает способностью к самовозрастанию. Нынешняя наука под капиталом подразумевает также человека, который в результате труда дает прибыль производству.

Само понятие «человеческий капитал» было глубоко проработано Гэри Стэнли Беккером, американским экономистом, специалистом по трудовым ресурсам. Именно он предложил рассматривать личность в качестве трудового фактора организации, ее ресурса или источника получения прибавочной стоимости. С «легкой руки» Беккера возник подход к человеку как капиталу организации или ее прибавочной стоимости.

Одной из наук, всерьез занимающихся проблемой человеческого капитала, является экономика труда. Этой науке принадлежит приоритет в создании теории человеческого капитала (один из центральных разделов современной экономики), которая исследует зависимости доходов индивидуума, предприятия, общества от природных способностей людей, их знаний и навыков. Принципиальные предпосылки для возникновения теории человеческого капитала были сформулированы еще Адамом Смитом, но наибольшее развитие эта теория получила во второй половине XX века в работах Гэри С. Беккера, Джейкоба (Якоба) Минсера [13], Теодора Шульца и др. Результаты Гэри С. Беккера были в 1992 г. отмечены Нобелевской премией по экономике «за распространение сферы микроэкономического анализа на целый ряд аспектов человеческого поведения и взаимодействия, включая нерыночное поведение» [14].

Из множества характеристик, составляющих потенциал человека, теория человеческого капитала исследует те, которые существенно влияют на изменение доходов. Это относится преимущественно к здоровью, творческим способностям, образованию, профессиональным навыкам, предприимчивости, мобильности работника. Наибольшее количество исследований связано с эффективностью инвестиций общества в сферу образования.

Инвестиции в человеческий капитал анализируются принципиально так же, как затраты на покупку оборудования, т. е. вложения в физический капитал. Однако, несмотря на очевидные аналогии, необходимо учитывать следующие особенности человеческого капитала:

1. Права собственности на человеческий капитал не могут быть переданы.
2. Затраты на образование связаны с уменьшением свободного времени, то есть с утратой одного из важнейших благ для человека.
3. Изменение человеческого капитала в зависимости от затрат принципиально невозможно измерить с той же точностью, что и затраты для оборудования [15].

Опыт развитых стран показывает, что при прочих равных условиях доходы людей возрастают с увеличением затрат на общее и специальное образование. Это означает, что инвестиции в человеческий капитал обеспечивают рост производительности труда.

Эффективность инвестиций в образование подтверждена многочисленными исследованиями и расчетами. Один из основателей теории человеческого капитала Теодор Шульц (лауреат Нобелевской премии по экономике развивающихся стран за 1979 г.) доказал, что в экономике США доход от человеческого капитала больше, чем от физического – станков, инструментов, оборудования. Из расчетов Т. Шульца следует, что развивающимся странам надо делать инвестиции, прежде всего, в здравоохранение, образование и науку, то есть в человеческий капитал. Это, в большинстве случаев оказывается даже выгоднее, чем строительства новых предприятий.

Группа – некоторое число людей, расположенных близко друг от друга, соединенных вместе связями, отношениями; совокупность людей, объединенных общностью интересов, профессии, деятельности; «два лица или более, которые взаимодействуют друг с другом таким образом, что каждое лицо влияет на другое (других) и испытывает на себе его влияние [16]».

Коллектив – группа лиц, объединенных общей работой, учебой, общими интересами.

Организация как группа - это совокупность людей, деятельность которых сознательно координируется специальным органом или человеком, поставленным (избранным, назначенным) для достижения их общей цели или целей (свободный пересказ определения Честера Барнарда – классика менеджмента 30-40 годов XX столетия, США). Сам Ч. Барнард определил организацию как систему «сознательно координируемых действий двух или более человек [17]» и использовал это определение, чтобы «объять» им все типы формальных организаций.

Организация как состояние, вид деятельности, функция или организм – это: организованность, планомерное, продуманное устройство, внутренняя дисциплина; деятельность по упорядочению людей; функция или род работы по созданию дисциплины или наведению порядка; то же, что организм.

Организация как юридическое лицо – общественное объединение, государственное учреждение, частное, коммерческое, учебное заведение, предприятие и др.

Объединение – организация, общество (например, производственное, творческое объединение); создание единой организации, единого целого; сплочение людей в единое целое; воинское и иного рода формирование, состоящее из нескольких соединений или объединений меньшего состава.

Учреждение – это организация, создаваемая для осуществления управленческих, социально-культурных или иных функций некоммерческого характера (школа, больница, орган управления и т.д.). В отличие от

других некоммерческих организаций учреждения не являются собственниками своего имущества. Оно им принадлежит на праве оперативного управления. Этим имуществом учреждения распоряжаются в соответствии со сметой, утверждаемой собственником имущества, который может нести субсидиарную ответственность по обязательствам учреждения [18].

Заведение – это учреждение, мастерская, магазин, предприятие, или часть предприятия, расположенная в одном месте и занятая одним видом производственной деятельности – учебным, торговым, торгово-промышленным, исправительным (исправительная колония) и др.

Предприятие – производственное учреждение: завод, фабрика, мастерская или задуманное, предпринятое кем-то дело; самостоятельный, организационно-обособленный хозяйствующий субъект с правами юридического лица, который производит и сбывает товары, выполняет работы, оказывает услуги и пр. Производственное предприятие также называют производством [19].

Производство – общественный процесс создания материальных или духовных благ, услуг, охватывающий как производительные силы общества, так и производственные отношения людей; изготовление, выработка, создание какой-нибудь продукции; отрасль деятельности, вырабатывающая какую-либо продукцию; работа по непосредственному изготовлению продукции; производственное предприятие.

Государственный орган – это одно лицо или организованная группа лиц, специально предназначенных для реализации государственной власти в предусмотренных законом случаях. К числу государственных органов относятся, например, суд, президент, парламент, правительство и др.

Основные признаки государственных органов:

а) создаются и функционируют в соответствии и на основе норм права;

б) имеют относительную структурную и функциональную обособленность в механизме государства по признаку их специализации;

в) функционально взаимодействуют друг с другом в процессе реализации каждым своих полномочий и обязанностей.

Система государственных органов образует так называемый государственный аппарат. Государственный аппарат – это часть механизма государства в лице системы его государственных органов [20].

Группу людей можно считать организацией только в том случае, когда выполнены следующие требования [21]:

1) наличие, по крайней мере, двух людей, которые считают себя частью этой группы;

2) присутствие хотя бы одной цели (то есть желаемого конечного состояния или результата), которую принимают как общую все члены данной группы;

3) наличие членов группы, которые намеренно работают вместе, чтобы достичь значимой для всех цели.

В завершение статьи будет раскрыт еще один термин, важный для понимания субъектно-субъектной самореализационной концепции и актуальный для стратегического развития управления персоналом как научной дисциплины. Это термин самореализации.

Самореализация – субъективное стремление человека средствами себя и внешнего мира выявить, объективировать собственный потенциал, выполнить свое смысловое жизненное предназначение.

Самореализация личности – удовлетворение родовой (основной, корневой) потребности индивида в его самоосуществлении средствами себя и окружающего мира.

Самореализация личности в управлении персоналом – осуществление себя личностью посредством руководящей, направляющей деятельности других людей работы в интересах организации, ее персонала и собственных интересов.

В соответствии с профессиональным и личностным ростом работника, в управлении персоналом следовало бы, видимо, различать **самореализацию профессиональную и самореализацию личностную**. В первом случае объективация индивида, реализация его потенциалов имеют фрагментарный, узко сфокусированный, конкретно-предметный характер, во втором – опредмечивается весь человек, изменению подвергается вся сфера его профессиональных интересов, устремлений, желаний, потребностей.

Предмет самореализации в первом, «частном» для личности случае, какое бы место работник в организации ни занимал, находится внутри объекта деятельности, которым занимается индивид, и продуктом этой деятельности выступают, прежде всего, изменения, происходящие с этим, внешним по отношению к личности, объектом. Косвенным образом эффект влияния профессиональной самореализации находит свое выражение в рефлексии человека, оценивающего свою «успешность в профессиональной деятельности», «удовлетворенность работой», а также «ожидания, надежды, перспективы» с профессиональной сферой деятельности человека связанные.

Предмет самореализации во втором, «общем» для личности случае находится внутри нее самой. Этот предмет раскрывается через те виды и сферы деятельности, которыми личность занимается и через которые сама себя выявляет, актуализируя генетически заложенные в нее и приобретенные в процессе индивидуального развития потенции. В этом случае

любые виды деятельности – лишь средство на пути собственного познания, оценивания, самосовершенствования личности. Продуктом деятельности личности в данном раскладе выступает она сама, особенности ее изменения, соотношения, идентификации со своим личностным «я» и «я» («мы», «они») остального мира. Здесь «успешность», «удовлетворенность», «ожидания» в любой из сфер человеческой деятельности выступают мерилем достижений или неудач личности в собственной реализации.

Безусловно, профессиональная и личностная самореализация в стратегическом плане могут не только тесно соприкоснуться друг с другом, но и сливаться, объединяться, взаимообуславливаясь как в процессах, так и результатах самореализационной деятельности. Вариантов соотношения, взаимодействия – множество и, конечно, было бы крайне желательно, чтобы оба вида самореализации не мешали друг другу, более того, способствовали разностороннему наполнению, обогащению, развитию личности. (Действительное наполнение и обогащение оказываются возможными в случае полного или достаточно полного соответствия свойств личности социо-психофизическим особенностям избранной ею профессии).

В идеале, профессиональная самореализация проявляет, распределяет, актуализирует вовне богатства, накопленные и развитые личностью. А профессия как вид деятельности и одна из важнейших составляющих личностной самореализации усиливает или поощряет процесс ее самоосуществления, фундаментализирует отношения личности с миром. (Другими составляющими самореализации являются: семья, друзья, хобби, «люди, которых ценишь, уважаешь, мнением которых дорожишь» и др.)

Естественно, что разные виды деятельности будут предъявлять и разные требования к свойствам личности и ее характеристикам, а разные личности будут выбирать разные профессии в зависимости от их индивидуальных склонностей, способностей, интересов, а также от тех обстоятельств, которые прямого отношения к интересу личности могут и не иметь, но воздействие на него будут, безусловно, оказывать. Самореализация же (личностная вообще и профессиональная в частности) будет происходить полноценно в том случае, когда требования профессии и интересы личности, а также возможности личности соответствовать требованиям избранной профессии, включая благоприятные условия их взаимодействия, «устремятся навстречу друг другу» и совпадут в некой общей, оптимальной для личности и профессии стратегической точке.

Чем ближе к собственному оптимуму окажется личность, тем полнее она себя осуществит (продукт деятельности – собственное развитие личности), чем точнее попадет в собственный оптимум профессия, тем в

большей степени она себя раскроет (посредством личности, разумеется), наполнив пространство и время вокруг себя высококачественными продуктами взаимодействия. Чем дальше окажется от собственного оптимума личность, тем меньше получит от личности профессия, тем ниже предстанут уровни их общего и индивидуального развития, тем меньше профессионализируется и осуществит себя личность. Чем дальше окажется от собственного оптимума профессия, тем меньший прок будет от нее людям, тем больше она потеряет в своей уникальности, тем примитивнее предстанет ее содержание, тем не совершеннее явятся производимые с ее помощью продукты.

Как правило, между личностью и профессией выступают посредники – работодатели, которые могут существенным образом повлиять на отношения спроса (профессия или должность) и предложения (претензия на профессиональную деятельность или должность со стороны кандидата). Они же (посредники) способны корректировать эти отношения в сторону выгодную для работодателя и организации, но не всегда удобную и полезную для личности и, возможно, профессии. Такова диалектика связей профессии и личности, вида профессиональной деятельности и складывающихся вокруг нее трудовых отношений, объекта труда и субъекта трудовой доблести.

Следует специально подчеркнуть, что в системе управления, тем более в системе государственного управления персоналом, цена сближения и точности попадания профессии в госслужащего и наоборот является самой высокой из всех возможных. Ибо за каждым принятым решением в структурах представительной, исполнительной или правоохранительной власти стоят десятки и сотни тысяч, иногда миллионы людей, их судьбы, жизнь, реализация личностных планов, духовное и материальное благополучие. Не учитывать этого нельзя, особенно если подходить к человеку и профессиональной деятельности с позиции не односторонней, а двусторонней и даже многосторонней: в профессии идти одновременно от личности и общества, в обществе – от личности и конкретной профессии, в личности – от стратегий развития общества и профессии.

Упомянутые выше термины и, прежде всего, «управление», «персонал», «управление персоналом» как научная дисциплина и профессия известны сегодня практически каждому образованному человеку. Менее известны термины «субъектно-субъектный подход», «субъектно-субъектные отношения», «самореализация личности», но и они постепенно входят в обиход научной, образовательной, производственно-управленческой деятельности. Если по-настоящему значимость первой группы терминов была оценена еще в 20-30-е годы XX столетия, то, что касается второй группы терминов, «самореализация», «субъектно-субъектные отношения», их разработка началась в 40-50-е годы XX сто-

летия, активное применение нашла в 70-90-е годы и продолжается, особенно в нашей стране, до сих пор. За это время кадровая деятельность в сфере управления превратилась в профессию (в нашей стране с 2000 года), а область необходимых для ее освоения знаний – в самостоятельную научную дисциплину «управление персоналом» (в нашей стране – с середины 90-х годов XX столетия).

Список использованной литературы

1. См.: Бернар, И. Толковый экономический и финансовый словарь: Фр., рус., англ., нем., исп. терминология: В 2 т.: [Пер. с фр.] / Ив Бернар, Жан-Клод Колли; под общ. ред. Л.В. Степанова; ред. В.Б. Рыбаков. – М.: Междунар. отношения, 1997. – 759 с.
2. Управление персоналом: учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. И.Б. Дураковой. – М.: Инфра-М, 2009. – С. 90. [570 с.]
3. Управление персоналом: учебник. – Изд. 2-е, доп. и перераб. / Под общ. ред. А.И. Турчинова. – М.: Изд-во РАГС, 2008. – С. 20-21. [608 с.]
4. Управление персоналом: учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. И.Б. Дураковой. – М.: Инфра-М, 2009. – С. 53 [570 с.]
5. Факторы, воздействующие на персонал организации. – <http://www.jobgrade.ru/modules/Articles/article.php?storyid=342> (Дата обращения: 13.02.2015)
6. Термин (как понятие): материал из Википедии – свободной энциклопедии. – <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D2%E5%F0%EC%E8%ED> (Дата обращения: 10.02.2015)
7. Пикулькин, А.В. Система государственного управления: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп.; Раздел: Словарь терминов / А.В. Пикулькин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – С. 394 [399].
8. См.: Бокарев, В.А. Объем и содержание понятия «управление» / В.А. Бокарев // Вопросы философии. – 1966. - № 11. – С. 44-55.
9. Евенко, Л.И. Уроки американского менеджмента (вступительная статья) к книге: Мескон, М.Х. Основы менеджмента: 3-е изд. / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – С. 5. [702 с.]
10. Druker, P. A new discipline / P.F. Druker // Success. – 1987. – January-February. – P. 18.
11. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – С. 38. [702 с.]
12. Управление персоналом организации: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: ИНФРА-М, 2011. – С. 54. [695 с.]
13. Джейкоб Минсер «открыл» теорию человеческого капитала даже раньше, чем Теодор Шульц и Гэри Беккер, хотя эта честь нередко приписывается именно им. Так в августовском номере Journal of Political Economy за 1958 г. была опубликована статья Минсера «Инвестиции в человеческий капитал и персональное распределение дохода» («Investment in Human Capital and Personal Income Distribution»), которая, по сути, явилась первой попыткой создания модели, где характерные особенности персонального распределения

доходов объяснены исключительно на основе различий между индивидами с точки зрения полученного ими профессионального образования. См.: Джекоб Минсер: статья из Экономического словаря. – http://gufo.me/content_eco/dzhekob-minser-32249.html (Дата обращения: 17.02.2015)

14. См.: Беккер, Гэри: материал из Википедии – свободной энциклопедии. – <https://ru.wikipedia.org/wiki/%C1%E5%EA%EA%E5%F0,%C3%FD%F0%E8> (Дата обращения: 17.02.2015)

15. Основы управления персоналом: учебник для вузов / Б.М. Генкин, Г.А. Кононова, В.И. Кочетков [и др.]; под ред. Б.М. Генкина. – М.: Высшая школа, 1996. – С. 64 [383 с.].

16. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ.; Раздел: Глоссарий. – М.: Дело, 1992. – С. 683. [702 с.]

17. Там же. – С. 31.

18. Учреждение. – <http://www.bibliotekar.ru/osnovy-prava-2/60.htm> (Дата обращения: 22.02.2015)

19. Предприятие: материал из Википедии – свободной энциклопедии. – <https://ru.wikipedia.org/wiki/%CF%F0%E5%E4%EF%F0%E8%FF%F2%E8%E5> (Дата обращения: 22.02.2015)

20. Государственный орган – понятие, признаки, виды. – <http://yurist-online.com/uslugi/yuristam/literatura/stati/tgp/045.php> (Дата обращения: 22.02.2015)

21. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – С. 31. [702 с.]

УДК 658.5:330.322

Петрова Екатерина Евгеньевна

Petrova E.E.

к.э.н., доцент, *o.petrova@list.ru*

БУХГАЛТЕРСКИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА

BALANCE ENVIRONMENTAL ACCOUNTING AS SOURCES OF INFORMATION FOR INVESTMENT ANALYSIS

Санкт-Петербург, Российский государственный гидрометеорологический университет (РГГМУ)

Аннотация: В статье рассмотрены основные источники информации для проведения инвестиционного анализа с учетом экологических

факторов: бухгалтерский экологический учет, финансовая отчетность предприятий, статистическая отчетность и другие источники.

Ключевые слова: бухгалтерский экологический учет, инвестиционный анализ, экологические факторы.

Abstract: This article examines the main sources of information for investment analysis, taking into account environmental factors: environmental accounting records, financial statements, statistical reports and other sources.

Keywords: balance environmental accounting, investment analysis, environmental factors.

Рассмотрим источники информации для проведения инвестиционного анализа. Бухгалтерский экологический учет является одним из важнейших источников. Как и любая наука, он основывается на определенных принципах. Вопросы определения предмета и границ бухгалтерского экологического учета остаются дискуссионными среди отечественных экономистов. Выделение экологического бухгалтерского учета в научное направление должно основываться на принципах уместности и существенности информации.

Принцип уместности раскрывается в способности воздействовать на принимаемые решения. Принцип существенности информации характеризуется степенью влияния на хозяйственные решения, принимаемые пользователем. Существенность зависит от величины ошибки, приводящей к искажению информации.

Бухгалтерский экологический учет, также как и анализ, основывается на учете затрат и результатов, контроле за использованными природными ресурсами, соблюдением платежной дисциплины в области охраны окружающей среды.

Существует ряд нерешенных вопросов в организации бухгалтерского экологического учета. Вопросы оценки эффективности природоохранных инвестиций, средозащитной части производства, сбыта экологически чистой продукции не охвачены бухгалтерским экологическим учетом.

Исследователи предлагают отражать процессы природопользования в учете с точки зрения традиционного бухгалтерского учета и в расширенном толковании [1]. Традиционный бухгалтерский учет интерпретирует экологические аспекты процесса производства в соответствии с требованиями традиционной бухгалтерской финансовой отчетности. Экологический учет понимается более широко, когда экологические процессы могут быть подвержены наблюдению по линии учета (статистического и оперативного, экологического мониторинга, оценки и аудита). Но следует не согласиться с мнением А.И. Белоусова, который

считает, что ввести их в практику современного бухгалтерского (финансового и налогового) учета в настоящее время пока невозможно.

Другим источником информации для проведения инвестиционного анализа является финансовая отчетность. Экологические аспекты деятельности предприятий, такие как природоохранные расходы, амортизация основных средств, налоги и платежи, связанные с экологическими результатами, находят свое отражение в финансовой отчетности.

За рубежом в данных финансовой отчетности, в частности в бухгалтерском балансе и отчете о финансовых результатах содержатся сведения, связанные с природоохранной деятельностью предприятия. Так, например, в активе баланса отражаются очистные сооружения (в составе основных средств), сведения о правах природопользования, инвестиции в природоохранные объекты. В пассиве могут быть отражены отчисления в резервные фонды по возмещению экологического ущерба, на выполнение обязательств по рекультивации и другие.

Инвестиции, направленные на природоохранные мероприятия, формируют информационные потоки, которые затем отражаются в экологической, финансовой и других формах отчетности предприятия [2].

Под воздействием изменения в экологическом законодательстве происходит трансформация форм бухгалтерского учета и отчетности. Так, например, в Норвегии в составе годового отчета отдельной строкой выделяют информацию о влиянии предприятия на окружающую среду и о том, какие меры в связи с этим были приняты.

Расходы эксплуатационного характера по природоохранной деятельности обычно включаются в издержки отчетного года, однако в ряде стран их распределяют на длительный срок. Расходы по свертыванию производства и восстановлению территории чаще всего относят на доходы того периода, в котором производится амортизация соответствующего имущества.

Отечественные исследователи предлагают включать дополнительную информацию в формы отчетности. Так, например, например Э.И. Крылов предлагает:

- вводить дополнительные строки (в том числе) по соответствующим строкам отчетности;
- расшифровывать данные по проектам в бухгалтерских справках к формам отчетности;
- включать данные об инвестиционно-инновационных проектах в состав пояснительной записки к годовому отчету организации [3].

Также к информационным источникам следует отнести ряд других документов. Так, например, информация по природоохранной деятельности содержится в экологических паспортах предприятия, в нормативах сбросов и выбросов загрязняющих веществ и размещения отходов, в до-

кументах по плате за природные ресурсы и загрязнение окружающей среды, в отчетности по охране природы и в сведениях об инвестициях природоохранного назначения.

Природоохранные мероприятия могут отражаться в дополнительной информации, сопутствующей бухгалтерской отчетности в соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), утвержденное приказом Минфина России от 06.07.1999 № 43н в редакции приказа Минфина России от 18.09.2006 № 115н.

Дополнительная информация о природоохранных мероприятиях может включать в себя проводимые мероприятия по охране окружающей среды, уровень затрат на эти мероприятия и их влияние на финансовое состояние организации, платежи за природопользование, расходы за нарушение экологического законодательства.

Для целей налогового учета нормативная база в области управления природопользованием содержится в Налоговом кодексе РФ, часть вторая, глава 25 «Налог на прибыль организаций» и в учетной политике организации.

В главе 25 НК РФ выделяются расходы природоохранного характера, которые учитываются и не учитываются для целей налогообложения. Материальные и прочие расходы по использованию природных ресурсов, связанные с производством и реализацией, признаются в налоговом учете расходами, уменьшающими налогооблагаемую прибыль предприятия.

В состав материальных и приравненных к материальным расходам в соответствии со статьей 254 НК РФ относятся следующие расходы природоохранного характера:

- расходы, связанные с содержанием и эксплуатацией очистных сооружений, золоуловителей, фильтров и других природоохранных объектов;
- расходы на захоронение экологически опасных отходов;
- расходы на приобретение услуг сторонних организаций по приему, хранению и уничтожению экологически опасных отходов, очистке сточных вод;
- расходы, связанные с формированием санитарно-защитных зон в соответствии с действующими государственными санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами;
- платежи за предельно допустимые выбросы (сбросы) загрязняющих веществ в природную среду и другие аналогичные расходы;
- расходы на рекультивацию земель и иные природоохранные мероприятия, если они не являются расходами на освоение природных ресурсов;

– расходы на горно-подготовительные работы по добыче полезных ископаемых, по эксплуатационным вскрышным работам на карьерах и нарезным работам при подземных разработках в пределах горного отвода горнорудных предприятий.

Указанные расходы вычитаются из налоговой базы по налогу на прибыль.

Суммы налога и суммы платежей за сверхнормативные выбросы загрязняющих веществ в природную среду относятся к расходам, которые не учитываются для целей налогообложения (п.4 статьи 270 НК РФ).

Мероприятия по охране окружающей среды весьма разнообразны, что создает трудности при их классификации. Понятие «природоохранное мероприятие» носит дискуссионный характер. Следует согласиться с исследователями, которые под природоохранными мероприятиями понимают совокупность действий, направленных на восстановление динамического равновесия между обществом и природой [4].

Вносятся предложения о целесообразности отражения экологической политики предприятия в составе учетной политики. В составе учетной политики рекомендуется отражать экологические аспекты

- перечень природоохранных мероприятий, в котором указанные мероприятия определены по компонентам окружающей среды (вода, воздух, земля и физические поля);

- классификацию природоохранных затрат на капитальные и текущие, основанную на учете отраслевых особенностей, присущих предприятию;

- места возникновения затрат на охрану окружающей среды;

- номенклатуру статей затрат на природоохранные мероприятия во взаимной связи с номенклатурой статей затрат производственного учета;

- формы представления информации о природоохранных затратах для внутренней (и внешней) отчетности.

Руководству предприятий рекомендуется разрабатывать свою собственную модель учета, приближенную к конкретным условиям и отображающую специфику отрасли, масштабы деятельности и т.д., что будет способствовать повышению эффективности инвестиционной деятельности предприятия.

Требования выполнения природоохранных мероприятий и учет связанных с ними затрат установлены Федеральным законом «Об охране окружающей среды» от 10.02.02 № 7-ФЗ [5].

Предприятия обязаны соблюдать нормативы качества окружающей среды, проводить мероприятия по восстановлению природной среды и по рекультивации земель. Предприятия гидротехнические, сельскохозяй-

ственные, энергетические, военные и ряд других должны особенно строго подходить к выполнению требований закона.

Система показателей статистики окружающей среды и природных ресурсов отражается в следующих разделах:

- охрана и рациональное использование водных ресурсов;
- загрязнение, охрана и состояние атмосферного воздуха;
- состояние и охрана земельных ресурсов;
- охрана и рациональное использование лесных ресурсов;
- наличие, состояние и охрана заповедных территорий, охрана животных;
- образование, удаление и утилизация отходов производства и потребления;
- затраты на природоохранные мероприятия и ввод в действие природоохранных мощностей;
- радиоактивное загрязнение территории, проведение мероприятий по ликвидации последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС.

Промышленные предприятия, деятельность которых связана с эксплуатацией природных ресурсов, вредным воздействием на окружающую среду и осуществлением природоохранных функций, составляют годовые формы государственной статистической отчетности.

В состав отчетности входят следующие формы:

«Сведения об охране атмосферного воздуха» (форма № 2-ТП(воздух)). В ней содержатся сведения о фактическом количестве загрязняющих веществ, выбрасываемых в атмосферный воздух по их видам; выполнение мероприятий по уменьшению выбросов загрязняющих веществ, включая совершенствование технологических процессов, ввод в действие новых пылегазоочистительных установок и сооружений, ликвидацию источников загрязнения.

«Сведения об использовании воды» (форма № 2-ТП (водхоз)). В форме учитывается объем воды, забранной предприятием из природных источников и полученной от других водопользователей; количество сточных вод, сбрасываемых предприятием, концентрация загрязняющих веществ в сбрасываемых водах; мощности очистных сооружений.

«Об образовании, поступлении, использовании и размещении токсичных отходов производства и потребления» (форма № 2-ТП (токсичные отходы)). Форма составляется субъектами хозяйствования, на которых образуются токсичные отходы производства и потребления, а также предприятиями, занимающимися их переработкой.

«Сведения об инвестициях в основной капитал, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов» (форма № 18-КС). В форме содержатся сведения об объеме инвестиций в природоохранную деятельность и рациональное природо-

пользование, о строительстве предприятий или установок по переработке, утилизации и захоронении отходов, об организации заповедников и других природоохранных территорий. Отражаются экологические инвестиции из всех источников финансирования.

«Сведения о текущих затратах на охрану природы, экологических и природно-ресурсных платежах» (Форма № 4-ОС). В форме отражаются расходы предприятий за счет собственных и заемных средств, кроме того из бюджетных источников, направляемых на содержание и эксплуатацию основных природоохранных фондов; на мероприятия по восстановлению и сохранению качества окружающей среды; на утилизацию, складирование и транспортировку отходов производства и потребления; на организацию контроля за выбросами (сбросами) вредных веществ и за качественным состоянием природной среды; на научно-исследовательские работы и работы в области экологического образования кадров.

Информацию для анализа текущих природоохранных затрат можно получить из данных бухгалтерского учета и из статистической формы № 4 «Сведения о текущих затратах на охрану окружающей среды». В форме отражены амортизационные отчисления на восстановление и капитальный ремонт соответствующих основных фондов, их среднегодовая стоимость.

Основные фонды группируются по элементам природной среды: воздуху, воде, земле. В форме приводятся сведения о плате за выбросы и сбросы в разрезе компонентов окружающей среды. Отдельно указывается плата за сверхнормативные выбросы и сбросы вредных веществ и суммы штрафов, уплаченных за ущерб окружающей среде.

По нашему мнению, целесообразно включать в группировку основных фондов по элементам природной среды физические поля.

Используя указанную информацию, можно проводить анализ экологических затрат: определять себестоимость очистки всего объекта вредных веществ, их частных аналогов по отдельным компонентам окружающей среды, по отдельным структурным подразделениям.

Существуют предложения по заполнению формы отчетности об инвестиционной привлекательности, где в разделе общей информации о компании рекомендуют отражать: мероприятия, проводимые организацией в области защиты окружающей среды, как, например, модернизация оборудования с целью сокращения негативного воздействия на экологию, поиск путей использования отходов производства и другие.

В бизнес-планы исследователи рекомендуют включать показатели воздействия проекта на окружающую среду: - величину издержек (штрафов, расходов по ликвидации последствий) и преимуществ (выгод), полученных в результате запланированных мероприятий с учетом по-

следствий для окружающей среды; стоимость строительства, приобретения и технического обслуживания основных фондов, предназначенных для защиты экологии и обеспечения безопасности труда.

Для инвестиционных проектов регионального характера целесообразно отражать следующие показатели:

основные параметры окружающей среды (содержание CO_2 , токсичные выбросы в почву и водоемы, уровень радиации, уровень шума, состояние почв и пр.); расчетные их значения до и после реализации управленческих решений; оговаривать требования, предъявляемые государственной экологической экспертизой; определять объем расходов на природоохранные мероприятия: рассчитывать демографические и социально-культурные показатели, оценивать влияние бизнес - проекта на уровень занятости населения, прогнозировать социальные последствия реализации бизнес-плана и пр.

Литература:

1. Белоусов А.И. Курс эколого-экономического анализа: учеб. пособие / А.И. Белоусов. – М.: Финансы и статистика, ИНФРА-М, 2010.

2. Макар С.В., Глушакова В.Г. Экономика природопользования: Учебник. – 2-ое изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Юрайт», 2011.

3. Крылов Э.И., Журавкова И.В. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2011.

4. Арбузов В.В., Грузин Д.П., Симакин В.И. Экономика природопользования и природоохраны. Учебное пособие. – Пенза: Пензенский государственный университет, 2004.

5. Федеральный закон от 10 января 2011 года № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды».

**КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ УРОВНЯ И
ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕКТОРА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ
КОМПАНИИ**

**CONCEPTUAL MODEL FOR EVALUATING THE LEVEL AND THE
DEFINITION OF INNOVATIVE ACTIVITIES**

Санкт-Петербург, Института проблем региональной экономики РАН

Аннотация. Автор предлагает модель оценки уровня, определения вектора и мероприятий инновационного развития компании в форме стратегической матрицы «инвестиционная активность/инвестиционный потенциал».

Abstract: The author proposes a model for evaluating the level and the definition of innovative activities and development of the company in the form of strategic matrix «investment activity / investment potential».

Ключевые слова: инновационное развитие, инновационная активность, инновационный потенциал.

Keywords: innovative development, innovative activity, innovative potential.

Инновационное развитие становится ключевым звеном стратегического выбора всех успешных компаний, обеспечивая им укрепление конкурентных позиций в сегментах производства продукции с высокой добавленной стоимостью, емким потенциальным спросом на внутреннем и внешнем рынках, устойчивой долей в валовом внутреннем продукте страны [1].

Инновационная деятельность в организации не сводится к реализации в каждый конкретный момент времени некоторого набора инновационных проектов, а включает и некоторые циклические организационно-хозяйственные, производственные, информационные и иные мероприятия, лежащие за пределами отдельных проектов [2].

Если одни компании ведут постоянную, основанную на стратегии работу по наращиванию собственного инновационного и организационно-технического потенциала, то другие – предпринимают усилия в этом направлении только когда становится очевидным снижение коэффициентов обновления выпускаемой продукции, конструктивной преемствен-

ности, параллельности работ, удельного веса прогрессивных технологических процессов [3].

Проблема выбора стратегий повышения уровня инновационного развития компании может решаться с использованием концептуальной модели оценки уровня и определения вектора инновационного развития компании дает представление о направлениях усилий при выборе мероприятий для включения в программу (таблица 1).

Мероприятия, обеспечивающие выбранное направление развития, можно отбирать с использованием следующей классификации:

Таблица 1

Уровни и вектор инновационного развития

Инновационная активность	Инновационный потенциал			
	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий
Высокая	1.1 Средний	1.2 Высокий	1.3 Очень высокий	1.4 Очень высокий
Средняя	2.1 Низкий	2.2 Средний	2.3 Высокий	2.4 Очень высокий
Низкая	3.1 Очень низкий	3.2 Низкий	3.3 Средний	3.4 Высокий
Очень низкая	4.1 Очень низкий	4.2 Очень низкий	4.3 Низкий	4.4 Низкий

Источник: разработано автором

– по направлениям инновационного развития: освоения новых технологий, исследования и разработки, вывод на рынок инновационной продукции, создание и развитие исследовательской инфраструктуры и стендово-испытательной базы, совершенствование управления инновационной деятельностью и бизнес-процессов, развитие взаимодействия с субъектами внешней инновационной среды, международного сотрудничества и внешнеэкономической деятельности;

– по характеру запланированных работ: начальные, промежуточные, завершающие;

– по уровню реализации: корпоративный (с участием материнской компании), локальный (в конкретных ДЗО и филиалах);

– по способу реализации: с привлечением субъектов внешней среды;

– по способам взаимодействия с субъектами внешней среды: организационное (комиссии, экспертные советы), контрактное (закупки, лицензионные договоры), институциональное (инвестиции в капитал (долю) малых и средних предприятий), в форме инвестирования средств (гранты, инвестиционные обязательства в венчурных фондах).

Литература

1. Шматко А.Д. Инновационная деятельность организации: дилеммы и вы-

бор /А.Д. Шматко, М.А. Растов // Економічний часопис-XXI. 2014. Т. 1. № 3-4. С. 39-42.

2. Растова Ю.И. Методические основы прогнозной оценки объема инвестирования в инновационные проекты / Ю.И. Растова, С.И. Межов // Вестник Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2014. Вып. 2 (69). – С. 78-83.

3. Миллер А.Е. Процедура оценки результативности организационно-технологических изменений на предприятии / А.Е. Миллер // Управленец. – 2011. – №5-6. – С. 52-55.

УДК 681.3

Сидорова Л. Е., Sidorova L.E.

Сидоров С. В., Sidorov S.V.

Шарафутдинов Р. Я., Sharafutdinov R.I.

lizalor@mail.ru

О НЕОБХОДИМОСТИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ СМЫСЛАМИ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИЗНЕС-ЭЛИТЫ

NECESSITY OF FORMING A NATIONAL STRATEGY FOR THE BUSINESS ELITE CAPABLE TO CREATE EFFECTIVE CORPORATIONS

Новокузнецк, Сибирский государственный индустриальный университет

Аннотация: В статье говорится о необходимости стратегии формирования национальной бизнес элиты способной создавать эффективные корпорации.

Abstract: The article spoke about the necessity of forming a national strategy for the business elite capable to create effective corporations.

Экономика - это человеческая деятельность (бывает: свободная, регламентированная, вынужденная, несвободная, лихорадочная, преступная), направленная на создание богатств (социальных благ), которые определяют качество жизни, гарантируют социальную защищённость. Национальную экономическую систему характеризуют атрибуты: государство, его административно - правовая система, гражданское общество, финансовая система, государственная собственность, госслужащие, частная собственность, корпорации, предприниматели, наёмные работ-

ники, общественная собственность, общественные организации и др. инструменты. Экономика - это динамическая система инструментов, их согласованная деятельность образует технологию создания богатств. Конкурентоспособность национальной экономики определяется качествами этой технологии создания богатств. Проводимая реформа предполагала формирование более совершенной технологии создания богатств.

В результате перестройки, торжества «общечеловеческих ценностей» и «путчей», исчезла КПСС, вакуум власти заполнил режим российской номенклатуры, управляемой западом. Власть над общественными богатствами полностью перешла к прозападной номенклатуре и многочисленной номенклатуре среднего уровня. Реформаторы от номенклатуры ориентируются на текущую возможность обогатиться, на текущую прибыль, а не на структурные изменения обеспечивающие свободу человеческой деятельности и прогресс экономики. Среди реформаторов нет влиятельной рыночной бизнес - элиты, нет влиятельных реформаторов от гражданского общества.

Бывших функционеров, имевших раньше привилегии в области потребления, ставших реформаторами государственной собственности «не интересует» организация производства, они не умеют создавать корпорации, организовать и налаживать производство, их «интересует обогащение за счёт приватизации». Номенклатура готова на любые издержки, чтобы сохранить своё место и привилегии. Независимо от качества принимаемых ими решений, от качества проводимых ими реформ и состояния национальной экономики они сохраняют свои привилегии, поэтому могут и не «утруждать» себя «непосильной работой», а сосредоточиться на потреблении.

Приватизация, при отсутствии национальной бизнес - элиты, в условиях, когда правовая система государства не соответствует реалиям рыночной экономики, породила времена хаоса и безответственности. Многочисленные реформаторы, находясь в плену сиюминутных, «узкокорыстных» интересов и иллюзий, по-своему понимают новый экономический порядок, цивилизованный рынок. Поэтому, устанавливая, в пределах своей компетенции, свои законы, свои правила реформирования, гарантирующие личное обогащение. В результате, новыми эффективными собственниками «назначены» бывшие чиновники. Вместо бизнес - элиты, появилась бизнес - номенклатура, которая не может выйти за пределы эгоистических, «узкокорыстных» интересов и воспроизводит «себе подобных». Вместо бизнес - элиты, ориентированной на предпринимательство, развитие национального производства и доказавшей свою эффективность практически, на рынке; экономические процессы определяет бизнес – номенклатура, доказавшая свою жизнеспособность в ходе жёсткой политической борьбы. При отсутствии реформаторов от нацио-

нальной бизнес элиты, никто не учитывает интересы корпораций, которых нет, отраслей которых нет, бизнес элиты, которой нет, предпринимателей, которых нет, которых надо только создать, игнорируются интересы сельхозпроизводителей. Есть только интересы чиновников - реформаторов. Есть реформаторы от общественных организаций, финансируемые из-за рубежа. В условиях реформ, прагматическое мышление бизнес - номенклатуры не способно определить ни цели, ни траекторию нашего дальнейшего движения к цивилизованному рынку. В условиях хаоса и безответственности, называемых реформами, получили враждебное геополитическое окружение и нестабильную финансовую систему, пострадали общественные богатства и личные сбережения граждан.

Сектор теневой экономики и номенклатура образуют механизм, гарантирующий функционально - структурную стабильность существующего общества. Сложившийся рынок труда отражает существующие в обществе социальную стратификацию и привилегии. Причиной социальной стратификации является стремление номенклатуры к самосохранению. Социальная стратификация обеспечивает стабильность существующей функционально - структурной организации социально - экономической системы. Место в номенклатуре и степень влияния передаётся по «наследству». В результате, в ключевых сегментах социально - экономической системы возникает закрытый рынок труда, контролируемый бизнес - номенклатурой. Это блокирует процесс создания нормального рынка. Вместо предпринимательства и рыночной экономики имеем безынициативный «отстойник», в котором заблокированы мечты, надежды и т. п.

Генерируемый в результате реформ средний класс - это в основном госслужащие, муниципальные служащие и некоторые бюджетники, в основном функционеры, а не предприниматели. Средний класс сформировался как современное мещанство, обслуживающее интересы бизнес - номенклатуры, занятое «безудержным» потреблением благ цивилизации. Бизнес - номенклатура воспроизводит «себе подобных». Для конкурентоспособной рыночной экономики необходим средний класс - предприниматель, создатель всевозможных общественных благ.

Проведённый анализ показывает, с какими издержками сопряжён процесс созидания нового экономического порядка, когда используется стратегия, при которой «невидимая рука рынка всё отрегулирует». Необходим реальный механизм балансирования интересов.

Успех в конкурентной борьбе национальных экономик, успех в производственной и рыночной деятельности определяется в области стратегического управления, в области организационного строительства, в области глобальной политики, в области научных исследований и разработок. Помимо приватизации необходима и институциональная пере-

стройка, гарантирующая свободу предпринимательства, умение и возможность создать множество эффективных корпораций, образующих каркас новой рыночной экономики, её функционально - структурную организацию, где бизнес элита производит правильные механизмы создания богатств, а средний класс их реализует и обслуживает.

Существует проблема, как, в условиях преобладания «своекорыстных» интересов в управлении реформами, из «плохих» элементов, создавать конкурентоспособные, в рамках глобальной экономики, социально - экономические системы. От созидания в условиях хаоса и «деструктивной действительности», перейти к созиданию в условиях «умной» среды. Опираясь на собственные исследования проблем глобальной экономики, перейти от стратегии при которой «невидимая рука рынка всё отрегулирует», к стратегии социального инжиниринга национальной бизнес - элиты, с учётом недостатков критериев эффективности глобальной экономики.

Ключевой ресурс любого бизнеса - рабочая сила. Успешность работы предприятия в сильной степени зависит от состояния человеческой среды, качества управления человеческими ресурсами, способности бизнес - элиты организовать эффективное производство благ цивилизации. Способности спланировать и организовать деятельность по изменению социальной стратификации и состояния человеческой среды, не побояться взять на себя ответственность за это.

Стратегия - это поиск возможностей, с помощью которых, в условиях национального упадка проявляются и раскрываются уникальные способности человеческой личности к созиданию общественных благ. Создаются соответствующие ресурсы, условия для формирования человеческой среды, необходимой для реализации стратегии. Стратегия определяет направление движения и формирует механизмы реализации.

Есть современные технологии управления человеческими ресурсами глобальной экономики с помощью общественных организаций и образования. В процессе созидания нового экономического порядка общественные организации, являясь альтернативой государственной пропаганде (и теневой экономике?), берут на себя функции лидерства. Общественные организации, так же, как и образовательные учреждения, работают в рамках той или иной стратегии социального инжиниринга, ведут многоплановую деятельность, отражают существующую реальность, ведут поиск новых способов создания необходимых человеческих ресурсов. Общественные организации ведут борьбу с «левиафаном» государства, который сами и создают, примеряют на себя роль лидера общества, выражают общественные интересы, формулируют общественный заказ. Вместе с тем общественные организации могут генерировать и мифы, иллюзии, занимаются манипулированием общественного мнения. Таким

образом, общественные организации пытаются гранулировать общество по отдельным важным проблемам, ускоряют, направляют самоорганизацию, конкурируют за умы граждан.

С общественными организациями всё неоднозначно. Есть традиционные ценности и новомодные псевдо ценности. Какие ценности надо защищать, на что опираться, чтобы была свобода производителей, чтобы был прогресс, чтобы «не погибнуть» в условиях геополитической конкуренции. Этими вопросами занялись зарубежные фонды и меценаты, преследующие свои цели. Общественные организации, финансируемые из - за рубежа, заняты социальным инжинирингом в интересах лидера глобальной экономики, подготовкой предпринимателей, действующих в интересах лидера глобального рынка.

Иностранные гранты часто искажают приоритеты национальных общественных организаций, в пользу интересов глобального рынка, «заняты» изменением (подменой) культурного кода, способствуют установлению единых стандартов поведения, которые соответствуют глобальной экономике, глобальным рынкам, а не интересами национальной экономики и её граждан. Международные финансовые организации предлагают помощь в осуществлении стандартных реформ, предлагают стратегию и кредиты. Это, своего рода стратегическое влияние доллара, помогает лидеру глобального рынка, где доллар и рейтинги, устанавливаемые вручную, определяют всё, взять под свой контроль очередную экономику. Когда США, с помощью кредитов, берут под свой контроль экономику другого государства, то уровень потребления, на первых порах быстро возрастает. Более высокий уровень потребления - сильный стимул к изменению социального поведения. Зарубежные инвесторы как бы говорят: мы создадим вам современную инфраструктуру и рабочие места, ваша бизнес - номенклатура сохранит своё влияние, а, взамен, мы будем эффективно управлять вашими ресурсами. При этом, ваши «лишние» граждане, как в Греции, будут жить на пособие, которое мы вам будем платить, пока вы к нам лояльны. Жизнь на пособие блокирует надежды, мечты, лишает будущего. По сути, предлагается аргентинский вариант развития экономики.

Правильные общественные организации постоянно заняты «разработкой реальности», выявляют, фиксируют «когнитивный диссонанс» и генерируют воздействия, гармонизирующие социально - экономические процессы. Общественные организации, инструмент просвещения и либерализации рынка труда, уделяют внимание формированию национальной бизнес - элиты и качеству среднего класса. Свободная экономика должна генерировать творческую бизнес - элиту, средний класс - созидатель, а не привилегированную бизнес - номенклатуру и средний класс - надсмотрщик и потребитель.

Конкурентоспособность национальной экономики определяют имеющиеся в ней общественные и частные богатства, равномерность распределения богатств по стране и среди граждан, уровень потребления, степень его стабильности и устойчивости. Важно, за счёт чего он обеспечен: за счёт займов, за счёт кредитов, за счёт продажи природных ресурсов, за счёт эффективного товарного производства, за счёт творческого труда в расширенном товарном производстве.

Конкурентоспособность страны определяет реальный сектор экономики. Его многообразие, разнообразие технологий, привлекательность, обеспечивающие эффективность национальной экономики в условиях глобального рынка. Конкурентоспособность обеспечивается независимой финансовой системой, организационными способностями общества, инфраструктурой, доступностью рынков, степенью влияния на современный рынок, устойчивостью культуры, стабильностью ценностей, мощью армии.

Нечёткие модели не очень точные, но достоверные, являются инструментом систематизации знаний о состоянии национальной экономики. Нечёткая модель помогает осознать существующую тенденцию движения экономики, выявить наличие «когнитивного диссонанса». Нечёткая модель помогает сопоставить множество существующих механизмов создания богатств, понять за счёт чего преимущественно создаются богатства: за счёт рабского труда, финансовых махинаций; за счёт продажи природных ресурсов, полезных ископаемых, уничтожения природной среды; приватизации государственной собственности; за счёт свободного творчества людей, и т. п. Систематизированные знания помогают понять суть происходящего, понять, как действовать, что делать, принять правильное решение.

УДК 621.37

Ткачева Татьяна Анатольевна

к.т.н., доцент

tkacheva3@mail.ru

ПРОЕКТНОЕ ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ С УЧЁТОМ ПРОЦЕССНО-ПРЕЦИЗИОННОГО КОНТРОЛЯ НАДЁЖНОСТИ КАРЬЕРНОГО АВТОТРАНСПОРТА (КАТ)

Московский государственный машиностроительный университет

Аннотация: В статье представлена концепция повышения производительности с учётом надёжности эксплуатации карьерного авто-

транспорта - $K_{г\text{КАТ}}$. рассмотрена изменчивость производительности в ненормированных отклонениях $K_{г\text{КАТ}}$ при эксплуатации и сервисном ремонтно-профилактическом обслуживании (С РПО) КАТ

Повышение производительности каждой единицы КАТ - это необходимая стратегическая задача современности ввиду сложности финансового положения добывающих полезные ископаемые предприятий. Одним из направлений её решения является - процессно-прецизионные наблюдения, слежение, измерения показателей движения по карьеру и контроль за текущим технико-технологическим состоянием каждой единицы КАТ, всех механизмов, узлов и деталей, всегда работающих в сложных, экстремальных условиях, например, в резко изменяющихся синоптических ситуациях и др. Кроме того, на время погрузки горной массы влияет точность установки КАТ, что определяет производительность в каждом рейсе (рис.1).



Рис. 1. Особенности погрузочных условий КАТ в ночное время

Эксплуатация КАТ и его перемещение с различных технологических участков по дорогам карьеров (разрезов) в ночное время существенно зависит от состояния дорог на карьерах и потери могут составлять 5-10%. Стратегическим направлением развития современных, конкурирующих систем сервисного и ремонтно-профилактического обслуживания (С РПО) КАТ в сложных финансовых, технических, экономических и социально-трудовых условиях является ускоренная модернизация и инновационное оснащение ремонтных цехов.

Стратегия обеспечения $K_{г\text{КАТ}}$ в сложных условиях

С системной точки зрения в настоящее время важна работа бортовых информациологических систем (БИС), установленных на КАТ. И она должна быть согласована с другими информационными системами горного предприятия. Сейчас за эксплуатацией и С РПО КАТ ведётся наблюдение и имеется определённая полнота, своевременность и достоверность контроля, измерений, наблюдений и т.д. /1-3/. Здесь существенную роль может играть и используемый диапазон размерности наблюдаемых, контролируемых и измеряемых величин. Так для большой размерности величин, например, оценка объёма памяти для слежения за показателями производительности и надёжности – Тбайты, а для разнообразия и точности оценки диапазона размера кусковатости погружаемой горной массы – от м до: - нм, - ам, - фм и т.д. Отметим, что горная пыль, размеры которой изменяются в микро, нано и меньшем диапазоне существенно влияет на надёжность работы многих механизмов и устройств КАТ (изменяются коэффициент трения, число степеней свободы в узлах механизмов, смещается центр тяжести деталей и т.д.).

Коэффициент готовности – $K_{ГКАТ}$ как стандартный, но одновременно и синтетический показатель функционирования общей системы «регион - горное предприятие – КАТ – системы и средства измерений, контроля, наблюдений и управления» в общем виде определяется как

$$K_{ГКАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ}) = \frac{Tr_{КАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})}{(Tr_{КАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ}) + T_{ВКАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ}))},$$

где $Tr_{КАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ и $T_{ВКАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ – время (период) работы и восстановления КАТ, соответственно, в процессах эксплуатации и С РПО.

Показатели $Tr_{КАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ и $T_{ВКАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ обобщённо характеризуют все особенности процессов эксплуатации и С РПО КАТ, хотя и опосредственно. Это две взаимосвязанные и взаимозависимые функциональные величины. $Tr_{КАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ и $T_{ВКАТ}(X_{КАТ}, Y_{КАТ}, Z_{КАТ}, t_{КАТ})$ достаточно объективно отражают уровень постоянного согласованного совершенствования технологий эксплуатации и С РПО КАТ в модернизируемых, например, точечных горных технологиях /4/.

Одним из направлений теоретического обоснования повышения уровня качества системы ремонта КАТ на добывающих предприятиях, а значит необходимость вложения дополнительных средств, может быть предложен принцип процессности прецизионной детализации. Он представим в виде комплексной модели временного критерия оценки, в т.ч. конкурентных преимуществ и возможностей при организации СРПО КАТ

$$\text{Трем.опер.}_{\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) = \sum_{i=k}^{\infty} \text{Тр.о.}_{i \text{ КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}), \quad (1)$$

$$Z_{\text{рем.опер.}_{\text{КАТ}}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) = \sum_{i=k}^{\infty} Z_{\text{р.о.}_{i \text{ КАТ}}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}),$$

где $\text{Трем.опер.}_{\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})$, $\text{Тр.о.}_{i \text{ КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})$, $Z_{\text{рем.опер.}_{\text{КАТ}}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})$, $Z_{\text{р.о.}_{i \text{ КАТ}}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})$ – контролируемая длительность и затраты ремонтных операций по каждому виду КАТ и их составляющих, соответственно; k - нижний уровень прецизионной детализации проводимых на предприятии ремонтных операций.

Верхний уровень возможности детализации ремонтных работ (операций) зависит от: технико-технологической оснащённости ремонтных служб горного предприятия, которые должны иметь и новые машиностроительные (например, нано -) и др. технологии; высокую квалификацию персонала и т.д.

Детализировать показатель эксплуатации - $\text{Тр}_{\text{КАТ}}$ можно представлением модели типа по технологическим участкам карьеров (разрезов)

$$\text{р}_{\text{КАТ}}(\text{суммарное время}) = \text{Тр}_{\text{КАТ перегр}}(\text{работа на нижних горизонтах}) + \text{Тр}_{\text{КАТ норм}}(\text{работа на перегрузке}), \quad (2)$$

$$Z_{\text{р}_{\text{КАТ}}(\text{суммарное время})} = Z_{\text{р}_{\text{КАТ перегр}}}(\text{работа на нижних горизонтах}) + Z_{\text{р}_{\text{КАТ норм}}}(\text{работа на перегрузке}),$$

где $\text{Тр}_{\text{КАТ перегр}}$, $\text{Тр}_{\text{КАТ норм}}$, $Z_{\text{р}_{\text{КАТ перегр}}}$, $Z_{\text{р}_{\text{КАТ норм}}}$ – время и затраты на работы КАТ при перегрузке и в номинальном режиме, соответственно (рис. 2).



Рис. 2,а. Нормальная нагрузка КАТ автотранспорта по горной массе.



Рис. 2, б. Правый автомобиль с ненормированной перегрузкой по горной массе (различная её кусковатость).

Пространство изменений и возникновения нарушений технического состояния (ТС) КАТ при эксплуатации (рис. 2,а) представим интегрально как

$$\text{пространство изменений ТС КАТ} = \int \int \int V_{k \text{ КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) dV_{k \text{ КАТ}}, \quad (3)$$

$$V_{k \text{ КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})$$

где $V_{k \text{ КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}$ процессно и прецизионно контролируемое метрическое пространство эксплуатации КАТ (рис. 3, а, б, в).



Рис. 3, а, б. Продвижение КАТ в забое



в)

Рис. 3,в. Нахождение КАТ в забое для погрузки горной массы

На рис. 3 показаны особенности сложных текущих условий эксплуатации КАТ непосредственно в забоях при подготовке к погрузке горной массы. А с учётом координат пространства эксплуатации КАТ пространство изменчивости и нарушений ТС КАТ представим следующим образом:

$$\text{если } V_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) = A_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) \cdot \\ \cdot B_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) \cdot C_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}), \text{ то} \\ V_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}}) = \frac{\partial A_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})}{\partial V_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})} dA_{P\text{КАТ}} + \\ + \frac{\partial V_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})}{\partial B_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})} dB_{\text{КАТ}} + \frac{\partial V_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})}{\partial C_{P\text{КАТ}}(X_{\text{КАТ}}, Y_{\text{КАТ}}, Z_{\text{КАТ}}, t_{\text{КАТ}})} dC_P$$

Дифференцированием в частных производных можно фиксировать малые отклонения, а значит получить точную метризацию пространства, отражающего индивидуальную эксплуатацию каждого р-го КАТ. Для практики это даёт возможность детального описания всех возникающих при эксплуатации КАТ отказов, появляющихся при ненормированных нагрузках, что характерно для горного производства. Аналогично можно учесть и временной фактор.

Ввиду возрастающей интенсивности нагрузок на КАТ будем оценивать любое, даже самое незначительное изменение $K_{Г\text{КАТ}}$, обозначая его через приращение - $\Delta K_{Г\text{КАТ}}$. Считаем эту величину n-порядка малости, т.е. бесконечно малой величиной (б.м.в.) /5/

$$\Delta K_{ГКАТ} \rightarrow \varepsilon,$$

где ε - б.м.в.

Исследование малых величин изменчивости $K_{ГКАТ}$.

Как уже было показано $K_{ГКАТ}$ под воздействием множества факторов в пространстве и времени существенно изменяется. Т.е.

$$\begin{aligned} K_{ГС РПО КАТ} &= F_{K_{ГС РПО КАТ}}(x_{С РПО}, y_{С РПО}, z_{С РПО}, t_{С РПО}), \\ K_{ГЭ КАТ} &= F_{K_{ГЭ КАТ}}(x_{Э}, y_{Э}, z_{Э}, t_{Э}), \end{aligned} \quad (6)$$

где $F_{K_{ГС РПО КАТ}}$, $F_{K_{ГЭ КАТ}}$, $x_{С РПО}$, $y_{С РПО}$, $z_{С РПО}$, $t_{С РПО}$, $x_{Э}$, $y_{Э}$, $z_{Э}$, $t_{Э}$ – функционалы и пространственно-временные координаты систем С РПО и эксплуатации соответственно.

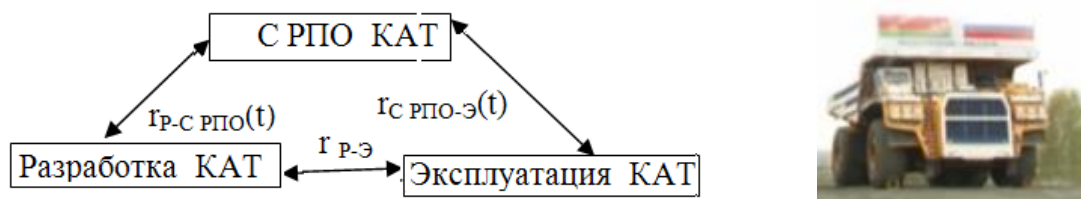
Важно отметить, что пространства С РПО и эксплуатации КАТ различны. Для точного описания всех изменений в указанных выше процессах, которые по техническому и технологическому уровню должны быть сопоставимыми, например, по оснащённости систем С РПО современными станками и средствами измерений, контроля и наблюдений. Изменчивость $K_{ГКАТ}$ может быть представлена моделями вида

$$\begin{cases} \Delta K_{ГКАТ-Р} \rightarrow \varepsilon_{КАТ-Р}, \\ \Delta K_{ГКАТ-Э} \rightarrow \varepsilon_{КАТ-Э}, \\ \Delta K_{ГКАТ-С РПО} \rightarrow \varepsilon_{КАТ-С РПО}, \end{cases} \quad (7)$$

где $\Delta K_{ГКАТ-Р}$, $\Delta K_{ГКАТ-Э}$ и $\Delta K_{ГКАТ-С РПО}$ – абсолютные отклонения изменения состояния КАТ на стадиях разработки, эксплуатации и С РПО.

Чувствительность к фиксации любой, самой незначительной изменчивости $K_{ГКАТ-Р}$,

$K_{ГКАТ-Э}$ и $K_{ГКАТ-С РПО}$ в модели (7) должна быть одного порядка, а это значит, что величины отклонений $\Delta K_{ГКАТ-Р}$, $\Delta K_{ГКАТ-Э}$ и $\Delta K_{ГКАТ-С РПО}$ должны быть равноценными, эквивалентными. А на практике это означает, в частности, согласованность управления как в процессе эксплуатации, так и С РПО КАТ (рис. 4).



где $\Gamma_{Р-Э}(t)$; $\Gamma_{С РПО-Э}(t)$; $\Gamma_{Р-С РПО}(t)$ – коэффициенты корреляции.

Рис. 4. Обобщённый граф взаимосвязи «Разработки», «С РПО» и «Эксплуатации» КАТ

Отметим, что новые направления развития системы С РПО КАТ (оборудование ремонтных заводов и цехов с новыми станками с ЧПУ, т.е. с индивидуальным компьютерным управлением, прецизионными средствами, наблюдений, измерений, контроля и их поверки) на горно-

добывающих предприятиях в настоящее время значительных экономических преобразований в РФ имеет важное технико-технологическое и социальное значение. Ремонтное предприятие по уровню оснащения должно быть выше, иметь высокую динамику обновления, а не быть таким же, а тем хуже по техническому оснащению, чем предприятия, изготавливающие горное оборудование. Такой подход расширяет конкурентные возможности применения КАТ и положительно изменяет финансово-техническую ситуацию в регионе.

Выводы

Постоянно и значимо конкурирующие стратегии гармоничного, финансово, экономически и социально значимого развития техники и технологий качественной эксплуатации КАТ на карьерах, разрезах, россыпных месторождениях обеспечивают эффективность, безопасность и эффективность горного производства только на основе новых технологий, включающих стандартизованные спутниковые и наземные наблюдения; процессно-прецизионный контроль, наблюдения и измерения, правильную, математически обоснованную обработку данных результатов в ИС процессов его С РПО и эксплуатации /2,3,6/. И здесь появляются новые возможности теоретического обоснования учёта влияния бесконечно большого количества факторов, влияющих на $K_{Г\text{ КАТ}}$, определяющего и синтезирующего всю изменчивость горно-технологических процессов на наноразмерном и более высоком уровне точности и чувствительности. С учётом этого, экономично и социально значимо применение новых машиностроительных и компьютерных технологий, значительно опережающая модернизация ремонтной базы горных предприятий (открытие новых ремонтных цехов, а для современных средств и технологий измерений – новых поверочных лабораторий, участков, цехов и даже предприятий).

В статье:

1. Поставлена задача разработки процессно-прецизионной методологии исследований и оценки $K_{Г\text{ КАТ}}$.
2. Показана необходимость выявления новых проблем оценки изменчивости отклонений $K_{Г\text{ КАТ}}$ при эксплуатации и С РПО КАТ.

Важность полученных результатов перспективна, т.к. позволяет:

1. Детальнее и точнее определять, нормировать и прогнозировать показатели $Tr_{КАТ}$ и $Tв_{КАТ}$, а значит производительности индивидуально по каждой единице КАТ в конкретных горно-геологических, погодносиноптических, технико-технологических и др. условиях.
2. Использовать принцип процессности и прецизионности $Tr_{КАТ}$ и $Tв_{КАТ}$, достаточно полно выявляющий все аспекты эксплуатации и С РПО КАТ.

3. Развивать системы С РПО КАТ с конкурирующими технологиями на данном этапе финансового, технического, экономического и социального развития, модернизировать, изменять и оснащать на горных предприятиях инновационно.

Список литературы

- 1.Ткачева Т.А. Информациологическая точность интеллектуализированного мониторинга управления надежностью карьерного оборудования. М.: Труды РНТО РЭС им. А.С. Попова. Выпуск LXI. 2006. - С. 210-211.
2. Ковалевская С.В. Труды С.В. Ковалевской. М.: Труды АН СССР. – 1948.
3. Ткачева Т.А. О теории и технологии поверки горно-добывающих производственных процессов (ГД ПП). М.: Труды РНТО РЭС им. А.С. Попова. Выпуск LXI. 2006. - С. 207-210.
- 3.Ткачева Т.А. Информациологическая точность интеллектуализированного мониторинга управления надежностью карьерного оборудования. М.: Труды РНТО РЭС им. А.С. Попова. Выпуск LXI. 2006. - С. 210-211.
- 4.Бирюков В.М. и др. Техническое обслуживание и текущий ремонт стационарного оборудования. М.: Недра. -1988.
5. Бермант А.Ф., Араманович Н.Г. Краткий курс математического анализа. М.: Наука. – 1967.
6. Ткачева Т.А. Проблемы и решения активизации метрологического обеспечения цифровых технологий горного производства. //Информационно-измерительные и управляющие системы, № 2, 2007. – Стр.57- 65.

Толстов Юрий Алексеевич

Tolstov J.A.

к.т.н., доцент,
utol@yandex.ru

СУБКОНТРАКТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

SUBCONTRACTING IN STRATEGIC MANAGEMENT

г. Чебоксары, Волжский филиал МАДИ

Аннотация: Деятельность предприятия рассматривается относительно его роли в цепи поставок. Для повышения эффективности работы предприятий и развития их взаимодействия в рамках развития коопера-

ционных связей в средне - и долгосрочной перспективе предлагается использовать субконтракинг.

Abstract: The activity of the company is relative to its role in the supply chain. To improve the efficiency of enterprises and the development of their cooperation in the framework of development cooperation in the medium and long term are encouraged to use subcontracting.

Сегодня в российских регионах идут активные процессы, связанные с рыночной трансформацией всей системы производственных отношений и форм хозяйствования, главной целью которых должно стать построение высоко конкурентной, гибкой и восприимчивой экономики, противодействующей кризисным явлениям направленной на интеграцию в национальное и мировое хозяйство. Вместе с тем российская экономика переживает сейчас непростой период, когда необходим поиск путей выхода из затянувшегося кризиса. Глобальные рынки и растущая торговля, перешагивающая границы, приводят к развитию конкуренции. Для того чтобы противостоять давлению конкурентов и преодолению кризисных явлений, необходимо принципиально пересмотреть существующее разделение труда между поставщиками комплектующих изделий и фирмами-производителями. Все предприятия независимо от вида деятельности предприятия всегда можно рассматривать относительно его роли в цепи поставок – взаимодействия поставщик-потребитель. При этом основное внимание при предприятии обычно уделяло своим внутренним функциям и работе со своими непосредственными потребителями. Изменившиеся условия внешней среды заставляют руководство предприятий по другому взглянуть на степень его участия в управлении цепью поставок. Вместо конфронтации между поставщиками и потребителями должно быть взаимовыгодное сотрудничество, которое может привести к гармоничному развитию партнеров на базе обмена информацией и услугами.

При этом каждое предприятие в соответствии со своими логистическими требованиями должно само определять собственные направления развития, настраиваться на средне- и долгосрочные меры, чтобы выстоять в конкурентной борьбе, как внутринациональной, так и международной. Необходимы новые формы организации взаимодействия между предприятиями.

Инструментом реализации этих целей является применение субконтрактинга. Субконтрактинг способствует налаживанию внутрорегионального сотрудничества между предприятиями региона, развитию трансфера инновационных технологий. Применение субконтрактинга позволит предприятию правильно себя позиционировать с точки зрения оптимального выбора стратегических и структурных подходов его раз-

вития, увязать работу по достижению внутреннего совершенства с развитием хороших внешних отношений в цепи поставок, адаптироваться к меняющимся условиям внешней среды, вести непрерывную работу по оценке внутренней и внешней эффективности. Установление производственных кооперационных связей привлекательно по целому ряду причин: совершенствование и модернизация производительных сил региона, получение доступа к передовым эффективным технологиям, привлечение опыта рыночного хозяйствования и методов управления производством, выход за рамки внутреннего рынка. В производственной кооперационной деятельности необходимо ориентироваться на среднесрочное и долгосрочное сотрудничество. Однако при этом необходимо считаться с инерционностью экономических процессов и острой конкуренцией.

Поэтому региональную кооперационную деятельность необходимо осуществлять на базе имеющегося производственного потенциала и при активном участии региональных центров субконтрактинга. Желательно участие предприятий региона в кооперационной деятельности с производством продукции с высокой степени переработки. Однако подавляющее число предприятий особенно в сфере машиностроительного комплекса просто не готовы к этому: это техническая и технологическая отсталость, низкий уровень управленческой культуры и как следствие этого несоответствие продукции международным стандартам качества.

Участие предприятий региона в производственном кооперировании имеет ряд мотивационных преимуществ. Это - прежде всего расширение возможностей комплексного, длительного и мобильного использования трудовых и производственных ресурсов региона, вовлечение в кооперацию малых и средних предприятий обладающих инновационным потенциалом. Мотивационным преимуществом предприятий региона участвовать в производственном кооперировании относится и создаваемая им возможность путем сравнительно небольшого роста приобретаемых комплектующих добиваться существенного увеличения выпуска конечной продукции идущей как на внутренний рынок, так и на экспорт. Предприятия, участвующие в кооперации существенно снижают затраты на единицу выпускаемой продукции, поскольку обеспечивается их специализация на изготовление определенных агрегатов, узлов, деталей. При этом решаются проблемы стандартизации продукции по Международным нормам. Наиболее важным мотивационным преимуществом является то, что производственное кооперирование способствует внедрению на предприятиях систем качества, основанных на международных стандартах (ISO, TQM) и, как следствие повышение уровня управленческой культуры. Развитие производственных кооперационных связей должно способствовать повышению инвестиционной привлека-

тельности региона, приходу национального и иностранного капитала, содействовать структурным сдвигам в региональной и национальной экономике, обеспечивать рост экономического потенциала региона и удовлетворению социально-экономических интересов населения региона.

УДК 338.2

Челак Светлана Васильевна
Chelak S.V.

к.э.н., доцент
sv1135@ mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ: ПРЕДМЕТНЫЕ КОНТУРЫ И ПРОБЛЕМЫ

SCOPE AND PROBLEMS OF ECONOMIC THEORY

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский политехнический университет
Петра Великого

Аннотация: Специфические характеристики экономической теории как особого феномена современного общества рассмотрены в данной статье. Вниманию читателя предлагается теоретическое исследование процессов становления экономической теории на современном этапе развития страны.

Abstract: The specific characteristics of economic theory as a special phenomenon of the modern society discussed in this article. The reader a theoretical study of the processes of formation of economic theory at the present stage of development of the country.

Ключевые слова: экономическая теория, концепции, парадигма, концепция, потенциал.

Key words: economic theory, concept, paradigm, the concept of potential.

Использование потенциала, накопленного экономической наукой, есть необходимое, но недостаточное условие адекватного научного отражения, в том числе и опережающего, переходных экономических процессов - и глобальных, характерных для мировой цивилизации в целом, и локальных, охвативших отдельные регионы мира и отдельные страны. В современных условиях и, по крайней мере, в ближайшей исторической

перспективе для новых независимых государств характерна особая парадигма социально-экономического развития. В ее научном осмыслении неэффективны и бесперспективны концепции, опирающиеся на привычные схемы - старые отечественные или новейшие зарубежные. Однако столь же неконструктивно и формально-логическое отрицание накопленного отечественного и мирового научного потенциала. Наиболее плодотворным представляется путь творческого осмысления объективных процессов и явлений в переходном обществе. Необходимо рассмотреть путь возможных направлений их эволюции в среднесрочном и долгосрочном периодах с использованием научных достижений стоимостной и социальной парадигм с учетом ориентиров гуманистической мета парадигмы в развитых странах. По существу речь идет о необходимости формирования особого национального переходного варианта социализированной экономической метапарадигмы, в рамках которой можно будет получить решающее приращение практически значимых научных знаний о реальных процессах.

Осмысление всего многообразия последних должно опираться на фундаментальный факт их субстанцируемости основными элементами труда - абстрактным, конкретно - опредмечивающим и конкретно - оочеловечивающим. В условиях снятия ряда искусственных внеэкономических ограничений на развертывание соответствующих стоимостных и социальных процессов такой подход, во-первых, открывает возможности комплексного, системного видения проблематики переходной экономики, и, во-вторых, выступает важной методологической предпосылкой концептуальной характеристики ключевых составляющих переходной научной метапарадигмы.

Очевидно, отечественной теории и практики еще только предстоит овладеть потенциалом мировоззренческих принципов экономического рационализма и экономической свободы. Однако их приоритет по отношению к принципу социальности не может быть безусловным. Нужно принимать во внимание и возрастающую роль человеческого капитала на крутых исторических поворотах, и "демонстрационный эффект" стран более развитых. Следовательно, не обойтись без сочетания указанных мировоззренческих принципов.

При этом характеристика принципа социальности не может ограничиваться такими его известными чертами, как кумулятивное накопление общечеловеческого в человеке, обогащение его общественных связей, развитие принципа социальной справедливости. Важнейшими мировоззренческими проблемами становятся повышение уровня адекватности различных социально-экономических типов человека; синергический эффект взаимодействия общечеловеческого и социально-экономического в человеке; соотношение социального и гуманистического в экономике.

Понимаемые таким образом мировоззренческие принципы предполагают, с одной стороны, расширение объекта познания экономической теории - таковым призвана стать национальная экономика как единство взаимосвязанного производства продукта и производства человека, как общественное производство и воспроизводство человеческой жизни. С другой стороны, - анализ различных аспектов взаимодействия субъекта и объекта познания. Соответственно, сегодняшней научной метапарадигме представляется адекватным предметное пространство, ограниченное проблематикой богатства в противоречивом триединстве его основных составляющих - стоимостной, полезностной и социальной. Не вызывает сомнений и комплексный характер предметного направления исследования. Содержание исследования призвано дать научное отражение сущности соответствующих процессов, их соотношения, взаимодействия и эволюции в национальной экономике с учетом влияния мирохозяйственных связей.

В изучении современных глобальных переходных процессов экономическая наука уже использует различные подходы - телеологический, генетический, эволюционный, циклично-генетической динамики и другие, - каждый из которых дает вполне определенное видение реалий и имеет право на существование в силу неисчерпаемости гносеологических ресурсов. Результаты исследований в теоретико-методологической области является исходной базой для разработки проблем микро-, макро- и мега предметных экономических областей. В то же время фундаментальные обобщения в рамках первой вряд ли возможны без определенного задела в последних. Разумеется, можно привести серьезные доводы в пользу первоочередности и приоритетности исследований в каждой из указанных областей. Например, приоритетность изучения макроэкономических процессов логично обосновывается доминированием общественного воспроизводства над индивидуальным в плановой экономике и особой ролью государства в формировании рыночной экономики. Однако верно и то, что государственные усилия чреватые отрицательным эффектом без адекватной оценки реальных процессов, которые в значительной мере уже вышли из-под прямого контроля и управления со стороны государства и имеют вполне определенную логику развития. Наконец, в условиях значительной, в известной мере, неоправданной открытости национальной экономики нельзя считать второстепенным и фундаментальное осмысление влияния мировой экономики на внутренние переходные экономические процессы.

Итак, всякая очередность в изучении проблематики указанных предметных областей в значительной мере условна. Безусловными императивами являются комплексный, системный подход, который предполагает, в частности, попытку творческого синтеза теорий, концепций и

идей, относящихся к различным направлениям экономической мысли, причинно-следственного, генетического и функционального анализа, а также соблюдение принятой в научном сообществе субординации и координации фундаментальных и прикладных исследований. В связи с этим представляется целесообразным определение общей логики и этапов научного поиска в микро-, макро- и мега экономической предметных областях.

УДК 338.46

Чеснова Ольга Александровна

к.э.н., доцент кафедры,

Морщагина Нина Александровна

к.э.н., доцент кафедры

ena_gukit@mail.ru

ТВОРЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОИЗВОДСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный институт
кино и телевидения

Аннотация: В статье рассматриваются особенности производства отечественных телепрограмм, описываются тенденции и перспективы развития телеконтента в современных условиях.

Под телевидением (ТВ) специалисты понимают профессионально отобранный и представленный специализированными агрегаторами видеоконтент, рассчитанный на пассивное длительное потребление в различных коммуникационных средах и на различных экранах [1]. Отметим, что в настоящее время применительно к телевидению чаще используется термин телеконтент (содержимое телеканала), который, по мнению авторов, является ключевым фактором в конкурентной борьбе за аудиторию (телезрителей).

Анализируя особенности производства телевизионных программ в современных условиях отметим, что технически передача может быть любой продолжительности, но по ряду причин, среди которых удобство составления сетки телевизионного вещания, размер телепрограммы чаще всего бывает кратен 15 или 20 минутам. Также существует мнение психологов, согласно которому, телезритель может впитывать аудиовизу-

альную информацию без потери понимания на протяжении 45 минут, в связи с чем, продолжительность большинства телешоу или серий телесериалов составляет три четверти часа [2]. Добавим, что внутри телепрограмм и в интервалах между их показом демонстрируется телевизионная реклама, а также осуществляется анонсирование телеканалами собственных программ.

Отметим, что при составлении сетки телевизионного вещания телекомпаний, как правило, используют годовое двухсезонное программирование телепрограмм - осенне-зимний (сентябрь-май) и весенне-летний (июнь-август) периоды. В летний период программы, требующие больших затрат на производство, убирают из эфира, а весь персонал, работающий на программе, уходит в творческий отпуск. Новый сезон на телевидении начинается в сентябре, в период повышения деловой активности. К этому моменту обновляется эфир - некоторые программы исчезают из эфирной сетки, другие, наоборот, появляются [3].

Стоит добавить, что применительно к телевидению применяют термин формат, который изначально обозначал лишь количественные характеристики, а именно хронометраж передачи. Так, телепрограмма должна была «вписаться» в установленные временные рамки («шаг» был равен 26 минутам), а при несоблюдении требований материал просто не шел в эфир. Однако в связи с усиливающимся процессом дифференциации и специализации вещания в это понятие стали вкладывать не столько внешние, технические параметры, сколько концептуальные, смысловые свойства.

Заклучим, что по мере роста количества каналов зрители стали все более требовательными, в ответ на это вещательные телерадиокомпании были вынуждены ориентироваться на свою, более узкую, сегментированную аудиторию, а формат стал необходимым инструментом формирования стратегии развития [5]. В современных условиях формат вещания телеканала определяет выбор соответствующих телепрограмм (телеконтента).

Вообще, для удержания и формирования постоянной аудитории телеканалы используют различные стратегии, например стратегии удержания («lead-in strategy») предполагают размещение передач различными блоками – наиболее интересные передачи сменяются менее популярными и так по кругу. Также, чтобы удержать зрителей у экранов, некоторые телеканалы используют так называемые «бесшовные» эфиры, при которых реклама и анонсы следующих передач транслируются внутри программ на нижней или боковой части экрана. Помимо программирования на более продолжительные просмотры, также каналы применяют и контрпрограммирование, при котором за основу принимается эфирная

сетка конкурирующего канала или каналов, и телеканал стремится «отвоевать» аудиторию схожими телепрограммами [2].

Необходимо заметить, что в последнее время у телеаудитории серьезно меняются привычки телевизионного просмотра ввиду бурного развития и повсеместного внедрения сети Интернет, которая открывает перед хозяйствующими субъектами телевидения новые перспективы взаимодействия с целевой аудиторией. Значительная часть экспертов считает, что в будущем телевизионный просмотр будет осуществляться не через цифровое ТВ, а с помощью устройств, имеющих выход в сеть Интернет, в связи с чем, будет осуществляться агрегация телеконтента в неэфирных средах, при этом будет осуществляться монетизация телеконтента в неэфирном пространстве. В настоящее время телеканалы уже используют возможности сети Интернет для продвижения своего бренда, а также для показа телепрограмм в сети.

Также отметим, что бурное развитие сети Интернет приводит к переходу от экрана телевизора к экрану компьютера самую активную, обеспеченную и молодую часть аудитории, наиболее интересную для рекламодателей. Что, в свою очередь, ведет к перераспределению рекламных бюджетов не в пользу ТВ. Повсеместно заметно, что телеканалы предоставляют свой контент Интернет-провайдерам на условиях распределения доходов от рекламы. А повторное использование уже показанного в эфире телеконтента дает дополнительный источник доходов, не конкурирующий с использованием контента в эфире. Более того, первый прокат в эфире создает сильнейший эффект промо для привлечения аудитории к просмотру того же контента в Интернете [6].

Важно отметить, что в современных условиях, все чаще говоря о телепрограммах упоминают термин «адаптация». Вообще, под адаптацией в медиасфере (от лат. «adaptation», то есть «приспособление») понимают некий процесс приспособления медиапродукта к тем или иным внешним и внутренним факторам. Например, адаптациями являются такие телепрограммы, как «Битва экстрасенсов» («Psychic Challenge»), «Голос. Дети» («The Voice Kids») и др. Заметим, что при адаптации происходит покупка прав у создателя оригинального формата, однако, встречаются также случаи нарушения авторских прав создателями телепроектов.

Несмотря на увеличивающееся количество адаптаций иностранных телепроектов на отечественном рынке, стоит отметить, что в мире пользуются форматами российских телепрограмм. Так, в 2013 году по российским форматам было произведено 25 адаптаций по 8 форматам. Наиболее активно российские форматы покупали для адаптации СНГ (Казахстан, Белоруссия, Молдавия, Армения, Грузия) и прибалтийские страны (Литва, Латвия, Эстония). Также в 2013 году появились новые

территории, которые приобрели и произвели развлекательные программы и сериалы по российским форматам, к ним относятся Польша, Сербия, Турция.

Отметим, что всего с 2002 по июнь 2014 года было произведено около 160 адаптаций по российским форматам, из них 68% пришлось на СНГ, а 32% - на другие территории, из них более 50% - это прибалтийские страны. Отметим, что первыми адаптированными версиями отечественных телевизионных проектов стали игры «Что? Где? Когда?», которые в 2002 году появились в эфире телеканалов «Armenia TV» и «Израиль Плюс». Также получили распространение проекты «Жди меня», «Дом-2» и др. Возрастающая активность российских продакшн-компаний и телеканалов в этом направлении, а также рост ликвидных оригинальных проектов делает этот рынок с каждым годом все более привлекательным [4].

Говоря о перспективах развития телевидения отметим, что телевидение и дальше будет интегрироваться с сетью Интернет, также будет происходить агрегация контента в неэфирных средах, в связи с чем актуальной становится фрагментация аудитории, которая наблюдается и в настоящее время при росте числа нишевых каналов.

Также эксперты прогнозируют, что ключевой технологией размещения рекламы в будущем будет «product placement», которая требует очень точного таргетирования (ориентации на целевую аудиторию) не только рекламы, но и телеконтента, в рамки которого эта реклама должна быть помещена. Из вышеперечисленного следует, что контентная монополия при фрагментации аудитории становится сложной задачей для телеканалов.

Добавим, что дальнейшее развитие телеканалов, на наш взгляд, должно осуществляться через развитие телевизионной синдикации. Мировая практика имеет примеры, когда одно успешное синдицированное телешоу увеличивало среднюю долю канала на 10-15%. Телевизионный синдикат дает возможность доступа к качественному продукту, предлагая оптимальный уровень затрат на телевизионное программирование, в результате чего возможно развитие конкурентного рынка телевизионного контента [6].

Таким образом, особенности производства отечественных телепрограмм в современных условиях характеризуются жанровыми предпочтениями российской телеаудитории, острой борьбой телеканалов за удержание целевой аудитории и высокие рейтинги телепрограмм, что вызвано возможностью размещения в эфире телевизионной рекламы, а также обусловлено появлением большого числа нишевых телеканалов. Несмотря на сложную социально-экономическую обстановку в России в конце 2014 года, стоит отметить положительные тенденции в производ-

стве телеконтента, ведь около 67% контента в отечественном эфире это уже российский продукт, что превышает показатели 2004 года в два раза (в кинопоказе, в сериалах, и в документальном кино).

Литература

1. Рекламное агентство «Vi». URL: www.vi.ru (дата обращения: 30.01.2015).
2. Рекламное агентство Media International Russia. URL: www.mediainrussia.com (дата обращения: 01.02.2015).
3. Дашевская Ирина Масс Медиа: Программирование на ТВ. URL: www.broadcasting.ru (дата обращения: 20.10.2014).
4. KVG Research URL: www.kvgresearch.ru (дата обращения: 01.02.2015).
5. Тютюнин А. В. Типология форматов российских телеканалов. Магистерская диссертация. ФГАОУ ВПО Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». Москва, 2013.
6. Потоцкий Игорь Что, почему и почему нам показывает ТВ. URL: www.forbes.ru/node/58173 (дата обращения: 01.02.2015).

УДК 338.001.36

Чуркин Владимир Иосифович
Churkin V.I.

канд. техн. наук, доцент
chvi48@yandex.ru

ИНДЕКСЫ (РЕЙТИНГИ) И ТЕОРИЯ ИЗМЕРЕНИЙ

INDEXES (RATINGS) AND THEORY OF MEASUREMENT

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,
кафедра "Стратегический менеджмент"

Аннотация. В статье рассматривается методика исследования индексов с точки зрения репрезентативной теории измерений. В качестве иллюстрации рассматривается Индекс экономической свободы, который ежегодно рассчитывается газетой *The Wall Street Journal* и исследовательским центром *Heritage Foundation* по большинству стран мира.

Abstract. In the article the method of studying of indices from the point of view of the Representational Theory of Measurement with an example of the Index of Economic Freedom developed by the Heritage Foundation in partnership with the Wall Street Journal is considered.

Ключевые слова: индекс, рейтинг, индекс экономической свободы, исследование, анализ, репрезентативная теория измерений.

Key words: index, rank, the index of economic freedom, study, analysis, the representational theory of measurement.

Актуальность. Индексы (интегральные показатели, индикаторы) и рейтинги на их основе широко используются во всем мире для принятия обоснованных решений. В связи с этим, задача анализа свойств индексов с точки зрения теории измерений и формирования рекомендаций для их совершенствования, является актуальной для разработчиков таких индексов.

Постановка задачи исследования. Задачей настоящего исследования является анализ свойств индексов с позиций *репрезентативной теории измерений* – РТИ (the Representational Theory of Measurement – RTM) и, на основе результатов анализа, разработка рекомендаций по их совершенствованию. В работе [1] приведено описание известного *Индекса экономической свободы* (The Index of Economic Freedom - IEF), выполняется анализ (в основном статистический) и даются рекомендации по совершенствованию этого индекса. В настоящей работе ссылки на IEF используются в качестве иллюстрации.

Методика исследования. Методика исследования основана на анализе шкал, в которых производятся измерения различных составляющих индексов, в проверке допустимости применяемых преобразований к оценкам в этих шкалах, в определении допустимой процедуры ранжирования.

Апробация методики. Методика анализа применяется к опубликованной на сайте разработчика IEF методологии его формирования.

Анализ и рекомендации. Оценки по ряду составляющих индексов даются в порядковой шкале, однако далее с ними выполняются операции (нахождение взвешенных сумм), которые не интерпретируемы в этой шкале (для IEF такими составляющими являются *Защита прав собственности, Свобода от коррупции, Свобода труда, Свобода торговли, Свобода инвестиций, Финансовая свобода*, см. [1]). Надо сказать, что таким образом строится большинство индексов (индикаторов, интегральных показателей). В тоже время, уже более 60-ти лет существует и развивается РТИ (см. [4], [11]), которая определяет допустимые преобразования в различных измерительных шкалах. В России действуют нормы (носящие рекомендательный характер), вводящие основные понятия и терминологию в области теории измерений [2], [3]. Основные результаты РТИ используются в учебных пособиях по психологии, квалиметрии, управлению качеством, но, традиционно, не входят в основной

материал по экономике. Поэтому ниже представлено краткое введение в основные понятия и результаты РТИ.

Пусть E, N — эмпирическая и числовая системы с отношениями на множествах-носителях A и B соответственно. В теории репрезентативных измерений кортеж $S = \langle E, N, h \rangle$, где h — гомоморфизм из E в N ($h: E \rightarrow N$), называют *шкалой измерения* (иногда, для краткости, шкалой называют гомоморфизм h). Другими словами гомоморфизм h — это есть отображение A в B , согласованное с отношениями. Пусть имеется числовая функция f определённая, по крайней мере, на области прибытия отображения $h: f: h(A) \rightarrow B$. Говорят, что *шкала h инвариантна относительно преобразования f (преобразование f допустимо для шкалы h)*, если композиция отображений $f \circ h$ является также гомоморфизмом: $f \circ h: E \rightarrow N$. Совокупность $H = \{h\}$ всех гомоморфизмов из E в N описывает класс эквивалентных шкал, называемый *типом шкалы измерения*. Тип шкалы S_1 называют “более строгим” (“сильным”, “информативным”), чем тип шкалы S_2 , если для соответствующих групп допустимых преобразований справедливо включение $T_1 \subset T_2$. В этом смысле, например, шкала отношений “информативнее” шкалы интервалов (см. ниже).

Согласно РТИ в *шкале наименований* допустимыми являются все *взаимно-однозначные преобразования*. Наиболее часто оценки экспертов даются в *порядковой шкале*. В *порядковой шкале* допустимыми являются все *строго возрастающие преобразования*. Допустимыми преобразованиями в *шкале интервалов* являются *линейные возрастающие преобразования*. Допустимыми преобразованиями в *шкале отношений* являются *подобные (изменяющие только масштаб), т.е. линейные возрастающие преобразования без свободного члена*. Для *абсолютной шкалы* допустимым является только *тождественное преобразование*.

Рассмотрим объект x из множества рейтингуемых объектов X , который представлен вектором $x = (x_1, x_2, \dots, x_n)$, $x_i \in X_i$, $X = X_1 \times X_2 \times \dots \times X_n$, где X_i — множество-носитель i -й шкалы. Компоненты вектора являются оценками различных характеристик (критериев) объекта, причем не все такие оценки представлены в абсолютной шкале. Необходимо отметить, что для независимых переменных x_1, \dots, x_n типы шкал в задачах построения рейтингов достаточно очевидны, а вот тип шкалы зависимой переменной — нет. В связи с этим сформулируем следующий *принцип «наименьшей информативности»*: тип шкалы зависимой переменной не может быть более информативным (строгим, см. выше), чем наименее информативный тип шкалы неустраняемой независимой переменной. Поскольку, в случае ИЕФ, таким типом является порядковый тип шкалы, то нас дальше будут интересовать именно результаты в порядковой шкале (ранжировки).

Пусть имеется процедура, которая упорядочивает все объекты. Другими словами она определяет некоторое линейное бинарное отношение порядка на множестве объектов. Мы допускаем, что некоторые объекты могут занимать одинаковую позицию (кластер) в таком ряду. В этом случае рассматриваемое отношение не будет отношением строгого линейного порядка (ранжированием). Следуя [4], такие упорядочения мы будем называть *кластеризованными ранжировками*. *Кластеризованная ранжировка* определяется бинарным отношением со следующей структурой: имеется отношение эквивалентности с числом классов, равным числу кластеров и вводится строгий линейный порядок между классами эквивалентности.

Назовем процедуру формирования кластеризованной ранжировки объектов с векторными оценками *допустимой*, если при допустимых преобразованиях компонент-оценок векторов, соответствующих их шкалам, рассматриваемая процедура порождает прежнюю кластеризованную ранжировку (в смысле состава кластеров и порядка на них). Рассмотрим такую процедуру формирования кластеризованной ранжировки объектов, когда в качестве оценочной функции используется линейная свертка (здесь рассматриваются оценки в числовой системе и, с точки зрения РТИ, умножение на константу допустимо, но вот сумма оценок в произвольных шкалах – нет, тем не менее, такая оценочная функция широко применяется на практике, в том числе при формировании ИЕФ):

$$\varphi(z) = w_1 z_1 + w_2 z_2 + \dots + w_n z_n. \quad (1)$$

Два объекта x и y войдут в один класс эквивалентности тогда и только тогда, когда $\varphi(x) = \varphi(y)$. На множестве классов эквивалентности определяется строгий линейный порядок. Например, класс R предшествует классу L (предпочтительней) тогда и только тогда, когда $\forall x \in R, \forall y \in L \varphi(x) > \varphi(y)$ (оценка объекта характеризует его в позитивном смысле).

Предложение. Кластеризованное ранжирование объектов по величине линейной свертки компонент-оценок, причем не все такие оценки представлены в абсолютной шкале, в общем случае не является допустимой процедурой.

Доказательство. Для удобства мы считаем, что все множества элементов числовых шкал X_i являются подмножеством вещественной оси R и к ним применимы соответствующие операции (как это имеет место в практике построения индексов). Пусть, для определенности, компонента не в абсолютной шкале – это первая компонента. Только она одна не определяет полностью отношение предпочтения (иначе остальные компоненты можно было бы отбросить). Таким образом, найдутся два объекта, представленные векторами $x = (x_1, x_2, \dots, x_n)$ и $y = (y_1, y_2, \dots, y_n)$, такие, что $x \succ y$ т.е. $\varphi(x_1, x_2, \dots, x_n) - \varphi(y_1, y_2, \dots, y_n) > 0$, но $x_1 < y_1$ (мы считаем, что

линейная свертка и первая компонента характеризуют объекты с позитивной стороны, если же это не так, то с ними выполняем очевидные преобразования). Возьмем k такое, что

$$k = \xi + \frac{\varphi(x_1, \dots, x_n) - \varphi(y_1, \dots, y_n)}{w_1(y_1 - x_1)} + 1, \xi > 0$$

и умножим оценки первой компо-

ненты на этот множитель (допустимое преобразование во всех шкалах, кроме абсолютной шкалы). Тогда:

$$\begin{aligned} \varphi(kx_1, \dots, x_n) - \varphi(ky_1, \dots, y_n) &= -w_1(k-1)(y_1 - x_1) + \varphi(x_1, \dots, x_n) - \varphi(y_1, \dots, y_n) = \\ &= -w_1 \frac{\varphi(x_1, \dots, x_n) - \varphi(y_1, \dots, y_n)}{w_1(y_1 - x_1)} (y_1 - x_1) - \xi \cdot w_1(y_1 - x_1) + \varphi(x_1, \dots, x_n) - \varphi(y_1, \dots, y_n) = \\ &= -\xi \cdot w_1(y_1 - x_1) < 0. \end{aligned}$$

Это доказывает предложение, поскольку предпочтение сменилось на противоположное: $y \succ x$.

Введенное понятие допустимой процедуры кластеризованного ранжирования и ее реализация через некий функционал, коррелирует с «принципом создания научной теории», актуальность которого связана с тем, что выбор той или иной шкалы измерения переменных связан с субъективизмом - исследователь имеет возможность манипулировать результатами анализа (когда его выводы неустойчивы относительно допустимых преобразований шкалы). В основополагающей работе [5] отмечается, что тип шкалы зависимых и независимых переменных, в психофизических или других научных законах, определяет общую форму закона через решение определенного функционального уравнения (применительно к физике значительно раньше практическими вопросами применения подобных идей, известных как «анализ размерностей», занимался Р.В. Bridgman [7] – лауреат Нобелевской премии по физике). В ряде последующих работ Luce R.D., Kim S.-R., Osborne D.K., опубликованных в 1970 – х - 1990 – х г.г., было формализовано понятие «принцип создания научной теории» (см. [6]). Согласно ему любой закон, связывающий размерные переменные y, x_1, \dots, x_n в шкалах соответственно h, h_1, \dots, h_n посредством функциональной зависимости $y = F(x_1, \dots, x_n)$, должен обладать следующим свойством. Всякое допустимое преобразование f_i шкалы $h_i, i = 1, \dots, n$, должно приводить к допустимому преобразованию f шкалы h , по которой измеряется величина y :

$$F(f_1(x_1), \dots, f_n(x_n)) = f(y) = f(F(x_1, \dots, x_n)) \quad (2)$$

Особенность получения рейтингов, интегральных оценок, индикаторов состоит в том, что они являются искусственно созданными и не представляют никакой закон. В связи с этим и был сформулирован принцип наименьшей информативности (см. выше). Конечно, всегда существует соблазн иметь дело с переменной более информативного типа шкалы, но без дополнительных допущений такой переход невозможен.

Это напоминает попытку измерения веса без весов, имея лишь возможность держать предметы в руках и при этом результат указывать в (милли)граммах - это противоречит здравому смыслу.

Поскольку процедура ранжирования объектов по величине линейной свертки весьма распространена, но, в общем случае, не является допустимой, то актуален вопрос: «Чем ее заменить?». Ниже будет рассмотрена допустимая процедура кластеризованного ранжирования объектов на основе компонент-оценок, причем не все такие оценки представлены в абсолютной шкале. В работе [8] рассмотрен Экспертно-Статистический Иерархический Метод (ЭСИМ или Expert Statistical Hierarchical Method - ESIM) для принятия экспертных решений, в том числе в неструктурированных и слабоструктурированных задачах. Программная реализация метода описывается в работе [9]. Метод ESIM также применим к задачам ранжирования объектов, представленных векторами с оценками в разных шкалах. Ниже этот метод кратко излагается и обосновывается. Далее вместо термина «страна» будет часто использовать термин «объект», также как и термин «альтернатива», которые обычно применяются в контексте задач принятия решений. Метод ESIM содержит несколько этапов, они представлены в табл. 1.

Таблица 2. Этапы метода ЭСИМ

Этап #	Название	Комментарий
1	Построение дерева декомпозиции критериев.	Экспертом выполняется декомпозиция обобщенных (подмножеств) критериев. Листья дерева декомпозиции – простые критерии.
2	Локальное ранжирование критериев.	Выполняется экспертом, причем каждый раз среди сыновей одного узла дерева декомпозиции, что обеспечивает их сравнимость.
3	Глобальное ранжирование критериев.	Используется следующий принцип: если A корень поддерева, а B и C его сыновья, причем B важнее C , то все потомки B важнее потомков C .
4	Ранжирование альтернатив по каждому простому критерию.	Выполняется экспертом, который оценивает выраженность критерия в каждой альтернативе.
5	Лексикографическое ранжирование альтернатив по глобально упорядоченному множеству простых критериев.	Выполняется программно на основе результатов этапов 3 и 4.
6	Статистическая обработка индивидуальных результатов экспертов.	Программно выполняется агрегирование индивидуальных предпочтений альтернатив (строится агрегированная ранжировка).

Важно отметить, что первые два этапа выполняются в контексте конкретной задачи (проблема, участник), для которого в представлении эксперта (участника) формируется понятие *важности* критериев. Поня-

тие контекста задачи используется и на этапе 4. Поскольку, эксперты указывают свои предпочтения в виде ранжировок (результаты агрегирования также представлены ранжировками), то не возникает проблема не-транзитивности. В общем случае, в данном методе не фиксируется множество критериев и каждый эксперт свободен в выборе множества критериев (в заданном контексте). Кроме того, при ранжировании критериев и альтернатив возможно появление кластеров. Появление кластеров для критериев усложняет обработку. Действительно, если имеется 10 критериев и эксперт решает, что все они равно важны, то имеют право на существование $10!$ ранжировок критериев (лексикографическое упорядочивание альтернатив выполняется на основе упорядоченного списка критериев). В ходе дальнейшей декомпозиции критериев такая ситуация может встречаться на каждом уровне. В итоге мы приходим к процессу, который известен как «комбинаторный взрыв». В реальных задачах это исключает рассмотрение полного множества ранжировок критериев. Однако, на практике мы можем использовать случайный выбор ранжировок из этого множества с помощью датчика случайных чисел.

На 5-м этапе выполняется лексикографическое упорядочение альтернатив по критериям (сначала по первому, самому важному, простому критерию K_1 , затем по второму K_2 и т.д.). Обозначим через x альтернативу (объект), который представлен вектором $x = (x_1, x_2, \dots, x_n)$, $x_i \in X_i$, $X = X_1 \times X_2 \times \dots \times X_n$, где X_i – множество элементов i -й шкалы, x_i – компонент-оценка объекта x в i -й шкале. Здесь первая компонента соответствует самому важному критерию, вторая – следующему по важности критерию, наконец, n -я – наименее важному критерию. В дальнейшем нам будет удобно считать все множества элементов шкал, в том числе качественных, подмножеством вещественной оси.

Согласно лексикографическому методу альтернатива $x = (x_1, x_2, \dots, x_n)$ предшествует (предпочтительнее) в упорядоченном ряду альтернативе $y = (y_1, y_2, \dots, y_n)$ тогда и только тогда, когда

$$(x_1 > y_1) \vee (\exists i \in \overline{1, n-1})(x_1 = y_1, \dots, x_i = y_i, x_{i+1} > y_{i+1}). \quad (3)$$

В лексикографическом методе выполняется последовательное (пошаговое) сравнение компонент векторов (число шагов может быть от 1 до n).

Предложение 1. Кластеризованное ранжирование объектов, представленных векторами из компонент-оценок в разных шкалах с замкнутыми множествами элементов, на основе лексикографического метода и заданного порядка важности критериев

- а) помещает на первое место альтернативу, которая оптимальна по Парето;
- б) является допустимой процедурой кластеризованного ранжирования.

Из-за ограниченности объема работы доказательство данного и последующих предложений не приводится.

В отношении статистической обработки (этап 6). В результате выполнения 5-ти этапов мы имеем множество оценок альтернатив в порядковой шкале, выполненных разными экспертами. Суть данного этапа – это согласование оценок экспертов. Возможная проблема состоит в том, что эксперты могут не составлять однородную группу, а придерживаться разных научных школ, преследовать свои групповые интересы. В этом случае может оказаться, что согласованная оценка будет далека от всех индивидуальных оценок экспертов.

Распространенным методом оценки согласованности мнений экспертов, представленных в порядковой шкале, является расчет коэффициента конкордации (согласованности) Кендалла [10], который измеряет статистическую связь между несколькими порядковыми переменными. Обозначим через x_{ji} порядковое место (ранг), которое занимает i -й объект в ряду всех статистически обследованных объектов, упорядоченном по убыванию степени проявления j -го анализируемого свойства (или оценки j -го эксперта). Если рассмотреть строку с номером j ($j=1, \dots, m$), то она будет представлять перестановку из n натуральных чисел $1, 2, \dots, n$, определяющую порядковые места объектов у j -го эксперта. При упорядочении объектов каким-либо j -м экспертом могут встретиться ситуации, когда два объекта или целая группа оказываются неразличимыми с точки зрения данного эксперта. Тогда каждому из объектов этой однородной группы приписывается ранг, равный среднему арифметическому значению тех мест, которые они делят, а полученные таким образом ранги принято называть «объединенными» или «связанными». В общем случае коэффициент конкордации рассчитывается следующим образом:

$$W = \sum_{i=1}^n \left(\sum_{j=1}^m x_{ji} - \frac{m(n+1)}{2} \right)^2 / \left(\frac{1}{12} m^2 (n^3 - n) - m \sum_{j=1}^m T^{(j)} \right), \quad (4)$$

где поправочный коэффициент $T^{(j)}$, соответствующий j -му эксперту, подсчитывается по следующей формуле:

$$T^{(j)} = \frac{1}{2} \sum_{t=1}^{m^{(j)}} [(n_t^{(j)})^3 - n_t^{(j)}], \quad (5)$$

здесь $m^{(j)}$ – число групп неразличимых рангов у j -го эксперта, а $n_t^{(j)}$ – число элементов (рангов), входящих в t – ю группу неразличимых рангов у j -го эксперта (в частном случае отсутствия объединенных рангов имеем $m^{(j)}=n$, $n_1^{(j)}=n_2^{(j)}=\dots=n_n^{(j)}=1$ и, соответственно, $T^{(j)}=0$, т.е. группы неразличимых рангов, состоящие из единственного элемента, по существу, не участвуют в расчете величины $T^{(j)}$).

Коэффициент конкордации, вычисляемый по формуле (4), является оценкой истинного значения и представляет собой случайную величину. Естественно, возникает необходимость в проверке его значимости. Оценку коэффициента конкордации проверяют с помощью критерия χ^2 .

Установлено [10], что при справедливости нулевой гипотезы (а именно: «генеральный коэффициент конкордации равен нулю») статистика

$$\chi^2 = W \cdot m \cdot (n-1), \quad (6)$$

при $n > 7$ с ростом m сходится к распределению χ^2_{n-1} с $(n-1)$ степенями свободы (W может рассчитываться и со связанными рангами). Таким образом, если вычисленная статистика превышает квантиль уровня 1-р распределения, т.е. $\chi^2 > \chi^2_{n-1, 1-p}$, это позволяет отвергнуть нулевую гипотезу и признать, что мнения экспертов согласованы с уровнем значимости p . При высокой согласованности всей группы коллективная оценка будет единственной. При низкой согласованности из общей группы следует выделить подгруппы экспертов, имеющих близкие оценки альтернатив (например, с помощью методов кластерного анализа разбить экспертов на кластеры, рассматривая в качестве переменных объекты, см. ниже), и провести сравнительный анализ их оценок с целью выявления причин различия точек зрения этих подгрупп.

Основной способ «согласования» оценок различных экспертов состоит в статистической обработке (усреднении). Согласно РТИ (см. [4]) статистические выводы адекватны реальности только тогда, когда они не зависят от того, какую единицу измерения предпочтет исследователь, т.е. когда они инвариантны относительно допустимого преобразования шкалы. Установлено, что в порядковой шкале в качестве средних допустимо использовать только элементы *вариационного ряда* (порядковые статистики). Это, в частности, медиана (при нечетном объеме выборки, при четном же объеме следует применять один из двух центральных членов вариационного ряда - как их иногда называют, левую медиану или правую медиану). В *шкале наименований* в качестве среднего подходит только мода. В *шкале интервалов* из всех средних по Колмогорову (см. [4]) допустимо применять только *среднее арифметическое*. В *шкале отношений* из всех средних по Колмогорову устойчивыми относительно сравнения оказываются только *степенные средние* и *среднее геометрическое*. В *абсолютной шкале* устойчивыми относительно сравнения являются все *средние*.

Таким образом, на этапе статистической обработки метода ESIM (этап б) применительно к ранжировкам альтернатив допустимо использовать только элементы *вариационного ряда*, в частности медиану.

Пример 1. Рассмотрим в качестве примера ранжирование неких 4-х стран, которые обозначим: A, B, C, D . Для проведения экспертизы была создана экспертная комиссия в количестве 12-ти экспертов. Таким образом, имеется 12-ть контекстов: (*проранжировать страны A, B, C, D по уровню экономической свободы, участник $_i$*), $i = \overline{1, 12}$.

Рассмотрим, как эта задача решается в рамках метода ESIM. На рис. 1 приведен иллюстративный фрагмент дерева критериев для этой задачи

(на рисунке также приведен порядок глобального упорядочения критериев), составленный первым экспертом (выполнены этапы 1-3). Простые критерии в листьях дерева декомпозиции следующие: K_1 - «Гарантированность частной собственности государством»; K_2 - «Эффективность судебной системы в обязывании выполнять контракты»; K_3 - «Торговая средневзвешенная тарифная ставка»; K_4 - «Тяжесть нетарифных барьеров (НТВ)». Этот же эксперт определил следующую ранжировку критериев в порядке убывания их важности: $K_1; K_2; K_3; K_4$ (см. рис. 1). Свои оценки предпочтения стран по 5-ти бальной шкале он указал с помощью табл. 2 (чем выше балл, тем лучше значение критерия) (этап 4). Применяв лексикографический метод, можно установить, что выбор эксперта останавливается на первом критерии (K_1) на странах A, B и D , а на втором критерии (K_2) отдается предпочтение стране D . На третьем критерии (K_3) предпочтение отдается A . Т.о. порядок убывания предпочтения стран: $D \succ A \succ B \succ C$ (этап 5). Для 12-ти экспертов результаты представлены в табл. 3 (чем привлекательнее, тем меньше ранг или место). Здесь четвертый эксперт считает, что страны C и D равноценны, и лучше стран A и B . Поэтому они должны были бы стоять на втором и первом местах и получить баллы 2 и 1. Поскольку они равноценны, то получают средний балл $(2+1)/2 = 1,5$.

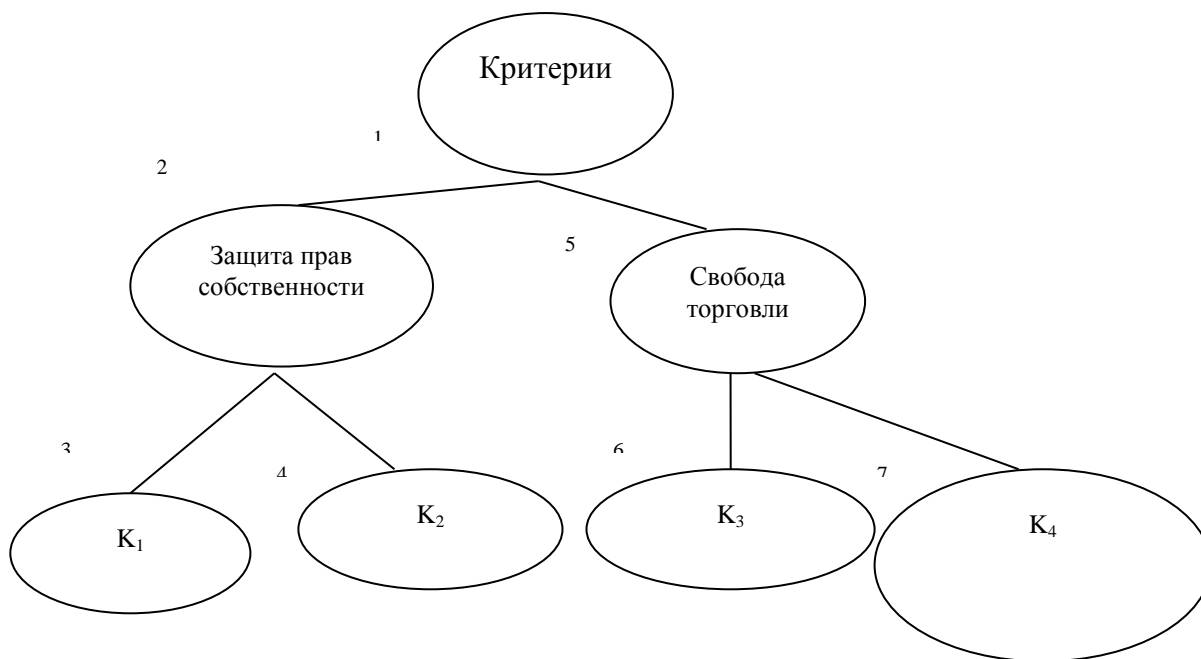


Рис. 1. Дерево декомпозиции критериев

Таблица 2. Оценка предпочтений первого эксперта

Простые критерии	Ранг важности критерия	Оценки объектов			
		A	B	C	D
K_1	1	5	5	4	5
K_2	2	3	3	1	5
K_3	3	4	3	5	2
K_4	4	2	3	5	5

Таблица 3. Ранжировки стран экспертами

№ эксперта	A	B	C	D	№ эксперта	A	B	C	D
1	2	3	4	1	7	4	1	2	3
2	2	4	3	1	8	4	1	3	2
3	2,5	1	2,5	4	9	4	1	3	2
4	4	3	1,5	1,5	10	4	3	2	1
5	4	2	1	3	11	4	1	3	2
6	3	4	2	1	12	1	4	3	2

В табл. 4 представлен результат анализа согласованности, приведенных в табл. 3 мнений экспертов, на основе коэффициента конкордации (результат получен в программе Statistica).

Таблица 4. Результаты анализа согласованности

Friedman ANOVA and Kendall Coeff. of Concordance (14_11_13) ANOVA Chi Sqr. (N = 12, df = 3) = 6,025424 p = ,11038 Coeff. of Concordance = ,16737 Aver. rank r = ,09168				
	Average - Rank	Sum of - Ranks	Mean	Std.Dev.
A	3,208333	38,50000	3,208333	1,075731
B	2,333333	28,00000	2,333333	1,302678
C	2,500000	30,00000	2,500000	0,825723
D	1,958333	23,50000	1,958333	0,964326

Как следует из табл. 4, мы не можем отвергнуть нулевую гипотезу H_0 о несогласованности, поскольку уровень значимости (вероятность ошибки первого рода, т.е. когда отвергается гипотеза H_0 , которая на самом деле верна), соответствующий вычисленному значению критерия $\chi^2=6,02$ при числе степеней свободы $df=3$, недостаточно мал ($p=0,11$).

Для выделения «однородных» групп экспертов воспользуемся кластерным анализом. Результаты кластерного анализа по методу k – средних при заданном числе кластеров 2, позволили выделить следующие кластеры: кластер 1 (эксперты № 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11); кластер 2 (эксперты № 1, 2, 6, 12) (таблица дисперсионного анализа результатов кластеризации показывает обоснованность отклонения нулевой гипотезы о равенстве кластерных средних по альтернативам-переменным A и B на основе F-распределения Фишера с 1-й и 10-ю степенями свободы, а по другим переменным C и D, для которых достигнутый уровень значимости оказался более 5%, - нет, что говорит о близких, в среднем, оценках всеми экспертами этих двух альтернатив). Можно было бы проводить

кластерный анализ и далее, увеличивая число кластеров и анализируя расхождение средних оценок в различных кластерах. Но, это не является целью данной работы.

Итак, с помощью кластерного анализа установлено, что наибольшее число близких по оценкам экспертов составляют кластер № 1. В табл. 5 приведены оценки согласованности экспертов из этого кластера.

Таблица 5. Результаты анализа согласованности

Friedman ANOVA and Kendall Coeff. of Concordance (14_11_13) ANOVA Chi Sqr. (N = 8, df = 3) = 12,73077 p = ,00526 Coeff. of Concordance = ,53045 Aver. rank r = ,46337 Exclude cases: 1;2;6;12				
	Average - Rank	Sum of - Ranks	Mean	Std.Dev.
A	3,812500	30,50000	3,812500	0,530330
B	1,625000	13,00000	1,625000	0,916125
C	2,250000	18,00000	2,250000	0,755929
D	2,312500	18,50000	2,312500	0,961305

Здесь коэффициент конкордации равен 0,53. Вычисленному, согласно (6), значению статистики $\chi^2 = 12,73$ с 3-мя степенями свободы соответствует уровень значимости $p = 0,00526$. Таким образом, нулевая гипотеза отвергается и оценки экспертов согласованны. Есть только одно «но», а именно, в нашем примере число объектов $n = 4$ (<7) (см. выше). Если приходится иметь дело с любыми значениями n и m , то можно прибегнуть к аппроксимации на основе z -распределения Фишера [10]. Для этого необходимо рассчитать:

$$z = \frac{1}{2} \ln \frac{(m-1)w}{1-w}, v_1 = n-1 - \frac{2}{m}, v_2 = (m-1)v_1, \quad (7)$$

Зная степени свободы v_1 и v_2 можно проверить значение z по таблицам z -распределения Фишера. В нашем случае $v_1 = 3 - 1/4 = 11/4 = 2,75$, $v_2 = 77/4 = 19,25$. Выполнив линейную интерполяцию по степеням свободы из таблицы z -распределения Фишера для уровня значимости $p = 0,01$, определяем табличную величину $z = 0,828$ [10]. Вычисленное по формуле (7) значение равно: $z = 1,03$. Поскольку оно оказалось выше табличного значения, то и уточненные расчеты позволяют отвергнуть нулевую гипотезу, т.е. оценки экспертов согласованны.

В продолжение 6-го этапа выполним агрегирование индивидуальных предпочтений в групповые. Для этого используем нахождение медианы. Возьмем ответы экспертов №№ 3-5; 7-11 из табл. 3, соответствующие одной из стран, например, стране D, в порядке неубывания. Получим следующий вариационный ряд: $\langle 1; 1,5; 2; 2; 2; 3; 3; 4 \rangle$. На центральных местах - четвертом и пятом - стоят 2 и 2. Мы имеем дело с выборкой четного объема и, в качестве оценки медианы, везде выбираем, для определенности, левую медиану. В данном случае оценка медианы равна 2. Медианы рангов для стран A, B, C, D составят последовательность: 4, 1,

2, 2 Итоговое упорядочение (этап 6) по методу медиан: $B \succ \{D, C\} \succ A$. Реализация медианного агрегирования в рамках метода ESIM будет обозначается как $ESIM_{me}$.

Рассмотрим дополнительные методы агрегирования индивидуальных предпочтений [8]. Для этого вернемся к примеру 1 и составим следующую *таблицу распределения частот стран* по местам в ранжировках, на основе согласованных оценок экспертов №№ 3-5; 7-11 из табл. 3.

Таблица 6. Таблица распределения частот стран по местам в ранжировках и агрегированные ранжировки

Место	Альтернативы				Агрегированная ранжировка		
	A	B	C	D	$ESIM_{me}$	$ESIM_{lex}$	$ESIM_{mo}$
1	0	5	2	2	B	B	B
2	1	2	3	3	C,D	C,D	C,D
3	1	1	3	3			
4	6	0	0	0	A	A	A

Эта таблица строится на основе табл. 3 следующим образом. Страну A ни один из рассматриваемых экспертов не поместил на первое место – поэтому в верхней левой клетке таблицы стоит 0. При заполнении некоторых клеток таблицы учитывается существование кластеров в табл. 3. Так при указании числа экспертов, поместивших эту страну на 3 – е место надо учесть, что у 4-го эксперта страны C и D разделили 1 – е место (имеют средний ранг – 1,5), значит следующий ранг 3 страны B соответствует 2-му месту, а ранг 4 страны A – третьему. Поэтому, как указано в табл. 6, страну A на 3-е место поместил 1 эксперт. Сумма чисел столбца, соответствующего любой стране, должна равняться числу экспертов, но сумма чисел строки, соответствующей любому месту, может быть равна, меньше и больше числа экспертов (за счет существования кластеров).

Модальный метод агрегирования определим следующим образом. Сначала рассматриваются претенденты на первое место в агрегированной ранжировке. Страна B, набравшая в табл. 6 больше всего голосов экспертов (5 голосов в табл. 6), соответствует моде и занимает первое место. Она уже не может претендовать на второе место. Максимальное число голосов, отданных за место, не ниже второго, приходится на страны C и D (по 5 голосов), т.е. это мода распределения числа голосов экспертов для оставшихся стран, поместивших их на первые 2 места, и т.д. В случае мультимодального распределения, образуется кластер. Кластер также образуется при отсутствии моды, т.е. когда все оставшиеся страны получают равное число голосов. Тогда они включаются в один кластер.

Реализация модального агрегирования в рамках метода ESIM будет обозначаться как $ESIM_{mo}$. Результат применения метода $ESIM_{mo}$ приве-

ден в правом столбце табл. 6 и имеет вид: $B \succ \{C, D\} \succ A$. В данном случае ранжировка совпадает с медианной ранжировкой.

Предложение 2. Модальный метод агрегирования помещает на первое место в агрегированной ранжировке все те, и только те, альтернативы, которые заняли первые места в ранжировках наибольшего числа экспертов.

В качестве доказательства можно сослаться на определение моды.

Другими словами, на первом месте в модальной ранжировке оказываются альтернативы, соответствующие эффективным решениям максимального числа экспертов (индивидуальное лексикографическое решение многокритериальной задачи, полученное на этапе 5 и приведенное в табл. 3, оптимально по Парето, см. предложение 1).

По таблице частот легко реализуется также *лексикографический метод агрегирования* [8]. При этом в качестве критериев рассматривается количество голосов экспертов за то или иное место для объекта. На этом множестве критериев определяется естественный порядок: самым важным критерием является число голосов, отданных объекту за первое место, затем за второе и т.д. Реализация лексикографического агрегирования в рамках метода ESIM будет обозначаться как $ESIM_{lex}$. Результат применения метода $ESIM_{lex}$ для примера 1 (табл. 3) и полученной на его основе *таблицы распределения частот стран* по местам в ранжировках, на основе согласованных оценок экспертов №№ 3-5; 7-11, следующий: $B \succ \{C, D\} \succ A$.

Обозначим через V_{mo} и V_{lex} множества альтернатив, занявших первое место в модальной и лексикографической ранжировках соответственно. Имеет место следующее предложение.

Предложение 3.

$$V_{lex} \subset V_{mo} \tag{8}$$

Таким образом, хотя оба варианта агрегирования *mo* и *lex* помещают на первое место альтернативы, которые заняли первые места в ранжировках наибольшего числа экспертов, агрегирование по варианту *lex* позволяет более «тонко» различать альтернативы. Рассмотрим следующий пример.

Пример 2. Рассмотрим табл. 3 из примера 1. На основе этой таблицы, не исключая ни одного эксперта, сформируем таблицу частот (табл. 7).

Таблица 7. Таблица распределения частот стран по местам в ранжировках и агрегированные ранжировки

Место	Альтернативы				Агрегированная ранжировка		
	A	B	C	D	ESIM _{me}	ESIM _{lex}	ESIM _{mo}
1	1	5	2	5	B, D	D	B, D
2	3	2	4	4	C	B	C
3	2	2	5	3	A	C	A
4	6	3	1	0		A	

Отсюда видно, что агрегирование по варианту *lex* действительно позволяет более «тонко» различать альтернативы, чем по методу *mo*. Из предложений 2 и 3 следует.

Предложение 4. Лексикографический метод агрегирования помещает на первое место в агрегированной ранжировке те, и только те, альтернативы, которые заняли первые места в ранжировках наибольшего числа экспертов.

Возникает вопрос, помещает ли вариант *me*, на первое место альтернативы, которые заняли первые места в ранжировках наибольшего числа экспертов. В общем случае ответ отрицательный. Действительно, пусть альтернативам A_1 и A_2 соответствуют следующие вариационные ряды мест, отведенных 5-ю экспертами: $A_1 - \langle 1, 2, 2, 2, 2 \rangle$; $A_2 - \langle 1, 1, 3, 3, 3 \rangle$. Для альтернативы A_1 медиана равна 2, а для альтернативы A_2 медиана равна 3, в то время, как альтернативу A_2 на первое место поставило большее число экспертов. Сформулируем следующее предложение.

Предложение 5. 1. Кластеризованное ранжирование объектов, представленных векторами из компонент-оценок в разных шкалах, на основе лексикографического метода с заданным порядком важности критериев, является допустимой процедурой индивидуального кластеризованного ранжирования.

2. Медианный, модальный и лексикографический методы агрегирования, примененные к результатам п.1 нескольких экспертов, реализуют допустимую процедуру кластеризованного ранжирования.

Представленная допустимая процедура кластеризованного ранжирования позволяет экспертам сосредоточиться на главном: на критериях и оценках. При этом разработчикам различных рейтингов не остается возможностей для субъективизма в виде выбора эвристических формул, коэффициентов, весов. Что важно, так это привлечь компетентных экспертов и в достаточном количестве (для уменьшения влияния субъективизма экспертов на согласованную оценку) и обнародовать их показатели профессионализма, не допуская раскрытия персоналий (для исключения давления на экспертов).

Заключение. 1. Индексы (интегральные показатели, индикаторы) и рейтинги на их основе широко используются во всем мире для принятия обоснованных решений. В связи с этим, задача анализа свойств известного *Индекса экономической свободы (IEF)* и разработка рекомендаций по его совершенствованию, является актуальной. Методика применяется к опубликованной на сайте разработчика IEF методологии его формирования и может быть полезна для правильного формирования и других индексов (рейтингов). **2.** Представлена методика исследования индекса с позиций репрезентативной теории измерений, которая основывается на анализе шкал для измерения различных составляющих IEF, в проверке допустимости применяемых преобразований к оценкам в этих шкалах, в определении допустимой процедуры ранжирования. Эту методику следует рассматривать как продолжение методики, представленной в работе [1]. **3.** Оценки по многим составляющим IEF даются в порядковой шкале, однако далее с ними выполняются операции (нахождение взвешенных сумм), которые не интерпретируемы в этой шкале. **4.** Формулируется *принцип «наименьшей информативности»*: тип шкалы зависимой переменной не может быть более информативным, чем наименее информативный тип шкалы неустранимой независимой переменной. Поскольку, в случае IEF, для независимых переменных таким типом является порядковый тип шкалы, то результаты работы важны, когда зависимая переменная представлена в порядковой шкале. **5.** Введено понятие *допустимой* процедуры формирования кластеризованной ранжировки объектов с векторными оценками - когда при допустимых преобразованиях компонент-оценок векторов, соответствующих их шкалам, рассматриваемая процедура порождает прежнюю кластеризованную ранжировку (в смысле состава кластеров и порядка на них). **6.** Показано, что кластеризованное ранжирование объектов по величине линейной свертки компонент-оценок векторов (что используется при формировании IEF), причем не все такие оценки представлены в абсолютной шкале, в общем случае не является допустимой процедурой. **7.** Приведена допустимая процедура кластеризованного ранжирования объектов на основе компонент-оценок векторов. Рассмотрены ее свойства, приведены примеры применения с проверкой согласованности оценок экспертов и формирования экспертной группы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чуркин, В.И. Индекс экономической свободы, анализ и рекомендации [Текст] / В.И. Чуркин // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки». 2013. — № 6–1(185). — С. 28—38.

2. Рекомендации по межгосударственной стандартизации РМГ 83—2007. Шкалы измерений. Термины и определения [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rosteststandart.ru/cntd/5867>
3. КООМЕТ. СООМЕТ. R/GM/20:2009. Шкалы измерений. Термины и определения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.coomet.org/RU/doc/r20_2009.pdf
4. Орлов, А.И. Экспертные оценки. Учебное пособие [Электронный ресурс] / А.И. Орлов М.: 2002. Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m154/>
5. Luce, R. D. On the possible psychophysical laws [Текст] /R.D. Luce // Psychological Review. 1959. 66, P. 81-95.
6. Барский, Б.В. Средние величины, инвариантные относительно допустимых преобразований шкалы измерения [Текст] / Б.В. Барский, М.В. Соколов // «Заводская лаборатория. Диагностика материалов». — № 1. 2006. Том 72, С. 59 – 66.
7. Бриджман, П. Анализ размерностей [Текст] / П. Бриджман. Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика», 2001.
8. Чуркин, В.И. Порядковая агрегация предпочтений в экспертно-статистическом иерархическом методе упорядочения альтернатив [Текст] / В.И. Чуркин // Стратегическое управление организациями: теория и практика инновационного развития: сборник научных трудов Всероссийской научной конференции. СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2012, с.130-138
9. Чуркин, В.В. Программная реализация метода многокритериального ранжирования альтернатив на основе экспертных оценок [Текст] / В.В. Чуркин, В.Н. Юрьев // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Серия «Экономические науки». — 2012. — № 2 —1 (144). — с. 114—120.
10. Кендэл, М. Ранговые корреляции [Текст] / М. Кендэл. М.: Статистика, 1975.
11. Орлов, А.И. Теория экспертных оценок в нашей стране [Электронный ресурс] / А.И. Орлов. Электронный научный журнал КубГАУ, №93(09), 2013. Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2013/09/pdf/114.pdf>

СОТРУДНИЧЕСТВО КОМПАНИЙ-КОНКУРЕНТОВ

COLLABORATION OF COMPETITORS

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский государственный университет

Аннотация: В докладе рассмотрена концепция сотрудничества компаний-конкурентов с точки зрения основных достоинств и рисков сотрудничества, причин и сфер их взаимодействия.

Abstract: The article deals with concept of co-opetition in terms of advantages and risks of such competitive collaboration, reasons to collaborate and business areas where it can be conducted.

Ключевые слова: конкурентное сотрудничество, конкуренция, сотрудничество, сеть создания ценности

Key words: co-opetition, competition, collaboration, the value net.

В настоящее время на рынке условия конкуренции меняются таким образом, что если в прошлом был традиционен подход, при котором компании стремятся достичь собственных целей самостоятельно и находясь в открытом противостоянии с компаниями-конкурентами, то в настоящее время все большую значимость приобретает кооперация и сотрудничество компаний. Это обусловлено тем, что подобное сотрудничество позволяет компаниям получать большую выгоду и лучшие способы достижения целей, чем при отсутствии сотрудничества.

Для определения подобного рода взаимодействия было введено относительно новое понятие co-opetition. Впервые понятие co-opetition было использовано профессорами А.Бранденбургером и Г.Нейлбаффом в 1996 году. Формой представления отношений компании с другими игроками является сеть создания ценности (the value net), созданная Нейлбаффом и Бранденбургером, которая включает в себя потребителей, конкурентов, поставщиков и особую составляющую – комплементоры (компании, которые производят дополняющий продукт компании продукт). Построив данную сеть, можно делать выводы о том, с какими конкурентами компании необходимо сотрудничать в целях увеличения размера «пирога», таким образом увеличивая собственную долю в нем.

Рассматриваются основные причины сотрудничества с конкурентами, а также выделяются основные риски, возникающие при этом:

- Организационные (обучение персонала, следование требованиям экологического законодательства, работа над взаимодополняющими продуктами/услугами и т.д.)
- Экономические (снижение издержек, снижение рисков, эффект масштаба)
- Стратегические (осуществление исследований и разработок)
- Развитие рынка

Среди основных рисков выделены потеря стратегических преимуществ компанией после завершения сотрудничества; передача и совместное использование know-how; трудности в коммуникации и ухудшение эффективности взаимодействия, вызванные различиями в бизнес-процессах и потоках информации в компаниях-партнерах; необходимость учитывать требования законодательства в сфере сотрудничества и объединения компаний (antitrust laws, антимонопольное законодательство).

Также рассмотрены основные сферы деятельности компаний, где могут возникнуть подобные партнерства.

Таким образом, проведено исследование сотрудничества компаний-конкурентов с точки зрения мотивов, реализации и результатов сотрудничества.

УДК 330.34.01

Шперлинг Ксения Андреевна
kschperling@yandex.ru

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

Санкт-Петербург, Санкт-Петербургский Государственный Университет

Аннотация: В тезисах рассматривается необходимость развития управленческого подхода к управлению корпоративной социальной деятельности, а также приводятся актуальные тенденции развития корпоративной социальной ответственности российского бизнеса. Положения и выводы, сформулированные автором, основываются на результатах исследования корпоративных социальных практик российских компаний с 2004-2014 гг., проведенного Ассоциацией менеджеров. Автор делает вывод о том, что необходимо разработать и применить управленческий

подход к корпоративной социальной деятельности, для дальнейшего развития концепции социальной ответственности российского бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративная социальная деятельность, индекс социальных инвестиций, тенденции развития корпоративной социальной деятельности.

Актуализация проблем корпоративной социальной ответственности (КСО) российского бизнеса подтверждается повышенным интересом бизнес среды к ряду вопросов, касающихся данной области. Так, в последнее десятилетие, в условиях изменяющейся внешней среды, сформировался круг компаний (как правило крупные корпорации), заинтересованных в интеграции принципов КСО в свою деятельность. Однако, основным препятствием на данном пути является неразвитость управленческого подхода к корпоративной социальной ответственности. В качестве базы для исследования и выявления проблемных зон по интеграции управления корпоративной социальной деятельностью (КСД) в корпоративную стратегию, а также основных тенденций развития КСО в российских компаниях были выбраны два последних доклада о социальных инвестициях в России за 2008 и 2014 г., подготовленных Ассоциацией менеджеров России.

В ходе обработки данных исследования, представленных в вышеуказанных докладах, подтверждается тот факт, что большинство российских компании не применяют управленческий подход к КСД. Это означает, что не происходит интеграция управления КСД в систему корпоративного управления компании. Таким образом, декларируя социальную ответственность бизнеса, компании преследуют, как правило, репутационную выгоду, т.е. драйвером осуществления КСД является маркетинговый мотив. Соответственно, для эффективного управления КСД необходимо осуществить ее взаимосвязь с корпоративным управлением в целом, учитывая при этом особенности модели корпоративного управления, которая используется российскими корпорациями.

С одной стороны, результаты доклада в 2008 г. являются достаточно воодушевляющими (постепенная интеграция принципов КСО в корпоративную стратегию, освоение международного и собственного опыта ведения КСД, стремление увязать КСО с получением долгосрочных конкурентных преимуществ), несмотря на то, что не наблюдается существенного увеличения количественного и качественного индекса социальных инвестиций российского бизнеса в период с 2003 по 2007 г. (данные индексы рассчитываются по методологии Ассоциации Менеджеров и приводятся в докладе). Таким образом, можно обозначить момент, когда крупные российские компании осознали не только необходимость, а желательность интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию,

а также взаимосвязь КСД с приобретением конкурентных преимуществ и повышением конкурентоспособности.

С другой стороны, результаты аналогичного исследования в 2014 году свидетельствуют об общем замедлении процесса интеграции принципов КСО в корпоративную стратегию, а также сдерживании развития стратегического подхода к КСО (подразумевающего получение долгосрочных конкурентных преимуществ), который объясняется традиционным пониманием корпоративной социальной ответственности как генератора только «социальной» ценности, что в значительной степени сужает понятие «КСО». Иными словами, в области КСД российских компаний складываются ряд негативных тенденций, а среди возможных причин можно выделить отсутствие системного управленческого подхода к КСД, а также влияние экономических кризисов.

Кризисные явления в экономике или предшествующие кризису негативные тенденции, как правило, заставляют компании осуществлять оптимизацию расходов, зачастую сворачиваются именно социальные инвестиции и социальная деятельность, т.к. приоритетом остается поддержание основной деятельности компании.

В докладе анализируются следующие ключевые моменты:

- тенденции развития КСО в российских компаниях;
- влияние кризисных явлений в экономике на осуществление КСД;
- динамика индекса социальных инвестиций российского бизнеса и прогноз его развития;
- анализ возможных причин негативного сценария развития КСО в российских компаниях.

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ № 1

ВАЖНЕЙШИЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РФ, ЕЕ ОТРАСЛЕЙ И РЕГИОНОВ

<i>Аксенова Ольга Александровна</i> ЭКОНОМИКА И РЫНОК ТРУДА В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ ПОСЛЕДНИХДЕСЯТИЛЕТИЙ.....	3
<i>Александрова Ариадна Иосифовна</i> ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ.....	5
<i>Арутюнян Мери Артуровна</i> ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ФИНАНСИРОВАНИЕ ВЕНЧУРНЫХ ПРОЕКТОВ ПУТЕМ ПРОВЕДЕНИЯ IPO В РОССИИ.....	11
<i>Бачило Елена Петровна</i> НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА КАК ФАКТОР РЕФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ «ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ».....	13
<i>Белов Сергей Александрович, Калинина Ольга Владимировна</i> АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА В 2015 ГОДУ.....	16
<i>Гамова Екатерина Евгеньевна</i> АНАЛИЗ ФЕДЕРАЛЬНЫХ И РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОГРАММ РАЗВИТИЯ АПК И СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА НА ПЕРСПЕКТИВУ.....	19
<i>Жабин Николай Петрович</i> ХАРАКТЕРИСТИКА РЕГИОНАЛЬНОЙ КЛАСТЕРНОЙ ПОЛИТИКИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.....	23
<i>Жабин Николай Петрович</i> РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТЫХ КЛАСТЕРОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.....	25
<i>Жердева Елена Андреевна, Иванов Максим Владимирович</i> ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МЕХАНИЗМА УСТАНОВЛЕНИЯ СТАВКИ РЕФИНАНСИРОВАНИЯ КАК КРЕДИТНО-ДЕНЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА.....	28
<i>Несмачных Ольга Викторовна</i> УСЛОВИЯ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ КЛАСТЕРОВ.....	30
<i>Никонов Алексей Григорьевич</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКОЙ МЕСТНОСТИ.....	33

<i>Никонова Галина Николаевна, Трафимов Александр Григорьевич</i> СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ.....	36
<i>Орлов Михаил Григорьевич</i> ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ РЕФОРМИРОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ.....	38
<i>Пустыльник П.Н., Смирнов А. М., Кужельная О.В.</i> РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРУКТУРЫ: ФОРМИРОВАНИЕ КЛАСТЕРОВ.....	41
<i>Сорвина Таисия Андреевна, Лавров Виктор Валерьевич</i> АНАЛИЗ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА В РОССИИ.....	45
<i>Суровицкая Галина Владимировна, Герасимов Сергей Николаевич, Семин Дмитрий Игоревич</i> МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ ПРОДУКЦИИ.....	49
<i>Терешкина Ольга Станиславовна, Кудряшова Валентина Владимировна</i> ОЦЕНКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО РЫНКА.....	51
<i>Титова Александра Викторовна</i> ДОКАЗАТЕЛЬНОЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЕ КАК ОСНОВА ЭФФЕКТИВНОЙ ДИФФУЗИИ ИННОВАЦИЙ.....	56
<i>Тулаева Светлана Александровна</i> СЕНСИТИВНЫЕ РЫНКИ: ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЯ НА МИРОВЫХ РЫНКАХ.....	62
СЕКЦИЯ №2	
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМИ, СРЕДНИМИ И КРУПНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ	
<i>Анфимова Алёна Игоревна, Гайнуллина Лийя Ринатовна</i> СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	74
<i>Бобыкина Дарья Вадимовна, Бурмистров Андрей Николаевич</i> SWOT-АНАЛИЗ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ: "КЛАССИЧЕСКИЙ" И "МОДИФИЦИРОВАННЫЙ" ВАРИАНТЫ.....	76
<i>Бриль Александр Романович</i> ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ НА ДЕЙСТВУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	82
<i>Горбунов Станислав Анатольевич, Калинина Ольга Владимировна</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА.....	87

Горкуценко Анастасия Александровна, Бурмистров Андрей Николаевич О ВОЗМОЖНОСТЯХ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	91
Диденко Валентина Юрьевна СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ	94
Друзгальская Нина Михайловна, Любименко Анна Игоревна АДАПТАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОГО СПРОСА.....	96
Журова Людмила Ивановна ПОДХОДЫ К СТРУКТУРИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	98
Иванова Анна Александровна СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ.....	105
Колосова Татьяна Сергеевна АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕОРИИ «ПОДРЫВНЫХ ИННОВАЦИЙ» К. КРИСТЕНСЕНА И «ПРЕОДОЛЕНИЯ ПРОПАСТИ» ДЖ. МУРА ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА...	107
Лаврова Татьяна Анатольевна СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ОАО «ГАЗПРОМ НЕФТЬ» В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ.....	115
Морозко Наталья Иосифовна СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ МАЛЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	119
Некрасова Наталья Владимировна, Горчакова Людмила Ильинична ПРИМЕНЕНИЕ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	121
Орлов Александр Сергеевич РОЛЬ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ.....	124
Песиков Эдуард Борисович ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ОРИЕНТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СЕГМЕНТАЦИИ РЫНКА И ВЫБОРА ЦЕЛЕВЫХ СЕГМЕНТОВ.....	129
Потемкин Валерий Константинович СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ.....	132

<i>Терехова Юлия Сергеевна</i> ДИАГНОСТИКА И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИЕЙ.....	140
<i>Топорков Андрей Михайлович</i> РОЛЬ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОРПОРАТИВНЫХ СИСТЕМ В РАЗВИТИИ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ.....	146
<i>Федюкович Екатерина Андреевна</i> УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ПРОДАЖ КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В СЕКМЕНТЕ ПРЕМИУМ.....	154
<i>Фомченкова Лариса Владимировна</i> ФОРМИРОВАНИЕ ДИНАМИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ	157
<i>Чалая Инна Сергеевна, Лопатин Михаил Валентинович</i> ПЕРСПЕКТИВЫ УЧАСТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПКАХ.....	160
<i>Шевченко Наталья Николаевна, Горчакова Людмила Ильинична</i> ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ ОСОБЕННОСТЕЙ СЛИЯНИЙ, ПОГЛОЩЕНИЙ И АЛЬЯНСОВ В РОССИЙСКОМ БИЗНЕСЕ.....	167
<i>Штейнгарт Евгений Александрович</i> БИЗНЕС-ИНЖИНИРИНГ, КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В ИЗМЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ.....	172

СЕКЦИЯ №3

СТРАТЕГИИ УНИВЕРСИТЕТОВ, ОБУЧЕНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ

<i>Ахалая Ольга Анатольевна</i> ВАЖНОСТЬ НАВЫКОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ЛЮДЬМИ (SOFT SKILLS) В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА.....	183
<i>Валевникова Ольга Александровна, Горчакова Людмила Ильинична</i> РОЛЬ ОБРАЗОВАНИЯ КАК ОСНОВНОЙ ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ.....	192
<i>Зарубин Валерий Григорьевич, Певцова Светлана Геннадьевна</i> РЕСТРУКТУРИЗАЦИЯ КАК СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УНИВЕРСИТЕТА.....	201
<i>Кожанов Кирилл Александрович</i> ИЗМЕНЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗОВАННОГО СТУДЕНЧЕСКОГО ТУРИЗМА.....	204

Корокин Иван Борисович, Москвин Андрей Вадимович, Синотова Светлана Владимировна АНАЛИЗ МНЕНИЙ РУКОВОДИТЕЛЕЙ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА О КАЧЕСТВЕ ПОДГОТОВКИ ВЫПУСКНИКОВ СПХФА	206
Лопатин Михаил Валентинович РАЗВИТИЕ ПРОЦЕССОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РАБОТНИКОВ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ.....	215
Михайлова Екатерина Сергеевна ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	222
Мишина Яна Олеговна АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА И ЕЕ РОЛЬ В УПРАВЛЕНИИ КОМПАНИЕЙ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ КОНСАЛТИНГОВЫХ КОМПАНИЙ).....	225
Мовсисян Мане Гарниковна ПРАКТИКА КОРПОРАТИВНОГО ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТА.....	233
Пашкина Наталия Леонидовна, Пашкин Владимир Яковлевич ИССЛЕДОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ УПРАВЛЕНИЯ ФИРМОЙ, ПОЛУЧЕННЫХ В КОЛЛЕКТИВНОЙ БИЗНЕС ИГРЕ «БК:МАКСИМУМ».....	237
Сергеева Александра Олеговна КЕЙС-КЛУБ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ.....	246
Синявина Мария Павловна, Бурмистров Андрей Николаевич ВИДЕОТЕКА "УЧЕБНОЕ ВИДЕО" КАК СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПРОДУКТ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ МЕНЕДЖМЕНТУ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ.....	248
Федорец Ольга Вячеславовна СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ С ПОЗИЦИИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ.....	252
Халин Владимир Георгиевич, Чернова Галина Васильевна БЛАГОПРИЯТНАЯ СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ВЕДУЩИХ УНИВЕРСИТЕТОВ РОССИИ.....	254

СЕКЦИЯ №4

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ И ДРУГИЕ АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ

Васецкая Наталья Олеговна, Федотов Александр Васильевич ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИЕЙ НАУЧНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ.....	265
---	-----

Гринев Илья Евгеньевич ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ.....	274
Зябриков Владимир Васильевич ФУНКЦИИ И РОЛИ МЕНЕДЖМЕНТА В КОНТЕКСТЕ ТЕОРИИ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ОРГАНИЗАЦИИ.....	277
Калугина Татьяна Игоревна, Латушкина Надежда Михайловна АНАЛИЗ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРОЦЕССА ЗАКУПОК: ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	280
Ковалева Ольга Борисовна, Гирка Татьяна Владимировна ПРОБЛЕМА КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ И МЕТОДЫ ЕГО ОЦЕНКИ.....	285
Кропачев Никита Андреевич КРИТЕРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОГРЕССА.....	288
Лаврентьев Василий Петрович СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ КАК НАУЧНАЯ ДИСЦИПЛИНА: КЛЮЧЕВЫЕ ТЕРМИНЫ, ФАКТОРЫ, КОНЦЕПЦИЯ И СМЫСЛЫ.....	291
Петрова Екатерина Евгеньевна БУХГАЛТЕРСКИЙ ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА.....	307
Растов Мирон Аркадьевич КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ОЦЕНКИ УРОВНЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕКТОРА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ.....	315
Сидорова Л. Е., Сидоров С. В., Шарафутдинов Р. Я. О НЕОБХОДИМОСТИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ СМЫСЛАМИ НАЦИОНАЛЬНОЙ БИЗНЕС-ЭЛИТЫ.....	317
Ткачева Татьяна Анатольевна ПРОЕКТНОЕ ПОВЫШЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ С УЧЁТОМ ПРОЦЕССНО-ПРЕЦИЗИОННОГО КОНТРОЛЯ НАДЁЖНОСТИ КАРЬЕРНОГО АВТОТРАНСПОРТА (КАТ).....	322
Толстов Юрий Алексеевич СУБКОНТРАКТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	330
Челак Светлана Васильевна ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ: ПРЕДМЕТНЫЕ КОНТУРЫ И ПРО- БЛЕМЫ.....	333
Чеснова Ольга Александровна, Морцагина Нина Александровна ТВОРЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗМЕНЕНИЙ ПРОИЗВОДСТВА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТЕЛЕПРОГРАММ.....	336

Чуркин Владимир Иосифович ИНДЕКСЫ (РЕЙТИНГИ) И ТЕОРИЯ ИЗМЕРЕНИЙ.....	340
Шаринова Альбина Марселевна СОТРУДНИЧЕСТВО КОМПАНИЙ-КОНКУРЕНТОВ.....	357
Шперлинг Ксения Андреевна ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ.....	358

